

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

**Dezinformační tendence na vybraných zpravodajských
webech během voleb do Poslanecké sněmovny 2017**

Diplomová práce

Autor práce: Markéta Červenková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Jan Zápotocký

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne ...

Markéta Červenková

Bibliografický záznam

ČERVENKOVÁ, Markéta. *Dezinformační tendence na vybraných zpravodajských webech během voleb do Poslanecké sněmovny 2017*. Praha, 2018. 91 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. Ing. Jan Zápotocký

Rozsah práce: 117 910 znaků

Anotace

Diplomová práce se zabývá problematikou manipulace médií a dezinformační války v kontextu voleb do Poslanecké sněmovny. Během posledních let se v odborném i veřejném diskursu stále více hovoří o vlivu dezinformací na politické dění. Cílem této práce je vyzkoumat, zda se nějaké dezinformační tendence objevily v českém prostředí během voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu v roce 2017 a jaké manipulativní techniky byly využity na vybraných zpravodajských serverech. Autorka v první části práce poskytne teoretický výklad, ve kterém budou vysvětleny základní pojmy, a zasadí je do aktuálního kontextu. V druhé části práce potom bude klíčová obsahová analýza doplněná o hermeneutickou textovou analýzu. Výsledky obou šetření by měly zodpovědět základní výzkumné otázky a poskytnout data týkající se zejména zdrojování, žánrové skladby a konkrétních manipulativních technik, které byly na sledovaných webech použity.

Annotation

The diploma thesis is dedicated to the topic of media manipulation and disinformation warfare in the context of an election. Over the past few years, a new breed of discussions about the influence of disinformation on political affairs has emerged. The aim of the diploma thesis is to investigate whether any disinformation tendencies or manipulative techniques have spread over the Czech media landscape during the Parliamentary election in 2017. In the first part of this work, the author will provide a theoretical background to the topic, including an explanation of the essential terms and current context of these phenomena. The second part includes the content analysis (complemented by hermeneutic text analysis) that is applied to selected news websites. As the result, the diploma thesis is supposed to provide the data about the source of information, the genre of the articles and specific manipulative techniques used in the selected media.

Klíčová slova

Dezinformace, propaganda, parlamentní volby, agenda-setting, mediální manipulace

Keywords

Disinformation, propaganda, parliamentary election, agenda-setting, media manipulation

Title/název práce

Disinformation tendencies on selected news websites during the Czech parliamentary election 2017

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat svému vedoucímu Janu Zápotockému za podnětné připomínky a nápady, které mi poskytl během konzultací nad diplomovou prací. Zároveň děkuji své rodině a přátelům za podporu během psaní.

Obsah

Úvod	4
1. Dezinformace	6
1.1. Definice dezinformace	6
1.2. Misinformace, propaganda, fake news	7
1.2.1. Misinformace	7
1.2.2. Propaganda	7
1.2.3. Fake news	9
1.2.4. Konspirační teorie.....	10
1.3. Dezinformace v digitální éře.....	10
1.3.1. Cloaked websites	11
1.3.2. Agenda-setting a framing	12
1.3.3. Hybridní válka	14
1.3.4. Kremelský koncept využití dezinformací, krize na Krymu.....	14
1.3.5. Boj proti dezinformacím v České republice	16
1.4. Dezinformační taktiky a jejich identifikace	17
2. Volby do poslanecké sněmovny.....	22
2.1. Organizace voleb do Poslanecké sněmovny	22
2.2. Volební kampaň.....	23
2.3. Volby do Poslanecké sněmovny 2017	24
2.3.1. Kandidáti	24
2.3.2. Výsledky, události bezprostředně po volbách	25
2.4. Role médií při volbách.....	26
3. Charakteristika vybraných serverů.....	28
3.1. Argumentace výběru.....	28

3.1.1.	Vizualizace propojenosti zpravodajských serverů	28
3.1.2.	Studie Masarykovy univerzity	29
3.1.3.	Finální výběr.....	29
3.2.	Představení jednotlivých serverů	30
3.2.1.	AC24.cz	30
3.2.2.	Aeronet	31
3.2.3.	Czech Free Press.....	33
3.2.4.	Parlamentní listy	33
3.2.5.	Sputnik ČR	35
4.	Metodologie	37
4.1.	Druhy analýzy mediálních obsahů.....	37
4.2.	Zadání výzkumu	38
4.2.1.	Výběrový soubor	38
4.2.2.	Proměnné.....	39
4.2.3.	Výzkumné otázky a hypotézy	40
5.	Výsledky šetření.....	42
5.1.	Výsledky pro jednotlivé servery	42
5.1.1.	AC24.cz	42
5.1.2.	Aeronet	44
5.2.	Czech Free Press.....	48
5.2.1.	Parlamentní listy	51
5.2.2.	Sputnik.....	53
5.3.	Závěry šetření a porovnání serverů.....	57
5.3.1.	Manipulativní techniky.....	57
5.3.2.	Skladba obsahu	61
5.3.3.	Zdroje	62
5.3.4.	Shrnutí a poznámky k hermeneutické části analýzy.....	63

5.3.5. Ověření hypotéz.....	64
5.3.6. Kauza lithium	65
Závěr.....	68
Summary.....	70
Použitá literatura.....	73
Teze Diplomové práce.....	81
Seznam příloh:.....	84

Úvod

Vliv dezinformací, fake news a dalších mediálních manipulací na průběh voleb se stal v poslední době předmětem diskuze jak v České republice, tak i v zahraničí. Spekulace o dezinformačních kampaních se začaly objevovat v mainstreamových médiích a v Česku dokonce vznikly instituce, které se na odhalování dezinformací přímo specializují.

Dezinformace, tak jak ji chápeme dnes, znamená mylnou informaci, jejíž účelem je záměrně oklamat svého příjemce. Dezinformace souvisí s řadou dalších manipulativních technik, které jsou často důmyslně maskované a jejich odhalení vyžaduje hlubší zkoumání v širším kontextu a dávku kritického myšlení u recipientů mediálních sdělení. Existence těchto praktik znamená vznik poměrně nového fenoménu ve zpravodajství, který nelze přehlížet. Dezinformace totiž mohou sloužit k prosazování nejrůznějších politických, ideologických i ekonomických cílů.

Ve své diplomové práci budu zkoumat, zda a v jaké míře se dezinformace a související manipulativní techniky vyskytovaly ve vybraných médiích v období voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2017. Téma je aktuální svou časovou blízkostí a jeho přesah trvá až do dnešních dnů. Zároveň téma nabízí dostatečný časový odstup na to, aby mohly být dopady možných dezinformačních tendencí objektivně vyhodnoceny. Věřím, že má práce také přinese poučení pro podobné situace (ať už se bude jednat o parlamentní či prezidentské volby), které nastanou v budoucnosti.

Ve výzkumu, který je klíčovou částí této diplomové práce, využiji kvantitativní obsahovou analýzu v kombinaci s hermeneutickou textovou analýzou. Celkem na pěti serverech (konkrétně AC24.cz, Aeronet, Czech Free Press, Parlamentní listy a Sputnik Česká republika) budu v časovém horizontu dvou měsíců (měsíc před volbami a měsíc po volbách) sledovat, jaké manipulativní techniky se v jednotlivých článcích objevují, zároveň se zaměřím na zdrojování a žánrovou skladbu těchto webů.

Ze zpravodajských serverů jsem si vybrala celkem pět titulů, které jsou v obecném diskursu často označovány jako „dezinformační“, „antisystémové“ či „proruské“. Z vědecké podstaty práce jsem se však od těchto nálepek musela oprostít. Ač se tak na první pohled nemusí zdát, výběr není založený na prvoplánové selekci na základě nálepkování, nýbrž na několika nezávislých kritériích, které v práci budou blíže popsány.

Ve své diplomové práci nemám v záměru tyto weby demonizovat, jakož spíše otestovat, zda je jejich označování jako „dezinformační“ založeno na reálných faktech.

Hlavním cílem je zjistit, zda se jakékoliv manipulativní techniky na vybraném vzorku a časovém období vyskytovaly či nikoliv, a pokud ano, v jaké míře se tak dělo. Výsledkem bude komparativní analýza těchto webů, díky které budu moci odpovědět na výzkumné otázky a ověřit stanovené hypotézy.

Diplomová práce se dělí na teoretickou a analytickou (praktickou) část. V teoretické části se budu věnovat zejména terminologii dezinformace a souvisejících jevů, dále potom projevům mediální manipulace v digitální éře. Zmíním rovněž problematiku nastolování agendy nebo hybridní války a zaměřím se také na boj proti dezinformačním kampaním a identifikaci jednotlivých manipulativních technik. Část práce se bude také zabývat tématem voleb a vlivu médií na průběh voleb. Teoretická část bude zakončena charakteristikou jednotlivých serverů a argumentací jejich výběru.

V praktické části se potom zaměřím na samotný výzkum. Detailně popíšu metodologii a poté představím výsledky šetření společně s praktickými příklady zasazenými do kontextu. Závěrem ověřím navržené hypotézy.

Co se týče struktury práce obecně, dovolila jsem si mírně se odchýlit od původních tezí diplomové práce, ve kterých je uvedeno odlišné pořadí některých kapitol. Během psaní práce vyplynulo, že pořadí bude lepší upravit pro lepší návaznost a srozumitelnost. Oproti tezím jsem rovněž vyřadila jeden ze zkoumaných serverů (Svět kolem nás), neboť vyšlo najevo, že tento titul produkuje minimum originálního obsahu a ve většině případů přejímá články z webů, které jsou již v analýze zahrnuty. Proto by jeho zařazení přineslo jen minimální přidanou hodnotu.

1. Dezinformace

V následující části se za pomoci odborné literatury pokusím stručně charakterizovat problematiku dezinformací a fake news v médiích, zejména pak s důrazem na aktuální dění. Kapitola vysvětlí důležitou terminologii a zaměří se především na fenomén dezinformace v digitální éře, a to jak u nás, tak ve světě. Zároveň nastíní teoretické koncepty nastolování agendy a hybridní války.

1.1. Definice dezinformace

Co je to dezinformace? V odborných i naučných zdrojích můžeme najít definici tohoto termínu s drobnými odchylkami. Například Oxford Dictionary definuje dezinformaci jako „nepravdivou informaci, která byla stvořena s úmyslem klamat, jedná se zejména o propagandu produkovanou vládní organizací k potlačení moci soupeře či médií“. (Nimmo, 2016, s. 1)

Fallis (2014, s. 625) ve své studii definuje dezinformaci jako „informaci s funkcí klamat“, což vychází ze stejného předpokladu. Podle Fallise je funkce klamat podmíněna alespoň jedním ze dvou případů:

- Zdroj se záměrně snaží, aby informace klamala (příkladem mohou být lži nebo propaganda).
- Zdroj systematicky vydělává na tom, že ostatní klame (jako je to v případě konspiračních teorií).

Fallis (2014) definoval tyto podmínky z toho důvodu, že z dezinformačních sdělení tím pádem vylučují například satiru nebo sarkasmus.

Jak píše Nimmo (2016, s. 1), i když se slovní definice může lehce odlišovat, většina zdrojů vychází ze dvou jasných předpokladů: **dezinformace je informací nepravdivou a tato mýlka je uvedena záměrně s úmyslem klamat.**

Autoři Jowett a O'Donnell (2012, s. 24) píší, že slovo dezinformace, jak ho chápeme nyní, je analogií k ruskému názvu Dezinformatsija, které označovalo divizi KGB zaměřenou na černou propagandu. (černá propaganda viz kapitola 1.2.2.)

Nebezpečí dezinformace tkví pochopitelně v tom, že není pro příjemce snadno rozpoznatelná, vyžaduje dvojitou kontrolu. Nejen, že recipient má odhalit, že informace je mylná, k identifikaci dezinformace musí také zjistit, že tak byla prezentována se záměrem.

Příjemce, který dezinformaci neodhalí, může utrpět škodu emocionální, finanční (například v případě dezinformací ohledně investičních trhů) i fyzickou (dezinformace v otázkách zdravotnictví). (Fallis, 2014, s. 621).

Nimmo (2016, s. 2) navíc připomíná, že záměrné klamání je „útokem na instituci nebo osobu, které se informace týká“.

1.2. Misinformace, propaganda, fake news

Termín dezinformace se často objevuje ve spojení s pojmy misinformace, propaganda, fake news nebo konspirační teorie. Některé z těchto pojmů se zdánlivě překrývají a nepochybně spolu úzce souvisí. Vysvětlení těchto pojmů zároveň napomůže objasnit, proč jsem se ve své studii rozhodla pracovat právě s termínem „dezinformace“, který vnímám jako nejpřesnější a nejkonkrétnější.

1.2.1. Misinformace

Termín **misinformace** je v odborné literatuře sporný. Zatímco Nimmo (2016, s. 1) ji popisuje jako „mylnou informaci, která je uvedena omylem“, Fallis (2014, s. 621) tvrdí, že dezinformace je v podstatě podmnožinou misinformace (jakožto jakékoliv nepravdivé informace, nezávisle na jejím původu). Oxford Dictionary zachází ještě dál, a misinformaci popisuje jako „nepravdivou informaci, zejména pak s cílem klamat.“ (Oxford Dictionary, 2018) Z důvodu, že výklad termínu není v odborné literatuře jednoznačný, rozhodla jsem se s ním v této práci neparacovat a zvolit tak vhodnější termín dezinformace.

1.2.2. Propaganda

Problematika **propagandy** je oproti termínu dezinformace podstatně širší a obtížněji uchopitelná. Je obsáhlým pojmem, který lze definovat několika způsoby. Fenomémem propagandy se od 20. století zabývala celá řada odborníků a mediálních teoretiků.

Jednu z nejstarších definic nabídl americký novinář, teoretik a poradce amerického prezidenta Walter Lippmann, který nazval propagandu „snahou nahradit na pohled na

něco, co je objektem zájmu, nahradit společenský vzor jiným“ (Lippmann, 1997, s. 16) Lippmann svou definici zakládá na tzv. teorii stereotypů, umění propagandistů pak vychází ze schopnosti tyto stereotypy využívat ve svůj prospěch.

Americký politolog Harold Lasswell zase chápe propagandu jako základní nástroj řízení veřejného mínění vládou. Definuje ji jako „ovládání kolektivních postojů prostřednictvím manipulace významnými symboly.“ (Stomatová, 2012, s. 5)

Za zakladatele propagandy jako vědního oboru lze považovat rakouského teoretika Edwarda Bernayse. Propaganda je podle něj „důsledná a trvalá snaha vytvořit a formovat události za účelem ovlivnění vztahu veřejnosti ke společnosti, myšlence, nebo skupině lidí.“ (Bernays, 2004, s. 25)

V současnosti je pojem propaganda chápán ve většině případů pejorativně. Často používaná synonyma používaná k propagandě v obecném diskursu jsou lži, podvod, manipulace či ovládání mysli. Někteří autoři propagandu rozdělují do tří základních skupin podle původce informací a jejich správnosti:

Bílá propaganda pochází od jasně identifikovaného zdroje a informace, kterou přináší, je pravdivá. Jejím záměrem je většinou vykreslit objekt zájmu (například vládní instituci) v dobrém světle a získat si důvěru příjemců. Za bílou propagandu můžeme označit třeba národní oslavy (při níž je vyzdvihován patriotismus), často se objevuje také při reportování z mezinárodních sportovních soutěží, jako jsou Olympijské hry. V těchto případech mají žurnalisté tendenci publikovat pozitivní zprávy a přehlížet například sociální problémy, které s sebou tyto akce přináší. (Jowett, O'Donnell, 2012)

Protipólem bílé propagandy je **černá propaganda**, která na sebe většinou strhne pozornost až ve chvíli, kdy je odhalena. Její nebezpečí tkví v tom, že většinou není znám její zdroj, nebo se jedná o zdroj falešný. Černá propaganda užívá nejrůznější manipulativní techniky, soustřeďuje se spíše na rámování než na explicitní lži. (Newcourt-Nowodworski, 2005)

Jowett a O'Donnell (2012, s. 23) ve své práci spojují dezinformaci s černou propagandou, protože je „skrytá a užívá chybné informace“. Autoři pro lepší pochopení komunikačního procesu navrhli dva modely, jakým dezinformace vzniká a putuje k příjemci. První model se nazývá deflektivní. Propagandista v něm vytváří takzvaný

deflektivní zdroj, který pro recipienty funguje jako zdánlivý původce zprávy. Příjemci si tak informaci s propagandistou nespojí. Druhý model se nazývá legitimizující a je složitější. Spočívá v tom, že propagandista vyšle zprávu tajně do jiného zdroje, díky čemuž se stane legitimní. Tato informace je potom zdánlivě přebrána od „legitimního zdroje“ propagandistou a vyslána k příjemcům.

Poslední skupinou je takzvaná **šedá propaganda**. Tento jev leží někde na pomezí bílé a černé propagandy, neboť jej charakterizují znaky obou typů. Zdroj v tomto případě může, ale nemusí být jasně identifikován, a stejně tak přesnost a správnost informací je značně nejistá. Riziko šedé propagandy tkví v její neurčitosti, všeobecné rozšířenosti a také proto, že zdroj je obvykle maskován a legitimizován příslušným médiem. Šedá propaganda může útočit na ideologii nepřítele, ale zrovna tak se vyskytuje i v komerčním průmyslu. Příkladem jsou například klamavé reklamy na preparáty se zázračnými účinky, filmy a seriály s primárním záměrem product placementu apod. (Jowett, O'Donnell, 2012, s. 23)

Abych shrnula tuto kapitolu, jednoznačnou definici propagandy nalézt nejde, přesto však úzce souvisí s dezinformačními taktikami. Existuje několik forem propagandy, přičemž nejjednodušší je dělení na bílou, šedou a černou, dle otevřenosti zdroje a pravdivosti informací. Propaganda nemusí nutně využívat nástrojů nepravdy. Může zrovna tak pracovat s pravdivými informacemi nebo zatajováním určitých skutečností, což nelze explicitně označit za nepravdu. Dezinformaci však můžeme chápat jako nástroj černé propagandy, která nemá identifikovaný zdroj a užívá nepravdivé informace nebo rámování.

1.2.3. Fake news

Přesnou definici je opět složité nalézt, protože projevy tohoto fenoménu se v průběhu času mění.

Allcott a Gentzkow (2017, s. 213) definují fake news zeširoka jako „zpravodajské články, které jsou záměrně a ověřitelně chybné, a mohou tak uvést čtenáře v omyl.“ Pokud bychom se drželi této definice, pojmy fake news a dezinformace by mohly být velmi příbuzné a volně zaměnitelné. Autoři studie totiž zkoumají především takové fake news, které mají politický background, a zároveň vylučují z této kategorie příbuzné misinformace, mýlky, konspirační teorie nebo satiru.

V jiných titulech odborné literatury je ale tento termín zúžen. Hlavní rozdíl mezi fake news a dezinformací můžeme nalézt v motivu, proč zdroj lživou informaci šíří. Někteří autoři se přiklání k názoru, že fake news jsou zpravidla vytvářeny a šířeny za účelem finančního zisku a maximalizace vlivu na publikum. Nejsou, na rozdíl od dezinformací, spojeny s ideologií nebo vyšší agendou. Ačkoliv se význam fake news v průběhu času mění, jedno zůstává. Fake news se původně pravděpodobně vyvinuly ze satiry, zatímco dezinformace má blíže k propagandě. Ve světě i u nás najdeme webové stránky, které se věnují fake news výlučně a jejich počet roste. Jejich účelem je zejména generace zisku, pozornosti, vyvolání kontroverze či diskuze nad různými tématy. (Vargo, Guo, Amazeen, 2017, s. 4)

1.2.4. Konspirační teorie

Konspirační teorie je navrhovaným vysvětlením určité historické události, za kterou je podle ní zodpovědná agenda mocné skupiny konspirátorů, kteří jednají v utajení. (Keeley, 1999, s. 116) Jinými slovy, konspirační teorie je přesvědčení, že za nevysvětlitelnou událost mohou vlivné tajné organizace.

Podle Allcotta a Gentzkowa (2017, s. 214) je u konspiračních teorií obtížné určit, zda jsou pravdivé nebo ne. Jsou však zpravidla vytvářeny skupinou lidí, kteří v jejich pravdivost věří, což je činí odlišné od dezinformací. Jak již název napovídá, obvykle se navíc jedná spíše o celé komplexní teorie, než o dílčí informace a zprávy.

1.3. Dezinformace v digitální éře

Nelze pochybovat o tom, že dnešní sociální média zjednodušují shromažďování dat a monitorování uživatelů, a nezáleží na tom, kdo je cílovým shromažďovatelem těchto informací. (Meijas, Vokuev, 2017, s. 1036)

S růstem oblíbenosti sociálních médií se objevily i nové způsoby, jak dezinformace používat s větším efektem. Dezinformační kampaně se začaly objevovat jak v tradičních, tak i nových médiích a často odkazují na sebe navzájem.

Existuje rovněž mnoho případů, kdy se dezinformace legitimizovala za použití fotografií nebo videí převzatých z naprosto jiného kontextu. (Meijas, Vokuev, 2017) Takové případy se pochopitelně objevily i v České republice. Internetový server

Aktuálně.cz například upozornil na incident ohledně údajného teroristického útoku v Praze. „V srpnu 2016 na sociálních sítích kolovala informace, že došlo ke krvavému útoku, a spolu s tím byla publikována i údajná fotka z místa útoku, která však pocházela z Bagdádu z roku 2010. Dezinformace se šířila i přes napadené účty některých lidí, proto se stávalo, že se lživé informace objevovaly i na účtech lidí, kteří běžně dezinformace nešíří. Případ tehdy uváděla na pravou míru policie.“ (Aktuálně.cz, 2017)¹

Za těchto podmínek je velmi obtížné oddělit fakta od fikce a téměř nemožné zjistit, kdo je za určitou dezinformační kampaň zodpovědný. Dokonce i komentáře zveřejněné jako reakce na dezinformační zprávu mohou být samy o sobě dezinformační.

Novým znakem těchto dezinformačních kampaní je, že propagandu nešíří pouze samotné organizace nebo státem kontrolovaná média, ale i samotní občané, kteří se aktivně podílejí na dezinformační kampani za účelem prosazení osobních zájmů nebo názorů.

Zatímco informace šířené korporátními nebo vládními organizacemi začínají být přijímány se skepsí a despektem, informace sdílené mezi konkrétními uživateli jsou stále vnímány větší důvěrou, spíše se předpokládá jejich pravdivost a autenticita. Šířením těchto informací navíc uživatelé získávají lepší jakýsi sociální status v online prostředí; získávají publicitu v podobě reakcí na sociálních sítích, sdílení a podobně. (Meijas, Vokuev, 2017)

Tento trend potvrzuje i investigativní studie deníku Aktuálně.cz. Ten tvrdí, že v Česku působí desítky serverů, které šíří dezinformace. U 37 z těchto webů změřil sílu na sociální síti Facebook. Data odhalila, že jejich články každé tři sekundy okomentuje, nasdílí či olajkuje jeden člověk. (Aktuálně.cz, 2017)²

1.3.1. Cloaked websites

Daniels (2009, s. 659) nazývá servery takového typu *cloaked websites*. Jsou to stránky publikované jednotlivci či skupinami, které často skrývají autorství, aby důmyslně zakryli politickou agendu. Podle Daniels tyto stránky často nabízejí články s tematikou nadvlády bílé rasy, rasismu nebo pseudo-vědy, zatímco předstírají náležitost k nějaké oficiální instituci.

¹ Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/valka-dezinformace-fake-news/r~7bfb35b23bb311e7886d002590604f2e/>

² tamtéž

Přestože studie vyšla v roce 2009, tedy před masovým nástupem sociálních sítí, stále v ní můžeme vidět analogie k současnému dění. Za prvé, podobné weby opravdu existují i dnes, a konečně za druhé, Daniels upozorňuje na zajímavý faktor, a to je relevance podobných webů ve vyhledávacích jako je Google nebo Yahoo. Ačkoliv studie dokazuje, že weby šíří dezinformace a propagandu, umísťují se na vysokých příčkách ve vyhledávacích. Jelikož lidé mají tendenci algoritmům vyhledávačů důvěřovat (jinými slovy, věří, že vysoko umístěné příspěvky jsou relevantní), přispívá to k obecnému šíření dezinformací. (Daniels, 2009, s. 667)

Problematikou algoritmů se zabývali také Laybats a Tredinnick (2016) ve své práci. Algoritmy a netransparentnost jejich řízení podle nich přispívá k vytváření sociálních bublin a tím i snadnému uvěření nepravdám.

1.3.2. Agenda-setting a framing

V souvislosti s tématem mediální manipulace, a to zejména v období voleb, se často hovoří také o teorii agenda-settingu (nastolování agendy). S termínem přichází poprvé dvojice mediálních teoretiků Maxwell McCombs a Don Shaw v druhé polovině 60. let 20. století. Základní myšlenkou teorie nastolování agendy je teze, že důraz a význam, který je ze strany médií přikládán určitému problému, ovlivňuje způsob, jakým tento problém vnímá a přijímá publikum. (McCombs, Shaw, 1972, s. 177) Podobnou myšlenkou se před McCombsem a Shawem zabýval Walter Lippmann, který už ve 30. letech minulého století zdůrazňoval moc médií při formování našeho politického i osobního života.

McCombs a Shaw jsou však považováni za autory konceptu, poněvadž nastolování agendy poprvé zkoumali empiricky. Během prezidentských voleb v USA v roce 1968 zkoumali v průběhu tří týdnů, jakou důležitost přikládají čtenáři různým tématům v závislosti na tom, kolik prostoru těmto problémům věnují sledovaná média. Výsledky své práce publikovali Shaw a McCombs v roce 1972 v článku v časopise *Public Opinion Quarterly*.

Šetření prokázalo velmi přesnou korelaci mezi výsledky dotazníků a tématy probíranými v médiích a potvrdilo tak hypotézu, že mediální agenda ovlivňuje agendu veřejnou. Přestože autoři zmiňují, že tento výzkum byl spíše pilotní, nezohledňující sociálně-psychologické faktory (McCombs, Shaw, 1972: 184), podobný efekt byl později

potvrzen i dalšími a rozsáhlejšími studii napříč i mimo USA. (Klusáková, 2015) Ačkoliv z dnešního pohledu se závěry této studie nemusí zdát zrovna překvapivé, v tehdejší době výrazně zasáhly do diskursu mediálních studií, který v té době popisoval účinky mediálních sdělení jako minimální.

Teorii a praxi nastolování agendy se věnoval McCombs i ve své pozdější práci, rozvíjel rovněž některé Lippmannovy myšlenky. Ve své knize *Agenda-setting: Nastolování agendy, masová média a veřejné mínění* píše, že média nám poskytují ořezanou verzi reality, a zdůrazňuje fakt, že agenda-setting se dotýká různých oblastí lidské činnosti, včetně politiky, korporátních machinací, PR a mnohých dalších. (McCombs, 2009, s. 52)

Výzkumem agenda-settingu se od 70. let věnovala celá řada teoretiků, dnes zahrnují výzkumy agenda-setting širokou škálu směrů, které se snaží o popis vzájemné interakce politické sféry, médií a veřejnosti (Nečas, 2006).

Ačkoliv původní teorie nastolování agendy zmiňuje pouze schopnost médií přikládat tématům důležitost a ne názorové ovlivnění publika, přístup k tomuto konceptu se časem změnil. Takzvaný „druhý stupeň“ nastolování agendy se zaměřuje na otázku, za pomoci jakých atributů jsou daná témata v agendě zpracována. (Nečas, 2006). Druhý stupeň nastolování agendy úzce souvisí s pojmy framing (rámování) témat a priming (upřednostnění) témat. Rámování je koncept, ve kterém je mediální obsah zasažen do širšího kontextu, přičemž některé z aspektů medializované reality jsou zdůrazněny či naopak upozaděny. Rámování označuje jak konkrétní rámec mediálního obsahu, tak i proces jeho vzniku. Upřednostnění (s vhodnějším anglickým názvem priming) je naopak často chápáno jako důsledek agenda-settingu, kdy se určitý aspekt stává dominantním. (McCombs, 2009, s. 132-133). To ve výsledku může výrazně ovlivnit i význam sdělení a to, jakým způsobem bude publikum nahlížet na celou problematiku.

Nastolování agendy je dnes přítomno v moderním zpravodajství, dá se říci, že každé médium již předem nabízí určitý úhel pohledu a agendu nastoluje například už jen výběrem témat a jejich prioritou ve zpravodajském servisu. Mediální manipulaci a dezinformaci, kterým se věnuji v této práci, lze klasifikovat spíše jako extrémní formu agenda-settingu intenzivně využívající nástrojů, jako je právě framing či priming.

1.3.3. Hybridní válka

Termín hybridní válka (případně nelinerární válka) se začal v médiích objevovat především po anexi Krymu Ruskou federací v roce 2014. Hybridní válka je chápána jako druh válečného konfliktu, kdy útočník k boji využívá nekonvenční prostředky, jako jsou různé psychologické operace, kybernetické útoky, propaganda, teroristické aktivity či dezinformace. Tyto nástroje se potom nazývají hybridní hrozby. Dalším znakem hybridní války je stírání hranic mezi mírem a válečným střetem.

Jak píše autoři Cullen a Reichborn-Kjennerud (2016), koncept vyjadřuje pohled na nepřítele a stal se jakýmsi chytlavým výrazem, který má omezenou analytickou hodnotu. Autoři vnímají hybridní válku především jako koncept, který popisuje aktuální a budoucí situaci ohledně bezpečnosti. Termín hybridní války se kvůli své konceptuální neurčitosti stal terčem kritiky ze strany některých odborníků. Někteří autoři, které cituji ve své práci, nicméně s termínem pracují, a proto je zde téma okrajově zmíněno.

1.3.4. Kremelský koncept využití dezinformací, krize na Krymu

Přestože principy dezinformace a fake news se v médiích objevovaly snad od počátku jejich existence, mnohé odborné zdroje se shodují, že dezinformační válka ve smyslu, jakém ho chápeme dnes, se rozšířila po vypuknutí ukrajinské krize v roce 2014 a velmi rychle se začala šířit po celé Evropě.

Ukrajinsko-Ruský konflikt v letech 2013-2017 charakterizovala autorka Pasitselska (2017, s. 591) jako období hybridní války, ve kterém hrály zásadní roli informační složky. Ve své studii sledovala, jak oficiální ruské televizní stanice reportovaly o konfliktu a vytvořily tak ideologicky polarizovaný obraz skutečnosti. Zatímco Ruská federace byla vylíčena jako symbol stability a prosperity, Ukrajina byla expresivně popisována jako ztělesnění zla a nacionalismu. (Pasitselska, 2017, s. 606)

Po ukrajinské krizi se znovu začalo více mluvit o propagandě a dezinformačních taktikách ze strany Ruské federace jako o strukturovaném, propracovaném systému. Konflikt mezi Ruskem a Ukrajinou lze analyzovat jako příklad toho, kdy internet zafungoval v prospěch politické moci. (Meijas, Vokuev, 2017, s. 2027). Největší mediální koncerny v Rusku jsou přímo ovládány a kontrolovány Kremlem, nesvazují je univerzální pravidla a ani nepodléhají nezávislé externí kontrole. Kremelský koncept využití

dezinformací se proto liší od propagandy, kterou vidáme na západě, přestože i západní média jsou jí značně ovlivněna.

V roce 2014 došlo k reorganizaci největší ruské sociální sítě VKontakte. Zakladatel Pavel Durov byl zbaven své funkce generálního ředitele a dokonce přinucen prodat svůj podíl ve společnosti. Durov tvrdil, že jeho propuštění bylo odezvou na to, že odmítl na VKontakte zrušit profil aktivistické anti-korupční skupiny Rospil a poskytnout osobní data protestujících federálním bezpečnostním složkám. Durov nakonec opustil zemi a sociální síť VKontakte je od té doby v rukách podporovatelů Kremlu. (Meijas, Vokuev, 2017, s. 1037)

Rusko-ukrajinský konflikt s sebou přinesl nové a daleko důmyslnější dezinformační taktiky, které nejsou na první pohled tolik průhledné jako vládní propaganda. Jak upozorňují Meijas a Vokuev, sociální sítě v tomto případě přinesly nový způsob, jak se do výroby falešných a manipulativních zpráv mohou zapojit zdánlivě "obyčejní občané". (Meijas, Vokuev, 2017, s. 1032)

I samotné komentáře k manipulativním (i běžným) článkům mohou být totiž samy o sobě dezinformační. V Rusku byly dokonce zdokumentovány celé armády placených internetových "trollů", kteří mají za úkol šířit dezinformace a fake news prostřednictvím sociálních sítí.

Existenci takzvané "továrny na trolly" zdokumentovala ruská novinářka z listu Novaya Gazeta, která se nechala najmout jako jedna z pracovníků tohoto zařízení. Továrna, označovaná jako Výzkumná internetová agentura byla údajně založena přítelem Vladimira Putina Evgenyem Prigozhinem. Byly zde zaměstnány stovky pracovníků, kteří denně pracovali pod falešnými profily, a jejím úkolem bylo oslavovat Vladimira Putina na domácích i zahraničních fórech a sociálních sítích. (Meijas, Vokuev, 2017, s. 1033-1034)

V Rusku existuje výjimečný soubor podmínek, kvůli kterému je kremelský přístup k dezinformacím svým způsobem specifický – může za to bezpochyby absence svobody projevu a ochrany lidských práv, regulace telekomunikačních prostředků, slabé právní normy nebo politický tlak k umlčení opozice. Přesto však autoři zmiňují, že i v demokratických režimech vidáme podobné analogie v otázce dezinformací. Oba modely, západní i "proruský" sdílí podobné negativní znaky, jako je třeba zvýhodňování velkých korporací v průmyslu, skrytá spolupráce mezi vládním a privátním sektorem,

shromažďování dat o občanech nebo politický diskurs, který podporuje autocenzuru. Tvrdit proto, že dezinformace jsou výhradně nástrojem propagandy Ruské federace, by bylo velmi zjednodušující. Ze stejného důvodu proto nelze klasifikovat "dezinformační" weby jako proruské bez předchozí analýzy.

1.3.5. Boj proti dezinformacím v České republice

Nutnost věnovat se novým asymetrickým, resp. hybridním hrozbám v České republice vyplynulo z vládou schválené Bezpečnostní strategie ČR v roce 2015. K 1. lednu 2017 potom vzniklo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám. Pracoviště náleží k Ministerstvu vnitra v rámci již dříve existujícího odboru. (MVČR, 2017)

Ve své podstatě se jedná o odborné analytické a komunikační pracoviště. Činnost Centra spočívá v monitorování hrozeb spojených přímo s vnitřní bezpečností státu, jakou jsou incidenty v oblasti terorismu, útoky na měkké cíle a bezpečnostní aspekty migrace, extremismu, hromadných akcí, narušování veřejného pořádku, různé trestné činnosti, ale právě i dezinformační kampaně. Centrum má za úkol tyto problémy monitorovat a přicházet s návrhy věcných i legislativních řešení. Zároveň se věnuje šíření odborných informací a osvětě směrem k laické i odborné veřejnosti. Centrum se zároveň zavázalo pracovat primárně s otevřenými zdroji dostupnými každému a i otevřeně komunikovat s občanskou společností a médií. Hlavním kanálem, který k tomu využívá, je sociální síť Twitter. (MVČR, 2017)

Již před vznikem čelilo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám určité kritice, například ze strany prezidenta Miloše Zemana, který jej spojoval s cenzurou internetu a nazval jej orwellovským "Ministerstvem pravdy". Centrum se však proti podobným výrokům ohradilo a jasně stanovilo body, které v kompetenci mít nebude. Mezi ně patřila právě jakákoliv cenzura či odstraňování obsahu. V Centru pracuje patnáct až dvacet pracovníků. Ačkoliv potírání dezinformací je jen částí pracovní náplně, za první rok vyvrátilo celkem 22 falešných zpráv.

Další organizací, která se intenzivně zabývá studiem dezinformací a hybridní války, je nevládní think-tank Evropské hodnoty. Ta se prezentuje jako „nevládní odborná instituce bránící liberální demokracii“. Vizí Evropských hodnot je svobodné, bezpečné a prosperující Česko ve střední Evropě. Jejím posláním je „čelit agresivním režimům,

radikalizaci uvnitř společnosti, šíření autoritářských tendencí a extrémistických ideologií včetně islamismu.“ (Evropské hodnoty) Věnuje se zejména výzkumné a vzdělávací činnosti.

Součástí think-tanku je strategický program Kremlin Watch, který se specializuje na dezinformační a vlivové operace Ruské federace. Program vychází z předpokladu, že v České republice probíhá politická, ekonomická a mediální dezinformační kampaň, která je součástí hybridní války vedené Ruskou federací proti západním demokratickým státům.

Evropské hodnoty se zabývají problematikou systematicky. Velkou část tvoří publikační činnost, v jejich portfoliu lze nalézt velké množství analýz a výzkumných článků. Mezi zásadní patří například studie o fungování českých „dezinformačních webů“ (Janda, Víchová, 2016), která obsahuje seznam webů doplněný o informace o jejich autorech a charakteristiku obsahů. Evropské hodnoty rovněž společně s agenturou STEM provedly průzkum veřejného mínění, který zkoumal dopady dezinformačních kampaní na veřejnost. Ze sociologického šetření (zahrnujícího 1061 respondentů) vyplynulo, že čtvrtina Čechů věří dezinformacím a dezinformačním projektům. (Janda, 2016)

1.4. Dezinformační taktiky a jejich identifikace

V této kapitole nastíním, s jakými manipulačními technikami se můžeme setkat v online médiích. Nabídnou nejprve výklad z odborné literatury, téma poté konkretizuji na základě zveřejněných populárně-naučných textů, které se snaží varovat čtenáře a podpořit u nich kritické myšlení.

Zatímco definice dezinformace nečiní velký problém, její identifikace v praxi může být velmi komplikovaná. V první řadě jde o to určit, zda je informace pravda či nepravda, což v případě dostupných důvěryhodných zdrojů a důkazů nemusí činit výrazný problém. Jak již bylo zmíněno, problém nastává spíše v druhé fázi identifikace, kdy má recipient určit, zda byla informace uvedena mylně záměrně či omylem nebo neznalostí. Právě touto fází se zabývá Nimmo (2016) ve své práci. Definuje 3 pravidla, která se musí autor dodržet, jinak se dopouští možné dezinformace:

- Verifikace. Všechny podávané informace podléhají důkladnému ověření o jejich správnosti.
- Balanc. Autor musí zajistit názorovou rovnováhu mezi citovanými osobami.

- Kredibilita zdrojů. Autor využívá důvěryhodné zdroje. (Nimmo, 2016, s. 3)
Jaké jsou důvěryhodné zdroje však Nimmo ve své práci nezmiňuje, pro mou práci je taková definice neúplná. Jeho přístup je navíc velmi teoretický, věnuje se především problematice veřejných činitelů a nezabývá se konkrétními manipulačními technikami, které mají příjemci informace šanci rozpoznat.

Autoři Gregor a Vejvodová (2016) ve své výzkumné analýze zmiňují, že manipulační techniky, se kterými se setkáváme v dnešní době, jsou daleko sofistikovanější než ty, které známe z historických období. Na první pohled propagandistický obsah dnes potkáme zřídka. Gregor a Vejvodová (2016, s. 3) ve své práci zkoumali následující taktiky:

- Svalování viny
- Fabulace
- Nálepkování
- Apel na strach
- Názor autora ve zpravodajství
- Relativizace
- Démonizace
- Manipulační video
- Manipulační obrázek

Různé mediální instituce vydaly texty s návody a vodítky, jak rozpoznat dezinformaci nebo fake news (v populárně-naučných textech se tyto pojmy stírají), určené pro širokou veřejnost. Takové texty mají za úkol zvýšit internetovou a mediální gramotnost a zároveň zamezit šíření fake news a paniky.

Manipulační techniky „dezinformačních webů“ například charakterizovala instituce Think Tank Evropské hodnoty. Ta si se svým programem Kremlin Watch dala za úkol „rozkrývat a čelit jednotlivým nástrojům hybridní války Ruské federace zaměřené proti liberálně-demokratickému systému.“ (Víchová, 2016, s.1)

Víchová ve svém reportu zmiňuje deset nejčastějších manipulačních technik, které české „dezinformační weby“ využívají k matení čtenářů:

1. Prvním z nich je **překrucování článků z mainstreamových médií**. Víchová zmiňuje, že citování ze zahraničních mainstreamových médií dodává publikovanému obsahu na zdánlivé kredibilitě, ale problém nastává při interpretaci těchto informací. U takových článků je obtížné posoudit, v jaké fázi komunikačního procesu nastala chyba a ještě obtížněji se určuje, zda byl omyl uveden záměrně.

2. **Používání pochybných odborníků** patří mezi další manipulativní techniky. Dezinformační weby se často uchylují k citování či rozhovorům s lidmi, které nazývají odborníky navzdory jejich nízké klasifikaci. Víchová například zmiňuje incident, kdy web Infowars uveřejnil video s „odborníkem“ Davidem Ickem, který se zamýšlel nad dopady migrační krize. David Icke je ve skutečnosti bývalý fotbalista, který veřejně razí konspirační teorii o apokalypse způsobenou reptiliány (hmyzími humanoidy).

3. Další taktikou je **vytržení z kontextu**. To souvisí také s teorií agenda-settingu a rámcování, o které jsem psala již v kapitole 1.3.2. Většinou se jedná o to, kdy autor přebírá starou zprávu a prezentuje ji v současnosti jako něco šokujícího, anebo dává aktuální, často pravdivou informaci, do neexistujícího vztahu s příčinou nebo důsledkem nějaké události.

4. Jako čtvrtou manipulační techniku autorka zmiňuje **šíření konspirační teorie**. Té jsem se podrobněji věnovala v kapitole 1.2.4.

5. **Vztažení názoru jednotlivce na celou skupinu** rovněž může být silným nástrojem pro šíření dezinformací. Velmi často se takové zprávy objevují v souvislosti s migrační krizí. Jde o generalizaci, která má často šokovat nebo vyvolat pocity strachu u příjemců.

6. Další taktikou je **dehonestace a osobní útok**. Jak píše Víchová, takové útoky se objevují především u originálních, nepřevzatých textů, často obsahují vulgární výrazy.

7. S tím souvisí také **užívání vulgarismů**. Weby, které Víchová označuje jako dezinformační, často využívají expresivní výrazy k podpoření pointy. Vulgarismy navíc probouzí v lidech negativní emoce, se kterými dezinformátoři často pracují.

8. Další taktikou je **nálepkování**, kdy dezinformátoři přisuzují konkrétním lidem, organizacím nebo vládám nepřátelských států vlastnost (nálepku) bez jakéhokoliv zjevného důvodu. Stejně jako je k tomu v psychologii, nálepkovaný subjekt se stává deviantním, stojí na okraji sociální skupiny. Víchova poukazuje například na označování Spojených států amerických zkratkou SS, která implikuje nacistickou organizaci.

9. **Dezinterpretace materiálů**, zejména pak různých průzkumů veřejného mínění, je pochopitelně také dezinformační taktikou. Jedná se o situaci, kdy médium sice čerpá z autentických materiálů, avšak vyvozuje z nich závěry, které z nich nevyplývají. Mohou mít podobu fotografií, videí, ale i výsledků „statistik“.

10. Autorka v posledním případě poukazuje na explicitní **falzifikaci**. Jsou to smyšlené zprávy, jejichž původ není známý. Často není nikde jinde dohledatelný, proto lze poměrně snadno určit, že informace nelze ověřit.

Nezisková organizace NPR fungující jako veřejná rádiová stanice v USA dala dohromady seznam úkolů, díky kterým mohou příjemci jednoduše a sami ověřit fakta v mediálních sděleních na internetu. (Davis, 2016) Patří mezi ně následující kroky:

- Věnovat pozornost doméně a URL. Davis upozorňuje například na koncovky .com.co za adresou, uvádí případ webové stránky abcnews.com.co, která předstírá, že je oficiálním webem televize ABC News.
- Přečíst si sekci „O nás“. Tato sekce může leccos napovědět už jen proto, jakým jazykem je psána. Pokud je zdroj důvěryhodný, měla by také obsahovat informace o vůdčích osobnostech, provozovateli a etických kodexech média.
- Zaměřit se na citace v textu a především na to, kdo je řekl. Rychlá rešerše za pomoci vyhledávače dokáže napovědět, zda se jedná o kredibilní zdroj. Pokud se jedná o významnou osobnost, jako je například prezident, je pravděpodobné, že jeho citace bude nalezitelná i v jiných zdrojích.
- Podívat se na komentáře. Kontroverzní téma pravděpodobně vyvolá diskuzi na sociálních sítích. Jak jsem již zmínila výše, i komentáře mohou být samy o sobě dezinformační, přesto některé z nich mohou pomoci dezinformaci odhalit.

- Obrácené vyhledávání obrázků. Mezi dezinformační taktiky patří manipulativní obrázky, jako jsou fotomontáže, nebo ještě častěji využívání obrazových materiálů v jiném kontextu. Davis navrhuje obrázek nahrát do vyhledávače Google a ověřit, zda se nejedná o podvrh nebo zmanipulování situace.

2. Volby do poslanecké sněmovny

V této kapitole shrnu pravidla organizace voleb do Poslanecké sněmovny v České republice. Poté se zaměřím na průběh parlamentních voleb v roce 2017. Poslední podkapitola nabídne teorii i praktické příklady toho, jaká je funkce médií během volební kampaně i voleb samotných.

2.1. Organizace voleb do Poslanecké sněmovny

Volby do obou komor Parlamentu České republiky se podle Ústavy České republiky konají na základě všeobecného, rovného a přímého volebního práva tajným hlasováním. Parlamentních voleb se může účastnit každý občan České republiky starší 18 let, který je způsobilý k právním úkonům a jehož svoboda není omezena z důvodu ochrany zdraví.

Volby v České republice vyhláší prezident a konají se vždy ve dvou dnech (pátek a sobota). Hlasování probíhá ve stálých volebních okrscích, avšak lze volit i v zahraničí na českých zastupitelských úřadech. Volit lze pouze osobně, korespondenční nebo elektronická volba není v ČR možná. (Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2018)

Oprávnění voliči pro volby do Parlamentu jsou zapsáni do stálého seznamu voličů. Kromě stálého seznamu existuje zvláštní seznam, na který se zapisují voliči, kteří jsou momentálně v nemocnici, porodnici, sanatoriu, ústavu sociální péče, věznicí, policejní cele nebo v obdobném ústavu.

Zvláštní seznamy vedou také zastupitelské úřady ČR v zahraničí, a to pro voliče, kteří mají bydliště mimo území ČR nebo volí na zastupitelském úřadu na voličský průkaz. Ten umožňuje na žádost voliče volit v kterémkoliv volebním okrsku. (Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2018)

První volby do Poslanecké sněmovny ČR se uskutečnily roku 1992, ještě v rámci Československa jako Česká národní rada. Kandidátní listiny, neboli hlasovací lístky, jsou vázány s možností preferenčních hlasů. To znamená, že kroužkováním konkrétních kandidátů může volič posunout konkrétní osobu na kandidátce výše. Se změnou volebního zákona z roku 2006 lze tímto způsobem vykroužkovat až 4 kandidáty. Zároveň se snížilo nutné procento preferencí pro posunutí ze 7 na 5 %. Poprvé se tyto změny uvedly v praxi při volbách v roce 2010.

Poslanecká sněmovna má 200 poslanců volených na dobu čtyř let. Pasivní volební právo (právo být volen) vzniká pro občany České republiky dosažením věku 21 let. Ústava stanoví pro volby do Poslanecké sněmovny volební systém poměrného zastoupení. Do sčítání postupují politické strany a hnutí, které získaly alespoň 5 % platných hlasů na celostátní úrovni, dále dvoučlenné koalice, které získaly alespoň 10 % platných hlasů, trojčlenné koalice, které získaly alespoň 15 % a čtyř a vícečlenné koalice, které získaly alespoň 20 % hlasů. Politické strany, hnutí nebo koalice, které nedosáhly uvedeného procenta hlasů, nepostupují do sčítání a nezískávají žádný poslanecký mandát.

V současné době se jako matematická metoda pro převod hlasů na mandáty využívá D'Hondtův volební dělitel. Tento systém spočívá v dělení počtu platných hlasů získaných ve volebních krajích pro každou z politických stran, politických hnutí a koalic, které postoupily do sčítání, řadou přirozených čísel (1, 2, 3...). Mandáty jsou přidělovány podle velikosti takto vzniklých podílů. Všechny podíly se proto seřadí podle velikosti a vytvoří se seznam tolika podílů, kolik je přidělovaných mandátů v příslušném volebním kraji. V případě rovnosti podílů je pro pořadí rozhodující počet získaných hlasů. Za každý podíl obsažený v seznamu se politické straně, hnutí nebo koalici, o jejíž podíl jde, přikáže jeden mandát.

2.2. Volební kampaň

Zákon o volbách do Parlamentu České republiky reguluje zejména průběh volební kampaně a upravuje její financování. Regulace volební kampaně má přispívat k vytváření rovných podmínek pro všechny kandidáty, zejména pro ty, kteří nevykonávají veřejný úřad a mohou tak být při své propagaci přirozeně znevýhodněni. Druhým důvodem regulace volební kampaně je snaha omezit využívání nekalých prostředků v podobě zveřejňování nepravdivých informací, proti kterým se s ohledem na omezený čas nejde bránit běžnými prostředky.

Zákon stanovuje přesný okamžik zahájení volební kampaně, kterým je den vyhlášení voleb do Parlamentu České republiky. Volební kampaň pak končí dnem vyhlášení celkových výsledků voleb do Parlamentu České republiky.

Podle obecného principu musí volební kampaň probíhat čestně a poctivě, zejména nesmí být o kandidátech a politických stranách nebo koalicích, na jejichž kandidátních listinách jsou uvedeni, zveřejňovány nepravdivé údaje.

Volební agitace šířená prostřednictvím komunikačních médií nebo prostřednictvím velkoplošných reklam musí obsahovat informaci o jejich zadavateli a zpracovateli. Kandidující politické strany, politická hnutí nebo koalice jsou povinny označit svým názvem nebo zkratkou jimi využitě prostředky volební kampaně. (Jakkoli zákonné předpisy hovoří paralelně o politických stranách a politických hnutích, povinnosti uložené zákony jsou pro strany a hnutí totožná). Výdaje na volební kampaň nesmí od roku 2017 přesáhnout částku 90 000 000 Kč. (Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2018)

2.3. Volby do Poslanecké sněmovny 2017

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017 se uskutečnily 20. a 21. října. Volební účast byla 60,84 % (z počtu 8 374 501 voličů v seznamu), tedy celkem 5 060 745 platných hlasů (99,4 %).

2.3.1. Kandidáti

Do voleb se přihlásilo celkem 31 politických stran, jmenovitě, dle čísla kandidátky:

- Občanská demokratická strana, v čele Petr Fiala
- Řád národa - Vlastenecká unie, v čele Antonie Krzemieńová
- CESTA ODPOVĚDNÉ SPOLEČNOSTI, v čele Jaroslav Kuchař
- Česká strana sociálně demokratická, v čele Lubomír Zaorálek
- Volte Pravý Blok www.cibulka.net³, v čele Petr Cibulka
- Radostné Česko, v čele Boleslav Buzek
- STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ, v čele Jan Farský
- Komunistická strana Čech a Moravy, v čele Vojtěch Filip
- Strana zelených, v čele Matěj Stropnický
- ROZUMNÍ – stop migraci a diktátu EU – peníze našim občanům, důchodcům, dětem, zdravotně postiženým... , v čele Petr Hannig

³ oficiální zkratka strany

- Společnost proti developerské výstavbě v Prokopském údolí, v čele Tomáš Krčma
- Strana svobodných občanů, v čele Petr Mach
- Blok proti islamizaci - Obrana domova, v čele Jana Borkovcová
- Občanská demokratická aliance, v čele Pavel Sehnal
- Česká pirátská strana, v čele Ivan Bartos
- OBČANÉ 2011 – SPRAVEDLNOST PRO LIDI, v čele Luděk Adámek
- Unie H.A.V.E.L., bez předsedy
- Česká národní fronta, v čele Ondřej Vrba
- Referendum o Evropské unii, v čele František Matějka
- TOP 09, v čele Miroslav Kalousek
- ANO 2011, v čele Andrej Babiš
- Dobrá volba 2016, v čele Pavol Lukša
- Sdružení pro republiku – Republikánská strana Československa Miroslava Sládka, v čele Miroslav Mládek
- Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová, v čele Pavel Bělobrádek
- Česká strana národně sociální, v čele Michal Klusáček
- REALISTÉ, v čele Petr Robejšek
- SPORTOVCI, v čele Vlastimil Sehnal
- Dělnická strana sociální spravedlnosti, v čele Tomáš Vandas
- Svoboda a přímá demokracie - Tomio Okamura, v čele Tomio Okamura
- Strana Práv Občanů, v čele František Ringočech
- Národ Sobě, v čele Jiří Šoltys

2.3.2. Výsledky, události bezprostředně po volbách

Do Poslanecké sněmovny bylo zvoleno celkem devět politických uskupení: Ve všech 76 okresech získalo nejvíce hlasů hnutí ANO (29,64 % hlasů), které získalo 78 mandátů, následovalo ODS s 25 mandáty, Piráti 22 mandáty, SPD rovněž s 22 mandáty, KSČM s 15 mandáty, ČSSD 15 s mandáty, KDU-ČSL s 10 mandáty, TOP 09 s 7 mandáty a STAN se 6 mandáty.

Krátce po vyhlášení výsledků voleb většina stran jasně deklarovala, že do koalice s vítězným ANO v čele s Andrejem Babišem nepůjdou. Jednat o vládě byly s ANO ochotné pouze strany SPD a KSČM. Vládnout s SPD a KSČM však odmítl sám Andrej Babiš.

Babiš oznámil pokus sestavit menšinovou vládu složenou z členů hnutí ANO a odborníků z praxe. V úterý 31. října pověřil prezident Miloš Zeman předsedu Babiše sestavením vlády.

2.4. Role médií při volbách

Volby a volební kampaně jsou častým předmětem zájmu různých skupin sociálních vědců, včetně těch mediálně orientovaných. Média lze chápat jako aktivní činitele, které mohou zásadním způsobem ovlivnit mediální prezentaci politických kandidátů a stran. (Nečas, 2006)

Samostatnou kapitolou průběhu voleb jsou průzkumy veřejného mínění. Široká veřejnost vnímá průzkumy veřejného mínění jako prognózu voleb, ve skutečnosti se však jedná jen o zachycení vývojových trendů v období před (nebo mezi) volbami, jejich výsledky lze obtížně zobecnit na celou politickou atmosféru. Z těchto důvodů je pro média obtížné korektně informovat o výsledcích výzkumů; poznatky vědy není lehké převést do zjednodušené laické formy, obzvláště v době silící bulvarizace médií. (Nečas et al., 2006, s. 57) Problematika volebních výzkumů úzce souvisí s nastolováním agendy, kterému jsem se věnovala v kapitole 1.3.2.).

Média již nejsou jen přenosovými kanály mezi politickými kandidáty a voliči, ale stala se významnými aktéry ovlivňujícími podobu a způsoby volebních kampaní. (Nečas, 2006, s. 61) Masová média mohou rozhodujícím způsobem přispět k účinnosti volebního boje (Schulz et al., 2004), ovlivnit názory voličů a výsledky voleb samotných. Pokud to vztáhneme na problematiku agenda-settingu a dezinformačních kampaní, lze zjednodušeně říci, že dochází-li k šíření dezinformací o politických kandidátech, může to ovlivnit voliče. Takové ovlivňování je pochopitelně velmi závažnou skutečností, pokud se jedná o případ, kdy je založeno na nepravdě.

V předchozích kapitolách jsem se věnovala teoretickému výkladu dezinformačních kampaní v obecném mediálním prostředí. Z předchozích poznatků můžeme vyčíst, že

dezinformace jsou velmi často motivovány politicky či ideologicky, a proto se v dalších částech budu zabývat zejména tímto aspektem; v praktické části práce budu analyzovat dezinformační tendence v období předvolební kampaně, voleb samotných a povolebním období.

Vliv dezinformací na průběh voleb se v minulých letech stal předmětem diskuze jak v odborném, tak obecném diskursu, zejména v souvislosti s posledními prezidentskými volbami v USA či referendem o tzv. Brexitu. Tématu ovlivňování voleb v České republice se věnovali rovněž autoři z think-tanku Evropské hodnoty (Janda, Krejčí, Víchová, 2018) ve své zprávě. Ta se vztahuje zejména k tehdy budoucím prezidentským volbám, nicméně se týká i narušování demokratických procesů obecně. Autoři podotýkají, že ovlivňování voleb prostřednictvím kybernetického útoku nehrozí (díky absenci elektronického hlasování), ale existuje zde hrozba dezinformačních operací. V České republice můžeme dle zprávy pozorovat kombinaci aktivit dezinformačních webů a následného šíření jejich obsahu prostřednictvím sociálních sítí. Cílem takové kampaně pak může být cokoliv, ať už celkové názorové či ideologické naklonění společnosti, nebo pouze očernění některého kandidáta do Parlamentu či na post prezidenta. (Janda, Krejčí, Víchová, 2018: 6)

3. Charakteristika vybraných serverů

Následující kapitola je již úzce vázaná na výzkum diplomové práce. Čtenáři by měla vysvětlit a odargumentovat, jaké servery budou podrobeny kvantitativní analýze v této práci a proč. Další podkapitoly nabídnou bližší specifikaci samotných serverů.

3.1. Argumentace výběru

Pro svůj výzkum jsem si vybrala celkem pět zpravodajských serverů: Parlamentní listy, AC24, Aeronet, Czech Free Press a Sputnik ČR. Zde bych chtěla uvést důvody pro výběr a zároveň uvést argumenty, proč se tyto servery odlišují od jiných zpravodajských webů a často jsou v obecném diskursu označovány jako antisystémové, proruské nebo dezinformační.

3.1.1. Vizualizace propojenosti zpravodajských serverů

V souvislosti s klastrováním serverů bych ráda zmínila vizualizaci od datových žurnalistů z blogu Data Boutique (Krsová, Šlerka, 2015), kteří zkoumali propojenost různých zpravodajských serverů na českém internetu. V roce 2015 uveřejnili vizualizaci, která zobrazuje abstraktní blízkost webových stránek na základě chování aktivních uživatelů reagujících na příspěvky těchto stránek na Facebooku. Výsledek této studie naznačil existenci tří tematických klastrů, které autoři nazvali jako „proruský, mainstreamový a alternativní“.

Vizualizace rovněž ukázala, že tři z webů zaujímají v grafu zvláštní roli, fungují jako takzvané „vstupní brány“ do jednotlivých klastrů a zároveň stojí na pomezí. Graf ukazuje, že tím, který stojí na pomezí takzvané proruské a mainstreamové žurnalistiky, je server Parlamentní listy, kterému se budu v této práci nadále věnovat. Vizualizace rovněž potvrdila hypotézu o příslušnosti takzvaně proruských serverů do jednoho klastru, který je evidentně odlišný od ostatních dvou. Všechny mnou sledované weby - AC24, Aeronet, Czech Free Press a Sputnik ČR - leží právě uvnitř této skupiny. (Krsová, Šlerka, 2015) ⁴

⁴ Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/113772071738/tzv-prorusk%C3%A9-zpravodajsk%C3%A9-weby-na-facebooku-1>

Je nutné podotknout, že celá studie je založená na zkoumání chování lidí, kteří se aktivně zapojují do interakce s obsahem. Základní idea této studie pochopitelně stojí na předpokladu, že tematicky podobné stránky přitahují podobné lidi. To pochopitelně pro jednoznačné „nálepkování“ serverů a klastrů nestačí. Všeobecně rozšířené označení „proruský“ je navíc pro vědecké účely zavádějící a nevhodné. Existují však další aspekty, které indikují, že servery, kterými se dále budu zabývat, se odlišují od mainstreamových médií a lze je tak označit za antisystémové.

3.1.2. Studie Masarykovy univerzity

Zásadním vodítkem při designu výzkumu, především pak při výběru manipulativních technik, byla práce Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech, která vznikla v roce 2016 na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity.

Výzkum se zabýval velmi příbuzným tématem, tedy sledováním taktik, které se snaží manipulovat s názory čtenářů. Autoři Gregor a Vejvodová (2016, s. 1) vybrali z deseti nejčtenějších ty, které jsou často označovány za dezinformační. Mezi tyto zařadili Parlamentní listy, AC24.cz, Svět kolem nás a Sputnik ČR. Cílem analýzy bylo na vybraných serverech zjistit, zda a případně v jaké míře se na nich vyskytují propagandistické manipulativní techniky a zda jejich zpravodajství straní Rusku či výrazně kritizuje západ, tedy USA, EU či NATO.

Výsledky analýzy ukázaly, že manipulace na sledovaných webech se projevovala především prostřednictvím „skrytých“, komplikovanějších technik, jako je svalování viny, fabulace nebo nálepkování. „Explicitní“ techniky, například manipulativní obrázek nebo video, se vyskytovaly minimálně.

Pro svůj výzkum jsem se rozhodla zvolit obdobné proměnné pro manipulativní techniky (více v kapitole 4., zároveň jsem si vymezila pět sledovaných webů a jiné časové období úzce svázané s tématem parlamentních voleb (20.9.-20.11.2017).

3.1.3. Finální výběr

Cílem finálního výběru konkrétních webů bylo zároveň zachytit diverzitu anti-systémových webů. Každý z pěti vybraných serverů totiž stojí na jiných principech, ať už se jedná o obsah, profesionální strukturu nebo financování.

Parlamentní listy v této skupině reprezentují web, který stojí na pomezí klastrů, zároveň ale působí dojmem vazby na oficiální instituce. AC24.cz je vedeno jako malý soukromý projekt, zatímco Aeronet je kompletně anonymní platformou se skrytým způsobem financování. Czech Free Press, který vychází v několika jazycích, využívá k financování vlastní podnikatelskou činnost (stránky obsahují e-shop s konopnými prostředky) a Sputnik Česká republika (dále jen jako Sputnik ČR) je globální zpravodajskou platformou, která je, jako jediná, oficiálně financována z prostředků Ruské Federace.

V tezi diplomové práce jsem ve vymezení materiálu uvedla rovněž server Svět kolem nás, ale ve finálním výzkumu jsem se toto médium rozhodla vynechat. Při hlubší rešerši vyšlo najevo, že Svět kolem nás produkuje velmi nízké procento vlastních textů a povětšinou pouze přebírá texty od serverů, které mám již ve své práci zahrnuty. Doména je registrována na Ondřeje Geršla, vlastníka webu AC24.cz, a na facebookovém profilu jsou sdíleny především příspěvky z webu AC24.cz. Z tohoto důvodu jsem Svět kolem nás ze seznamu vyřadila, neboť by pravděpodobně nepřinesl žádnou vypovídající hodnotu.

Vybrané servery blíže charakterizují v následující kapitole.

3.2. Představení jednotlivých serverů

3.2.1. AC24.cz

Server AC24.cz nese podtitul Nezávislé zpravodajství z celého světa aneb Co se jinde nedozvíte. V záložce „O projektu“ můžeme najít následující informace:

„Česká mediální scéna podléhá propagandě mocenských kruhů, myšlenkové lenosti a zjednodušené představě světa do té míry, že se na stránkách novin a v televizním zpravodajství málokdy dozvíme něco podstatného o dění v dnešním světě, který prochází obrovskou revolucí na všech úrovních.

Nechceme stavět svou existenci na kritice kolegů-novinářů, ostatně v redakcích pracuje řada schopných a čestných lidí, ale bohužel celkové vyznění mainstreamových médiích je tristní. A proto vzniklo AC24, jako alternativa k oficiální ČT24 a spol. Zkoumáme kriticky události na světové a domácí politické scéně, přemýšlíme, co se děje

na pozadí událostí. Dáváme prostor provokativním hlasům. Nabízíme čtenáři prostor k porovnávání a přemýšlení.“ (AC24.cz, 2012)

Web AC24.cz vznikl v roce 2011, jeho vydavatelem je Ondřej Geršl (jakožto šéfredaktor i vlastník domény) a provozovatelem společnost AC24 s.r.o., do jejíhož portfolia patří také tištěný měsíčník Vědomí, fungující na principu předplatného. Financování podle tvůrců pochází z darů a reklamy. V obchodním rejstříku je u AC24 s.r.o. jako jednatelka uvedena Kateřina Schleifer. (Neovlivní.cz, 2015)

Stránky AC24.cz mají velmi jednoduchou strukturu. Obsahují pouze 2 hlavní rubriky – Z domova a Ze světa – dále rubriku Časopis Vědomí, která je přímým odkazem na výše zmíněný měsíčník, a záložku Videodokumenty, která obsahuje odkazy na dokumenty k různým tématům.

Veškeré články se tudíž nachází v rubrice Z domova nebo Ze světa, aniž by byly rozčleněny tematicky nebo žánrově. Zpravodajství není nijak odděleno od názorových textů a publicistiky, v drtivé většině jsou příspěvky prezentovány jako faktické články.

Autorství u článků zpravidla není uvedeno, ačkoliv je v tiráži zmíněno více než 50 domácích i zahraničních přispěvatelů, mezi nimi například česko-americký novinář Erik Best, podnikatelka Markéta Šichtařová nebo politik Ivo Vašíček. Tito autoři však zpravidla píšou a komentují i pro jiná média nebo vlastní blog a AC24.cz tyto texty přebírá. Není možné určit, zda jsou na webech tyto texty publikovány samotnými autory, nebo zda je server přebírá bez jejich vědomí. (Evropské hodnoty, 2016)

3.2.2. Aeronet

Aeronet neboli AE News (zkratka pro American European News) je anonymně provozovaný zpravodajský server. O serveru Aeronet chybí oficiální údaje o vedení, redakci i původu zdrojů. Sídlo společnosti je uvedeno v New Yorku. Podle webu think-tanku Evropské hodnoty doména existuje již od roku 2001, ale ve své současné, veřejné podobě začal web fungovat až po anexi Krymu Ruskou federací. Šéfredaktor vystupuje pod přezdívkou Vedoucí kolotoče (nebo zkráceně VK). Financování je podle webu zajištěno stoprocentně z darů čtenářů.

Kontaktní údaje na webu odkazují na American European News, B. V., na nizozemské adrese v Eindhovenu, podle investigativní reportáže časopisu Ondřeje Kundry pro časopis Respekt ale firma na adrese nesídlí. (Kundra, 2016) Díky této investigativní reportáži je nyní také známo, že jedním z center Aeronetu je havířovský byt zaměstnance ArcelorMittal Mariána Rohályho, který spravuje finanční účty serveru.

Vlastní popis webu zní: „AE News (American European News) je nezávislý internetový zpravodajský portál připravovaný českými a slovenskými krajany žijícími v Holandsku, Rusku a v USA. Přinášíme informace z alternativních zdrojů, dešifrujeme politické události, dezinformace a mediální propagandu a píšeme o dopadech a souvislostech. U nás píšeme bez cenzury, bez politické korektnosti, bez servilních postojů k palčivým problémům z domova i ze světa.“ (Aeronet, 2018)

V záložce Ochrana soukromí lze, společně s karikaturou Baracka Obamy, nalézt následující text: „Na našem serveru zachováváme přísnou ochranu soukromí našich čtenářů. Uživatelské emaily nesdílíme s žádnou třetí stranou, nearchivujeme IP adresy. Nemůžeme však zaručit, že toto neprovádí bez našeho vědomí NSA nebo jiná organizace vrtající se v soukromí obyčejných lidí. Pokud chcete být v bezpečí, nechoďte na internet.“ (Aeronet, 2018)

Bezpečnostní informační služba označila v roce 2014 ve svých zprávách Aeronet.cz za zdroj nebezpečné ruské propagandy. Ministerstvo vnitra České republiky vede Aeronet.cz na seznamu webových stránek šířících dezinformace.

Podobně jako web AC24.cz, Aeronet má velmi jednoduchou strukturu rubrik: Z domova, Ze světa, Z internetu, Blogy, Videá. Články nejsou jinak žánrově ani tematicky rozčleněny. Jelikož se jedná o anonymně provozovaný web, autoři článků nejsou podepsáni, popřípadě se skrývají za přezdívku. Články se vyznačují dlouhými titulky (200 znaků a více), které slouží zároveň jako perex.

3.2.3. Czech Free Press

Web Czech Free Press – České nezávislé zpravodajství , zkráceně CFP! se na svých stránkách prezentuje jako „nezávislý zpravodajský internetový portál, který přináší nestranný pohled na dění kolem nás, nezávislý pozorovatel, který vidí za roh i za scénu mediálních „divadelních“ představení.“ (Czech Free Press, 2018)

Web má mnoho podtitulů, kromě přízviska České nezávislé zpravodajství také SVOBODA INFORMACÍM nebo Vlajková loď českého nezávislého webu.

Podle webu Think Tank Czech Free Press vznikl v srpnu 2009. (Evropské hotnoty, 2016) Šéfredaktorem je Miroslav Suja, seznam zbývajících členů redakce není znám. Velká část textů je převzatá, některé jsou ale bez podpisu, tudíž nelze posoudit, odkud pocházejí a zda jsou původní. Na webu je možné publikovat blogy. Mezi časté přispěvatele patří například Lukáš Lhořan, Ladislav Kašuka nebo Emil Kalabus.

Web je oficiálně financován z reklamy, finančních darů a také z prodeje triček s vlastním logem. Součástí webu je i e-shop, kde je možné koupit propagační materiály (trička, placky, kredity) a různé přípravky z konopí v kategorii Zdraví.

Šéfredaktor Miroslav Suja je uveden rovněž jako vydavatel. Držitelem domény je Ondřej Šťovíček, který je také autorem na webu.

Obsah tvoří různé články zpravodajského charakteru, blogy a komentáře. Rubriky dělí Czech Free Press na Z domova, Ze světa, Speciály CFP! , Blogy a Audiovizuály CFP! Tyto rubriky se potom rozpadají do dalších podrubrik. Zajímavostí je, že články vychází na webu v šesti jazycích – češtině, angličtině, francouzštině, ruštině, němčině a španělštině. Kromě toho vychází některé články ve slovenštině. Registrovaní uživatelé mohou nejen komentovat, ale také hodnotit kvalitu článků.

3.2.4. Parlamentní listy

Web www.parlamentnilisty.cz funguje od roku 2008, přičemž jeho tištěná verze začala vycházet o pět let dříve.

Podle informací dostupných na vlastních webových stránkách Parlamentní listy provozuje společnost OUR MEDIA a.s., jejímž ředitelem je Jan Holoubek. Šéfredaktorem

Parlamentních listů je Marek Bláha. Záložka „O nás“ rovněž nabízí profily některých redaktorů s fotografiemi a pracovní e-mailovou adresou. (Parlamentní listy, 2018)

Manipulativní techniky na webu Parlamentních listů zkoumali v roce 2016 odborníci z Masarykovy Univerzity v Brně, kteří zveřejnili práci s názvem Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech. Spoluautor a politolog Miloš Gregor pro Českou televizi uvedl, že „Parlamentní listy jsou vnímány jako přechod mezi seriózními médii a šedou zónou prokremelské manipulace. Podle našich dat jsou ale co do obsahu stejné jako například AC24 a s manipulativními technikami (v oblasti tématu zahraniční politiky) se u nich setkáváme dokonce častěji než třeba u Sputniku. Což je o to vážnější, že čeští politici je vnímají jako standardní prostor pro svoji prezentaci.“ (Česká televize, 2016)

Jak již bylo zmíněno výše, podle analýzy Data Boutique z roku 2015 stojí Parlamentní listy na abstraktním pomezí mezi mainstreamovými a proruskými médii. (Krsová, Šlerka, 2015) Podobného výsledku se dobrali i autoři studie Masarykovy univerzity, kteří ve své práci měřili četnost jednotlivých manipulativních taktik. Nejčastější z nich – svalování viny – se na Parlamentních listech objevila v 55 % případů u zahraničních zpráv. Pouze 40 % článků odkazovalo na zdroj. (Gregor, Vejvodová, 2016)

Manipulativnímu charakteru média nahrává fakt, že webové stránky i tištěná verze obsahují prvky, které působí dojmem, jako by je vydávala státní správa. Zavádějící je nejen název Parlamentní listy, server v minulosti rovněž užíval státního znaku v záhlaví, vůči kterému v roce 2012 Poslanecká sněmovna ČR vydala prohlášení. V něm se od serveru distancovala a uvedla, že články žádným způsobem neodrážejí její stanoviska.

V červnu 2017 informoval server Aktuálně.cz o tom, že Ministerstvo vnitra České republiky vede Parlamentní listy na seznamu webových stránek šířících dezinformace. Svě tvrzení server opírá o interní informace od „vysoce postaveného zdroje z ministerstva vnitra“. Parlamentní listy tuto informaci v lednu 2018 popřely. (Aktuálně, 2016)

V roce 2014 získaly Parlamentní listy anticenu Křišťálové lupy za porušování principů seriózní žurnalistiky u tzv. alternativních online médií. (Evropské hodnoty, 2016)

Parlamentní listy disponují větším množstvím rubrik a podrubrik. Zpravodajství je zastoupeno v souhrnné rubrice zprávy, zatímco v dalších rubrikách se mísí různé

žurnalistické žánry, které však nejsou na webu nijak specifikovány. Boční panel nabízí další funkce, jako rubriku Politici voličům, profily aktivních politiků, kterým lze položit dotaz, nebo tiskové zprávy.

3.2.5. Sputnik ČR

Sputnik Česká republika je českou verzí ruského média a tiskové agentury a rozhlasové stanice Sputnik, dříve známé jako Hlas Ruska. Sputnik vychází více než ve 30 jazycích, česká verze webu začala vydávat články v lednu 2015.

Podle českého webu je Sputnik „informační agentura, jejímiž produkty jsou zpravodajství, internetové portály a stránky na sociálních sítích, mobilní aplikace, rádia a multimediální tisková centra.

Hlavní kancelář Sputniku se nachází v Moskvě. Regionální kanceláře se nacházejí v klíčových regionech a zemích po celém světě, a to i v USA (Washington), Číně (Peking), Francii (Paříž), Německu (Berlín), Egyptě (Káhira) a Spojeném království (Londýn a Edinburgh). Agentura vytváří zpravodajství o světové politice a ekonomice, je orientována na světovou veřejnost.

Značka Sputnik oficiálně vznikla 10. listopadu 2014 v rámci ruské mediální skupiny Rossia Segodnia. Redakce Sputniku nyní pracují ve více než 30 jazycích včetně angličtiny, španělštiny, francouzštiny, němčiny, arabštiny, čínštiny a dalších. Zpravodajství Sputniku pracuje nepřetržitě v anglickém, španělském, arabském a čínském jazyce.“ (Sputnik, 2016)

Sputnik, jehož motto zní „Mluvíme o tom, o čem jiní mlčí“, je jediným portálem z analýzy, který otevřeně přiznává, že je financován Ruskou federací. Informace o redakci však není možné dohledat, jako šéfredaktor je uveden Anisimov A.S., články na webu jsou z velké části nepodepsané a jako adresa redakce je uvedena pouze emailová adresa.

Web Sputnik ČR skutečně vypadá jako profesionální zpravodajský server, v jehož záhlaví můžeme najít datum, čas nebo předpověď počasí. Texty spadají do rubrik: Hlavní, Svět, ČR, Slovensko, Politika, Byznys, Názory, Světový tisk, Multimédia a Videoklub. Názorové texty a komentáře jsou navíc označeny na konci titulku slovem Názor.

Specifickým formátem jsou živé blogy z různých ruských akcí či projevů ruského prezidenta.

4. Metodologie

4.1. Druhy analýzy mediálních obsahů

Schulz (2011, s. 29) rozlišuje dva metodické přístupy k analýze mediálních sdělení, které se od sebe významně liší.

První z nich je **kvantitativní obsahová analýza**, která se vyznačuje vysoce strukturovaným a selektivním procesem. Vychází ze sociálněvědních metod měření a při jejím použití se obsah zkoumá na základě jasně definovaných znaků a formulovaných pravidel. Díky tomu je možné zpracovat tímto způsobem větší množství textů, vyznačuje se objektivitou i ověřitelností.

Kvůli kvantitě materiálu a také vzhledem k určité kontroverzi tématu považuji za důležitý důraz na neutralitu a objektivitu, proto jsem si zvolila kvantitativní obsahovou analýzu hlavní metodou mého výzkumu. Cílem této metodologie je zjistit, jaké dezinformační tendence se objevují či neobjevují ve sledovaných mediálních sděleních, v jaké kvantitě a frekvenci.

Druhou metodologií, kterou Schulz zmiňuje, je **hermeneutická obrazová a textová analýza**, která vychází z literárně vědní textové interpretace a odhaluje skryté hlubší struktury pod povrchem sdělení. Je charakteristická mírou otevřenosti a subjektivity. Výsledek je tak spjatý s osobou, která výzkum provádí. Hermeneutická analýza nepracuje s exaktními daty zanesenými do kódovacího archu (tak jako je tomu u obsahové analýzy), ale snaží se odhalit různé autorské záměry nebo argumentační struktury.

Jelikož Schulzův výklad metodologie umožňuje i smíšené formy obou typů, hermeneutickou analýzu jsem využila jako doplňkovou metodu, kterou jsem aplikovala na konkrétní výsledky, které vzešly z analýzy kvantitativní.

Cílem této metody bylo zasadit výsledky kvantitativního šetření a veškeré proměnné do širšího kontextu, který jsem nastínila v teoretické části práce. Kvantitativní metoda totiž sice nabízí tvrdá data, podíly a závislostní korelace kategorií, ale nenabízí vysvětlení různých jevů ani jejich příčinu. (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 110) Již během kvantitativního šetření jsem se proto snažila zachytit určité vzorce, které následně demonstruji na konkrétních příkladech.

Jedna podkapitola analytické části se bude také věnovat takzvané kauze lithium, která ve sledovaném období získala velkou mediální pozornost. Zajímavost kauzy v kontextu této práce spočívá v tom, že zprávu o takzvaném megatunelu lithia poprvé vypustil sledovaný web Aeronet a v mainstreamových médiích se o této kauze později hovořilo jako o dezinformační kampani. Kauza lithium byla velmi důležitou událostí v kontextu voleb, neboť se dostala do oficiální volební kampaně politických stran, a to navzdory faktu, že se s velkou pravděpodobností jednalo o dezinformační kampaň. Z těchto důvodů si v mé práci zaslouží zvláštní prostor.

4.2. Zadání výzkumu

4.2.1. Výběrový soubor

Jádrem kvantitativní obsahové analýzy je konstrukce obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou zkoumané jednotky nabývat. (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 106) Tyto kategorie jsem vystavěla a priori, tedy před samotným sběrem dat na základě teoretické přípravy, kterou jsem popsala v teoretické části práce.

Výběrový soubor šetření jsem si vymezila v několika rovinách. Jelikož jsem ve své práci chtěla zmapovat politické efekty předvolebního a povolebního boje, sledované období jsem stanovila jeden měsíc před až jeden měsíc po volbách do Poslanecké sněmovny (20.9.-20.11.2017). Jak již bylo řečeno výše, vybrala jsem si pět médií, ze kterých jsem vyfiltrovala všechny články, které v daném časovém období obsahovaly klíčová slova „volby“ a „české“. To zajistilo vysokou relevanci, protože do výběru tím pádem nespadały články věnující se zahraniční politice. V mém záměru bylo získat pro výzkum nejen články, které by se týkaly mapování průběhu voleb, ale zároveň i takové, které se zdánlivě věnují jiným tématům, avšak volby nějakým způsobem zmiňují (třeba i okrajově); proto mohly teoreticky manipulovat s názory čtenářů a ovlivnit jejich rozhodování u voleb. K tomuto účelu byla volba daných klíčových slov naprosto vyhovující. Pro sběr článků jsem využila mediální archiv Newton (konkrétně pro servery AC24.cz a Parlamentní listy) a fulltextové vyhledávání přímo na stránkách serverů (v případě těch, které nebyly obsaženy v mediálním archivu, tedy Aeronet, Czech Free Press a Sputnik ČR).

Při pilotním výzkumu vyšlo najevo, že mezi počtem relevantních článků (a obecně počtem vydávaných článků) u konkrétních webů je velký nepoměr. Zatímco u čtyř z webů se pohybovaly v řádu desítek, Parlamentní listy vyprodukovaly celkem 1566 článků. Konkrétní čísla vypadala následovně:

- AC24.cz: 11
- Aeronet: 22
- Czech Free Press: 33
- Parlamentní listy: 1566
- Sputnik ČR: 42

Z podstaty výzkumu mi přišlo vhodné, aby velikost vzorku byla u všech analyzovaných webů srovnatelná. Z toho důvodu jsem se rozhodla zanést do kódovací knihy další podmínku a omezit horní hranici počtu článků číslem 50. V případě Parlamentních listů jsem provedla náhodný výběr.

4.2.2. Proměnné

Proměnné, které už se týkají přímo manipulativních technik, jsem definovala na základě předchozí teoretické přípravy, kterou jsem popsala v teoretické části práce. Všechny proměnné jsou přehledně uvedeny v kódovací knize (Příloha 1). Nejprve jsem se zaměřila na zdroje informací (P3), což se dotýká kredibility zdrojů, kterou popisuje ve své práci Nimmo (2016, s.3) a zároveň je důležitým nástrojem pro rozpoznávání dezinformací a hoaxů. Různé zdroje se shodují, že takzvané dezinformační weby mají zdrojování problematické nebo dokonce žádné.

Čtvrtá proměnná (P4) se zaměřuje na konkrétní manipulační techniky, které ve své práci popisuje Víchová a Gregor s Vejvodovou. Já jsem výklady autorů zkombinovala a zároveň vyloučila ty taktiky, které byly duplicitní nebo se nějakým způsobem překrývaly. V takovém případě jsem je předefinovala. Výsledkem je celkem osm proměnných, které jsem označila pod hlavičkou P4 písmenem. Všechny z těchto proměnných mají buď hodnotu 1 (ano) nebo 0 (ne) s výjimkou falzifikace. U této taktiky je to komplikovanější, protože stanovení a ověření nepravdivé informace není v některých případech stoprocentně možné. Hodnota 1 tedy označuje ověřenou nepravdu (na základě několika kredibilních zdrojů), hodnota 2 se potom užívá pro zmíněné nejasné případy a označuje velmi

pravděpodobnou nepravdu. Takové označení je užito zejména v takovém případě, že informaci nelze nikde jinde dohledat (nebo jen přes odkazy na nedůvěryhodné zdroje, servery ze stejného „dezinformačního“ klastru apod.), popřípadě informace pochází od „tajného zdroje“ bez předložení dostatečných důkazů.

Stejně tak jsem předefinovala proměnnou vyjádření autora ve zpravodajství, jejíž kódování podle Gregora s Vejvodovou není dostatečné. Některé z webů totiž mezi zpravodajstvím a publicistikou nerozlišují. Nejen, že hranice se stírají, ale publicistické články většinou nejsou nijak označené. Proto jsem musela tuto manipulativní techniku definovat pomocí dvou proměnných – „charakter článku“ a „článek obsahuje názor autora“. Tato definice by měla být přesnější a vychází z ní i první hypotéza, která předpokládá, že některé články budou obsahovat názor autora i přesto, že nejsou označeny jako publicistické.

V následující části práce bych ráda nejen prezentovala číselné výsledky analýzy, ale rovněž se zamyslela nad důvody, motivy i tematickým zaměřením článků. Zároveň uvedu několik konkrétních příkladů k lepší demonstraci problematiky. Pro zaznamenání konkrétních znaků a orientaci v tematických vzorcích (o kterých jsem hovořila v kapitole 4.) jsem použila štítky. Ty posloužily jako ulehčující nástroj za tím účelem, abych mohla později zasadit různé proměnné do širšího kontextu. Přehledně jsem metodologii shrnula v kódovací knize (viz Příloha 1), která slouží jako pracovní návod i dokumentace k ověření výzkumu.

4.2.3. Výzkumné otázky a hypotézy

Pro konkrétnější podobu analýzy jsem si stanovila výzkumné otázky, ze kterých následně vychází i hypotézy výzkumu. Otázky i hypotézy napomáhají k lepší organizaci výzkumu a zároveň i jeho uspořádání a systematizaci. V závěru výzkumné zprávy uvedu ověření konkrétních hypotéz.

Výzkumné otázky:

1. Vyskytují se na daných serverech znaky mediální manipulace? Pokud ano, jaké manipulativní techniky k ní využívají?
2. Jaké dané servery využívají zdroje informací?
3. Jaký je na těchto webech podíl manipulativního obsahu vůči neutrálnímu?

4. Který ze serverů produkoval největší podíl manipulativních článků?

Hypotézy:

H1: Názor autora budou obsahovat i články, které nejsou označeny jako publicistika.

H2: Nejčastější manipulativní technikou v souhrnu bude svalování viny.

H3: Aeronet.cz bude využívat manipulativní techniky v nejvíce procentech případů.

H4: Více než 20 % článků nebude odkazovat na žádný zdroj.

H5: AC24.cz bude používat expresivní výrazy v nejvíce procentech případů.

5. Výsledky šetření

5.1. Výsledky pro jednotlivé servery

5.1.1. AC24.cz

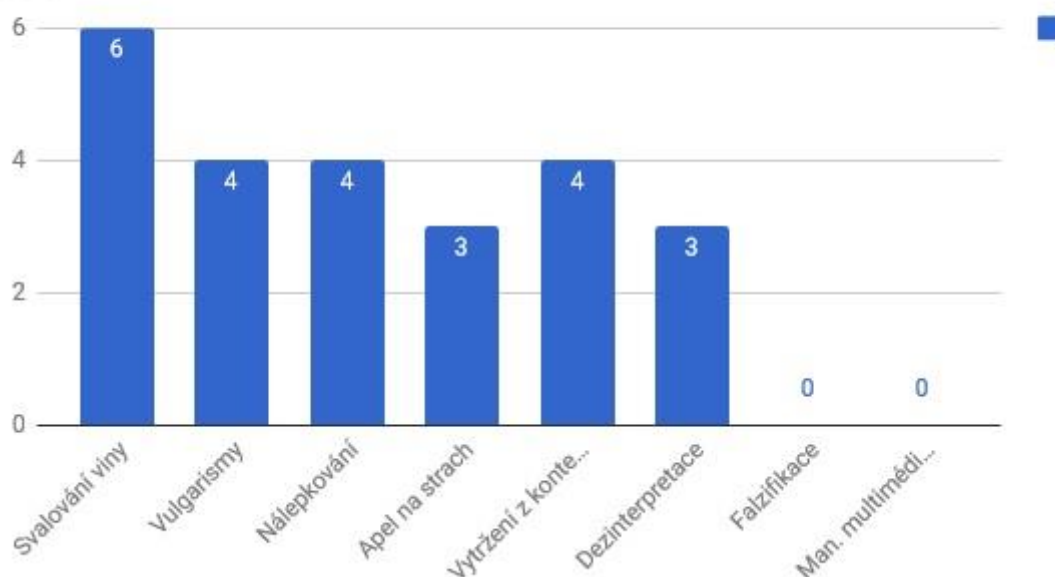
Na webu AC24.cz vyšlo ze všech sledovaných serverů nejméně článků k tématu, konkrétně jedenáct. Web AC24.cz má evidentní minoritní zaměření na domácí dění a svou pozornost koncentruje především na zahraniční politiku, což se nepochybně promítlo do tohoto výsledku.

Většina článků média byla publicistického charakteru, přičemž názorové články byly označeny v titulku ve formátu Autor: Znění titulku. Ostatní druhy nebyly nijak označeny a nešlo je tedy zařadit do publicistiky ani zpravodajství. Devět z jedenácti zpráv však vyjadřovalo názor či stanovisko autora, pouze v jednom případě u neoznačené zprávy.

V osmi případech z jedenácti se v článku vyskytovala některá z manipulativních taktik. Ani v jednom případě nešlo o falzifikaci ani manipulativní médium, nejčastější taktikou bylo svalování viny (celkem šestkrát, tedy v 55 % všech článků), nálepkování (čtyřikrát, ve 36 % případů) a vytržení z kontextu (stejně jako nálepkování). Celkem tři články byly neutrálního charakteru bez použití manipulací, zatímco v sedmi případech (64 %) se v článku vyskytovalo dva a více manipulativních znaků.

Manipulativní taktiky na AC24.cz

Graf 1

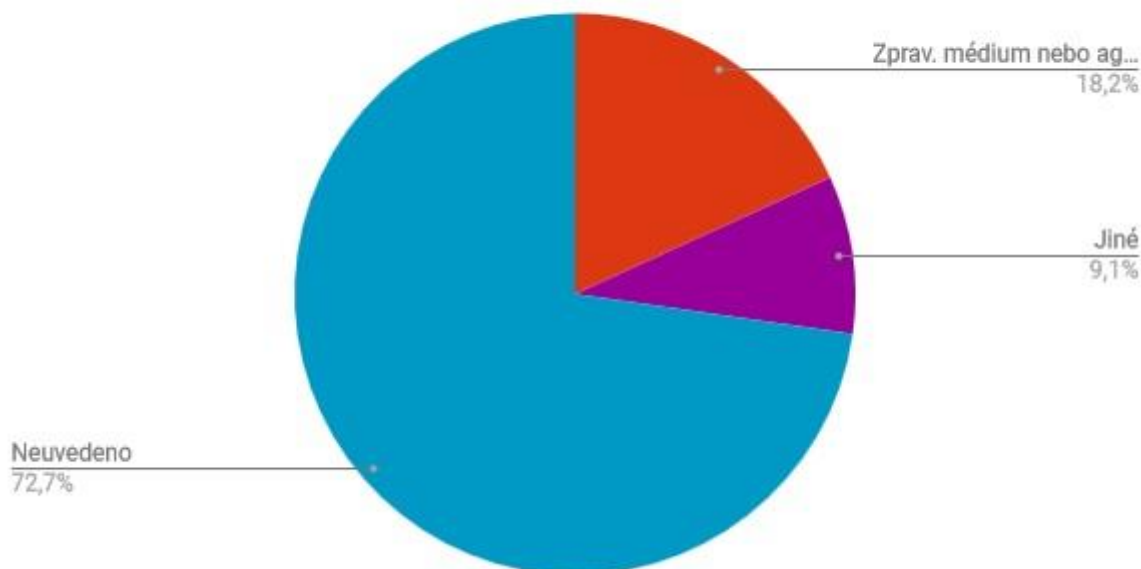


Pokud se vrátím ke svalování viny, AC24.cz obviňuje celou škálu institucí nebo jevů, kterou poměrně dobře shrnuje článek Stanislav Novotný: Pátek nešťastný je den aneb česká volba. Autor zde uvádí Evropské unii či „sorosovsky řízenou migraci“. (AC24.cz, 2017) Evropskou unii rovněž obviňuje autor Havlíček ve svém článku Proč nám zdražili máslo, cituji: „Ona totiž cena másla roste z důvodu chybné dotační politiky v celé EU.“ (AC24.cz, 2017)

Co se týče zdrojování, AC24.cz ve valné většině článků žádný zdroj neuvádí (celkem v osmi případech, tedy 73 % případů). Ve dvou případech bylo zdrojem jiné zpravodajské médium, v jednom případě jiný typ zdroje.

Zdroje informací na AC24.cz

Graf 2



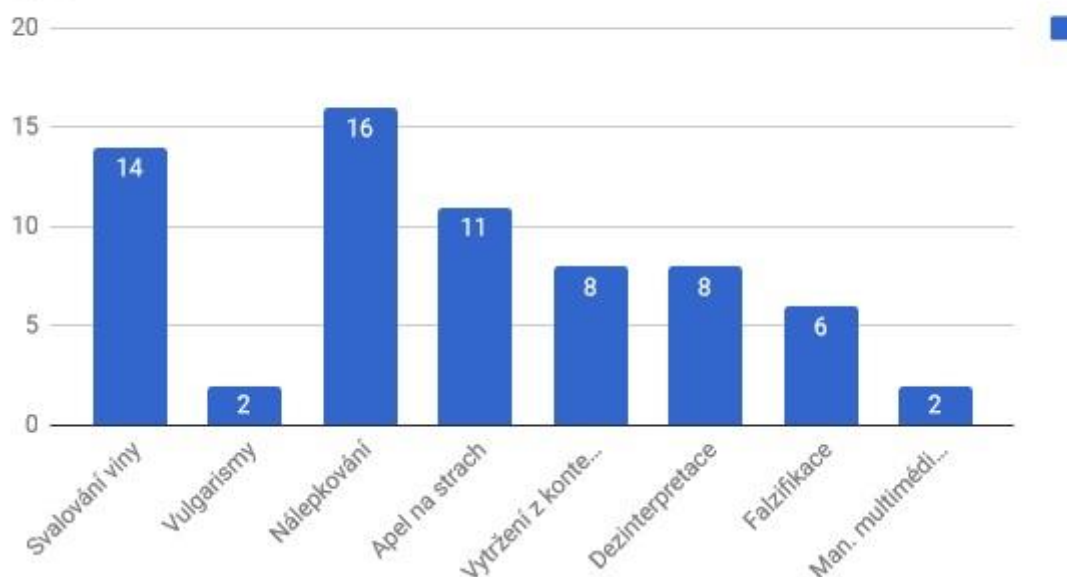
5.1.2. Aeronet

Na webu Aeronet.cz vyšlo v daném období k tématu celkem 22 článků. Jelikož na Aeronetu nejsou nijak označeny druhy článků, můžeme je všechny považovat za publicistiku, neboť 100 % článků vyjadřuje určitý postoj nebo názor.

Zároveň se také v téměř všech těchto sledovaných článcích uplatňovaly manipulativní taktiky, během daného období se dokonce daly vysledovat naprosto všechny zmíněné. Pouze jeden článek, tedy 4,5 % případů, neobsahoval žádné znaky manipulace, stejně tak jeden článek obsahoval pouze jeden manipulativní znak. Ve všech ostatních článcích, tedy 86 % případů, se vždy jednalo o kombinaci několika manipulací. Všechny tyto aspekty pochopitelně staví Aeronet na pomyslnou špičku dezinformačních webů.

Manipulativní techniky na Aeronetu

Graf 3



Jednotlivým manipulativním technikám v tomto médiu se budu věnovat podrobněji. V nejvíce případech se na Aeronetu objevila manipulace nálepkováním, a to celkem v šestnácti případech. Dá se říci, že systém nálepkování je na tomto webu velmi výrazný, propracovaný a nijak skrývaný. Autoři Aeronetu opakovaně používají vlastní termíny, dokonce zde vznikla specifická terminologie pro různé instituce, skupiny občanů nebo jevy. Nálepkování na webu mělo ve valné většině negativní konotaci. Častými termíny byly:

- multikulti – výraz s rasistickým podtextem, který má za účel hanobit občany jiné barvy pleti, a zároveň tento termín zesměšňuje snahy o jejich začleňování do společnosti
- neziskovky – zkratka pro neziskové organizace zmiňovaná s pejorativním podtextem a často spojovaná s manipulativní technikou svalování viny. Od toho se odvíjí i další tvary nálepkování, jako například proameričtí neziskovkáři, sluníčkové organizace, pornohercova neziskovka apod. Terčem kritiky Aeronetu byly nejčastěji neziskové organizace Člověk v tísni (kvůli své proimigrační politice), think-tank Evropské hodnoty (kvůli svému programu Kremlin watch a boji proti dezinformacím obecně) a Prague Security Studies Institute (ze stejného důvodu).

- sluníčkáři – rovněž zaměnitelné s nálepkami havloidi, vítači, lumpen kavárna nebo pražská bažina. Výraz pro lidi, kteří mají vstřícný postoj k imigraci a inkluzi.
- neoconi – příznivci politického směru neokonzervatismu
- pornoherec Janda – výkonný ředitel neziskové organizace Evropské hodnoty Jakub Janda
- Bakala – často zmiňované jméno podnikatele Bakaly, vlastníčího mediální dům Economia, vůči kterému se Aeronet obecně vymezuje negativně. Jméno Bakaly bylo zmíněno hned několikrát (v některých případech zcela vytrženo z kontextu), a to vždy se silně pejorativním zabarvením.

Na webu jsem v několika případech zaznamenala i pozitivní konotace nálepkování, které byly spojeny s výrazem alternativa. Tento termín byl používán pro web Aeronet a jemu podobné, zároveň i pro jeho čtenáře a voliče stran, jako jsou SPD, Dělnická strana sociální spravedlnosti nebo Rozumní.

O nálepkování svědčí rovněž fakt, že na Aeronetu skutečně existují štítky pod názvy neziskovka, neoconi, multikulti apod., pod které spadají články s danou „tematikou“. Teorii potvrzuje také to, že tuto terminologii se stejnou konotací používají i čtenáři Aeronetu v diskuzích pod články.

Další častou taktikou bylo, stejně jako u webu AC24.cz, svalování viny. Ta se objevila ve čtrnácti článcích, tedy 64 % případů. Jelikož jednotlivé manipulativní znaky spolu úzce souvisí, je nasnadě, že články často svalovaly vinu na ty, kdo byli negativně nálepkováni.

Hojně využívanou taktikou byl rovněž apel na strach (v jedenácti případech), který se objevoval zejména v souvislosti s tématem migrace. Jak vyplynulo z mých štítků, na Aeronetu vyšlo několik článků s ryze rasistickým podtextem.

Za zmínku stojí například článek o základní škole v Teplicích. Autor v něm kritizuje inkluzivní vzdělávání, používá nálepkování termínem multikulti, definuje muslimské děti jako invazivní druh a apeluje na strach zprávami o agresivitě těchto dětí, které údajně útočí v parku na „bílé“ děti a pejskaře. Součástí článku je fotografie a jmenný seznam dětí ve třídě. Na tomto případě lze rovněž demonstrovat vytržení z kontextu. Autor od tajného zdroje cituje, že ve škole museli kvůli muslimským dětem přizpůsobit stravu v

jídelně a následně z kontextu vytahuje kuskus, rýže, koprovka s vajíčkem (místo vepřového) ze školního jídelníčku. (Aeronet, 2017)

K „nejtěžší formě“ manipulace, falzifikaci prvního (jednoznačná záměrná lež) a druhého stupně (pravděpodobná záměrná lež) došlo celkem v šesti případech. Celkem čtyřikrát se týkaly kauzy lithium, které se budu podrobně věnovat v kapitole 5.3.6. Podle mnohých zdrojů byl Aeronet zodpovědný za šíření dezinformační kampaně ohledně těžby lithia a mainstreamovým médiím se nepodařilo identifikovat původ zprávy včas. Došlo tak k raketovému šíření. Některé informace zároveň nebylo možné nikde ověřit, na internetu byly dohledatelné pouze z Aeronetu, diskuzí, popřípadě jiných webů ze stejného klastru.

Během sledovaného období se vyskytly ještě dvě kauzy, které jsem označila z výše zmíněných důvodů jako pravděpodobnou falzifikaci informací. První z nich se týkala předsedy strany SPD Tomia Okamury, který se měl údajně stát terčem podvrhu. Web Manipulátoři.cz informoval o existenci dokumentů, které dokazovaly, že Okamura vyváděl peníze hnutí Úsvit. Aeronet dokládá lživost těchto dokumentů na základě analýzy tajného experta z New Yorku, nicméně podobná zpráva se nejen nepotvrdila, ale v žádných médiích, ani později na Aeronetu už neobjevila. (Aeronet, 2017)

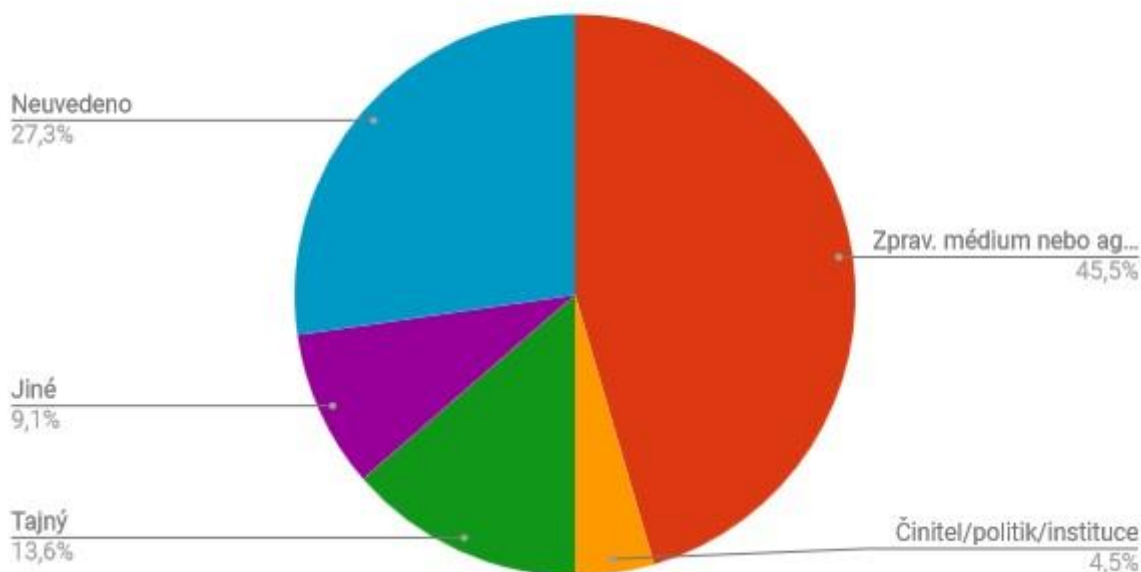
Druhá kauza se týkala skupiny Šuman a Andreje Babiše. Aeronet 20. října 2017 přišel se zprávou, že za pořízením kompromitujících nahrávek Andreje Babiše, na kterém s novinářem Markem Přibilem probírá témata chystaných kritických článků o jeho politických protivnících, stojí elitní policisté a Zdeněk Bakala. Bakalu navíc autor označil za emisara klanu Rothschildů. (Aeronet, 2017) To vše na základě emailu od „tajemného anonyma“. Zprávu se opět nepodařilo potvrdit, zůstala ponechána bez mediálního zájmu.

Aeronet v minimech případů užíval manipulovaná multimédia, jako jsou fotografie, videa nebo příspěvky ze sociálních sítí. Ve jednom případě se jednalo o fotografie z jiného kontextu, v jednom případě šlo o výše zmíněnou manipulaci s obrazem v kauze Tomia Okamury a údajně lživých dokumentů.

Zdrojování je obecně problematickým bodem mediální prezentace Aeronetu. Jednání tohoto média je netransparentní už kvůli tomu, že tají vlastnickou strukturu i veškeré informace o redakci. Celkem ve třech případech byl hlavní zdroj tajný, což nelze považovat za důvěryhodný zdroj. Celkem v deseti případech (45 %) odkazoval Aeronet na jiné zpravodajské médium, v šesti případech (27 %) nebyl zdroj uveden.

Zdroje informací na Aeronetu

Graf 4



5.2. Czech Free Press

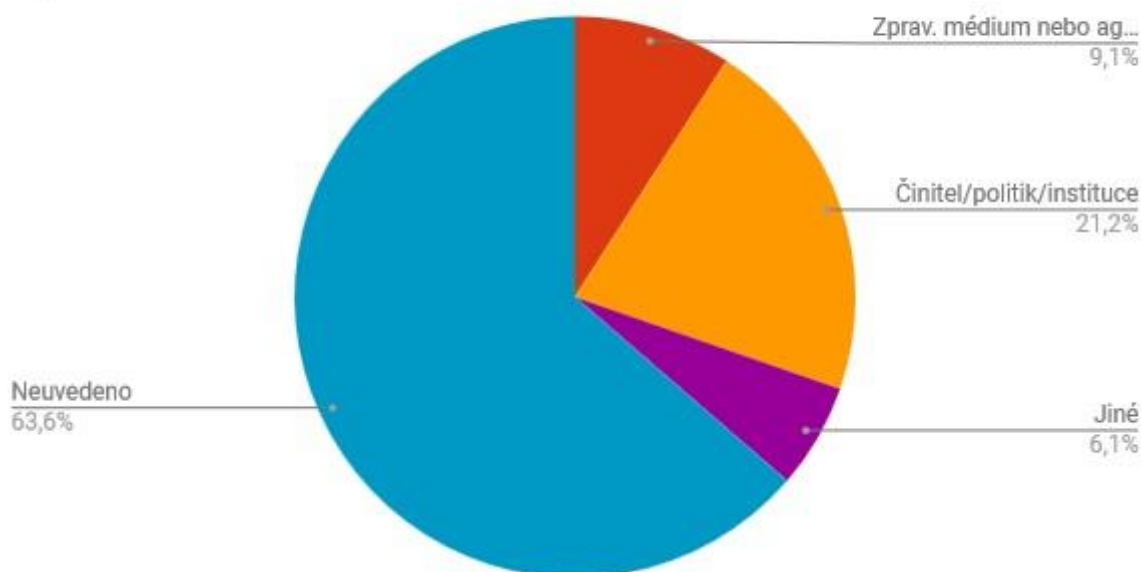
Na webu Czech Free Press vyšlo v daném období k tématu celkem 33 článků. Celkem ve 27 člancích, tedy 82 % obsahu, byly použity některé manipulativní techniky, přičemž v osmnácti případech dvě a více najednou.

Celkem patnáct článků bylo označeno jako publicistika, protože byly zařazeny do rubriky Podoteky. U ostatních článků nešlo určit, zda se jedná o publicistiku nebo zpravodajství. Znaky názoru či agendy se vyskytovaly celkem ve 29 člancích, tedy 88 % případů, a tedy u obou druhů článků – publicistických i nezařazených.

Celkem dva články byly převzaty ze serveru Aeronet. Články nebyly ve většině případů (64 %) ozdrojovány. Nejčastějším uvedeným zdrojem byl veřejný činitel, politik nebo instituce, celkem v sedmi případech (22 %). Dále byly zdrojem zpravodajské servery (9 %) či jiný zdroj (6 %).

Zdroje informací na Czech Free Press

Graf 6

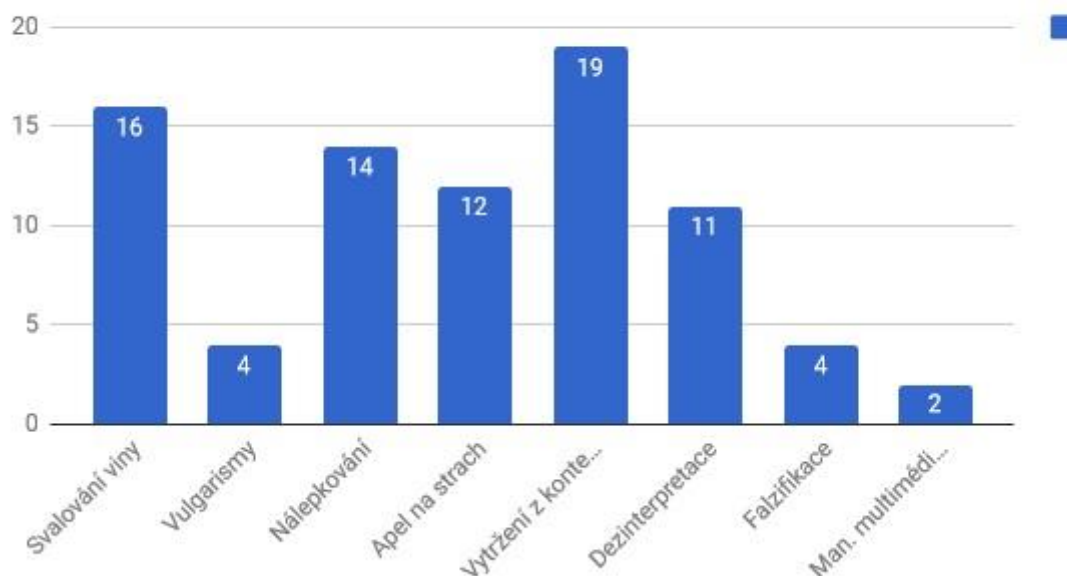


Nejčastější manipulativní technikou bylo vytržení z kontextu, celkem se objevilo v devatenácti člancích, tedy 58 % případů. Příkladem takového vytržení z kontextu může být například článek V procesu Národní demokracie vs. Ministerstvo vnitra vystoupil věštec. (Czech Free Press, 2017) Za „věštec“ Czech Free Press v titulku označuje soudního znalce Dolistu kvůli výroku, který řekl u Městského soudu v Praze k procesu Národní demokracie (Ministerstvo vnitra označilo politické hnutí za extremistické): „Zde se ukazuje taktika Národní demokracie. Na straně jedné působí, že nemůže být nařčena z antisemitismu, na straně druhé prokazuje, že kdyby získala politickou moc, její antisemitismus – v jejích slovech boj proti sionismu – by se projevil.“ V článku se vyskytují další z kontextu vytržené výroky a citace z posudku.

Další četnou taktikou bylo svalování viny (ve 48 % případech), nálepkování (42 %) a apel na strach (36 %). Také na Czech Free Press se vytvořil určitý systém nálepkování, terminologie se opakuje a v podstatě je velmi podobná té, kterou jsem zaznamenala na webu Aeronet. Mezi nálepky zde patřily: anarchistická cháska, hommo lobby, vítači, kavárna, Kalousek nebo pravověrní.

Manipulativní techniky na Czech Free Press

Graf 5



Zároveň se na Czech Free Press vyskytly celkem čtyři případy jednoznačných či pravděpodobných falzifikací (12 %). Dvě z nich byly převzaté články z Aeronetu, o kterých jsem již hovořila v předchozí kapitole. Jedna z dezinformačních zpráv hlásala, že Pirátská strana je „nadmárodní organizace řízená americkou administrativou, za účelem likvidace české, potažmo evropské populace. Piráti jsou Sorosova mládež. Cílem je zničit celou jednu generaci, aby byl definitivně dokonán cíl, likvidace bílé, inteligentní populace, tak, jako se tomu děje ve všech státech EU.“⁵ Zdroj těchto informací nebyl uveden.

Za druhou falzifikaci jsem označila článek Hlasy pro mír ani alternativní strany ve svých programech vesměs nemají, ve kterém autor uvádí citace bývalého amerického prezidenta Baracka Obamy „a kdo nebude poslouchat, tomu zkrouíme ruku“, který opět neodkazuje na zdroj a není dohledatelný z žádného důvěryhodného zdroje.

⁵ <http://czechfreepress.cz/podoteky/pirate-bartosi-islam-neni-nabozenstvi-ale-zvracena-ideologie-stejne-jako-fasismus.html>

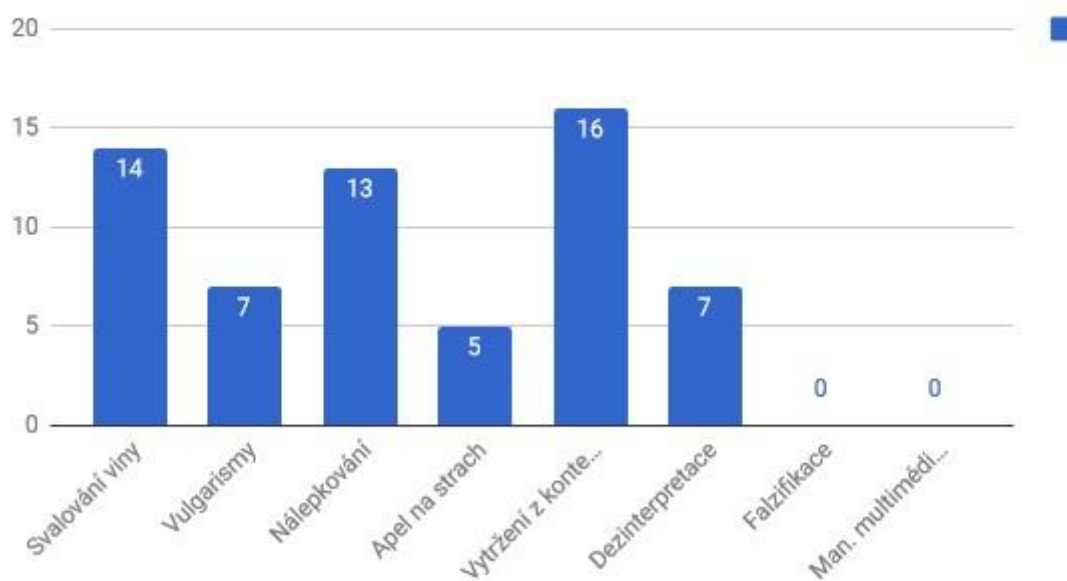
5.2.1. Parlamentní listy

Jak již bylo řečeno v kapitole o metodologii, v Parlamentních listech vyšlo během sledovaného období celkem 1566 článků s danou kategorizací. Takto vysoké číslo je zapříčiněno tím, že Parlamentní listy vydávají články s vysokou frekvencí. Server často čelil kritice v mainstreamových médiích nejen kvůli údajným dezinformačním tendencím, ale také kvantitativnímu přístupu ke zprávám, kdy koncept média je postaven na nabízení co největšího počtu zpráv.

Vzhledem k tomu, že počty článků byly u ostatních médií řádově nižší, z celého vzorku Parlamentních listů jsem náhodným výběrem určila 50 článků, které jsem podrobila analýze.

Manipulativní taktiky na Parlamentních listech

Graf 7



V daném vzorku se dezinformační taktiky na Parlamentních listech vyskytovaly celkem ve 28 případech, v 56 % analyzovaných článků, přičemž ve dvanácti případech se jednalo o jednu použitou taktiku, v šestnácti případech potom o kombinaci několika najednou.

Parlamentní listy nemají jasnou žánrovou strukturu. Přestože články jsou děleny do rubrik, nelze s určitostí říct, že by do jednotlivých rubrik spadaly pouze zpravodajské nebo pouze publicistické články. Za názorovou lze považovat například rubriku Politici voličům,

naopak nejednoznačná je rubrika monitor, ve které lze nalézt články monitorující zprávy z jiných médií, které mají v některých případech ryze zpravodajský charakter, jindy obsahují názor či agendu.

Velkou část produkce Parlamentních listů tvořily rozhovory. Zde je však nutné podotknout, že některé z těchto rozhovorů působily účelově. Hosté rozhovorů patřili povětšinou k jednomu myšlenkovému proudu a otázky byly spíše kratšího a návodného charakteru, nenavazovaly plynule ani na odpovědi mluvčích. Vyskytovali se zde také takzvaní odborníci, jejichž skutečná odborná kompetence je sporná. Podobný jev se vyskytl i ve větší míře u serveru Sputnik ČR, o kterém píšu v následující kapitole.

Oproti ostatním serverům byl v Parlamentních listech vyšší podíl vulgarismů (ve 14 % článků). Vulgarismy se obvykle vyskytovaly již v titulcích, které byly obecně bulvárnějšího charakteru než zbytek článku. Titulky se svým zněním v mnoha případech daly označit za vytržení z kontextu. Co se vulgarit týče, ty se téměř výlučně vyskytovaly v přímých citacích osob. Jejich použití v titulcích však působilo bulvarizujícím dojmem.

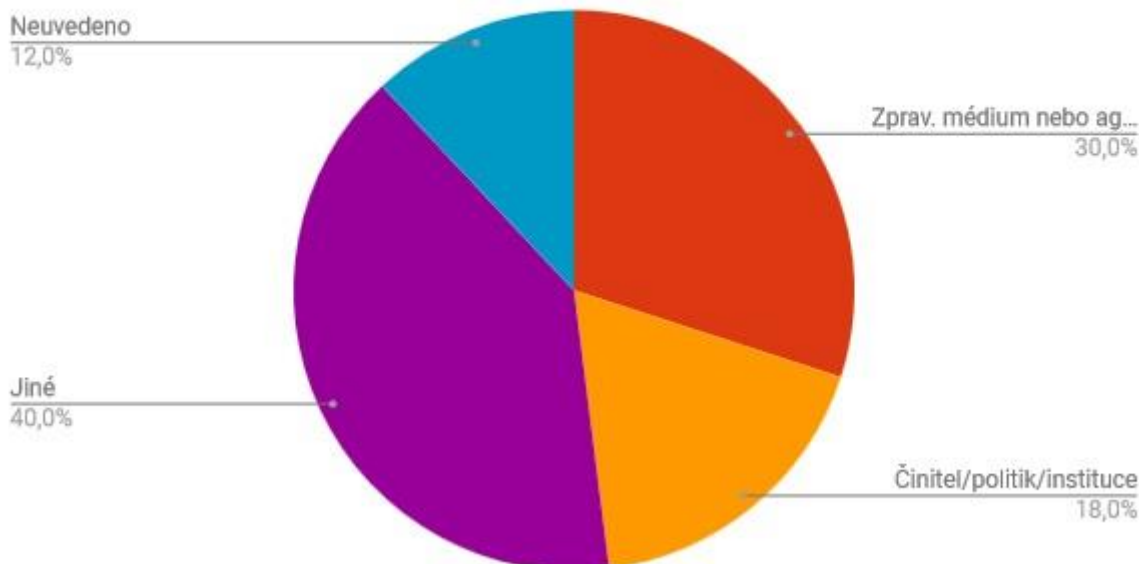
Příkladem může být článek Okamura, keců fůra. V prdeli, zavání to průserem. Ondřej Gregor Brzobohatý se vyjádřil též k Babišovi a KSČM. (Parlamentní listy, 2017) Ten reportuje o příspěvku na facebookovém profilu Ondřeje Gregora Brzobohatého, který se vyjadřoval k politické situaci. Přestože Brzobohatého příspěvek čítá více než jedenáct tisíc znaků, autoři záměrně vybrali jen nejkontroverznější pasáže, které umístili do titulku bez kontextu nebo dokonce návaznosti.

Nejčastější manipulativní technikou bylo již zmíněné vytržení z kontextu (celkem se objevilo šestnáctkrát, tedy ve 32 % článků), dále svalování viny (čtrnáctkrát, ve 28 %) a nálepkování (třináctkrát, ve 26 % případů). Mezi nálepky patřily opět vítači, sluníčkáři,

neziskovky nebo nepřizpůsobiví. Případ falzifikace se ve sledovaném vzorku neobjevil.

Zdroje informací na Parlamentních listech

Graf 8



Parlamentní listy nejčastěji uváděly jiný zdroj informací (celkem v 40 % případů, většinou se jednalo o dotazované osoby v rozhovorech), dále jiná zpravodajská média (ve 30 % případů, zejména jako podklad pro jejich články z rubriky Monitor), v 18 % se jednalo o veřejného činitele, politika či instituci, ve 12 % případů zdroj nebyl uveden.

5.2.2. Sputnik

Web Sputnik ČR, který je českou odnoží ruského média Sputnik, vydal během sledovaného období celkem 42 článků s danou kategorizací. Z nich se manipulativní taktiky objevily ve 25 případech, tedy 40 % článků. Jedna taktika se vyskytovala v sedmi článcích (17 %), dvě a více taktik v 10 případech (23 %)

Jak již bylo řečeno při představování jednotlivých serverů, Sputnik působí oproti ostatním sledovaným médiím zpravodajským a mainstreamovým dojem a stejně tak i procentuální podíl manipulativních článků je zde nižší. Náznaky signalizující ideologickou či politickou propagandu čtenář pozná až při přečtení většího počtu článků. Subjektivně si myslím, že tento web má svou manipulativní agendu nejlépe skrytou a důmyslně provedenou, protože web působí oproti jiným alternativním médiím velmi transparentně.

Sputnik má jasně rozdělenou část zpravodajství a názorů, každý názorový článek má označen titulek slovem názor. Ve zpravodajství, které tvořilo více než polovinu obsahu, se žádné znaky názorů autora nebo prosazování agendy nevyskytly.

Identifikace názorů je přesto u tohoto média poměrně komplikovaná. Velké části některých článků zpravidla tvoří citace (v některých případech většinu plochy) různých „odborníků“, ovšem krátká rešerše ukázala, že tito odborníci nejsou často nejsou relevantní ani nestranní. V médiu Sputnik ČR často vystupují až kontroverzní postavy (budou zmíněny níže), které prezentují určité ideologické postoje, což vede k úvahám, že tyto rozhovory vznikly za účelem uplatňování politické agendy. Zároveň se Sputnik ČR brání větou, že články nemusí vyjadřovat stanovisko redakce.

Z tohoto důvodu je sporná i otázka zdrojování. V kódovací knize je sice uvedena hodnota odborný zdroj, nicméně zdroj, který byl prezentován jako expert nebo odborník (přesto, že realita je jiná), jsem označila hodnotou 5 (jiné) a vytvořila si štítek se jménem zdroje. Mezi takzvané odborníky, kteří se ve Sputniku objevují opakovaně, a které jsem z různých důvodů zařadila mezi kontroverzní, patří:

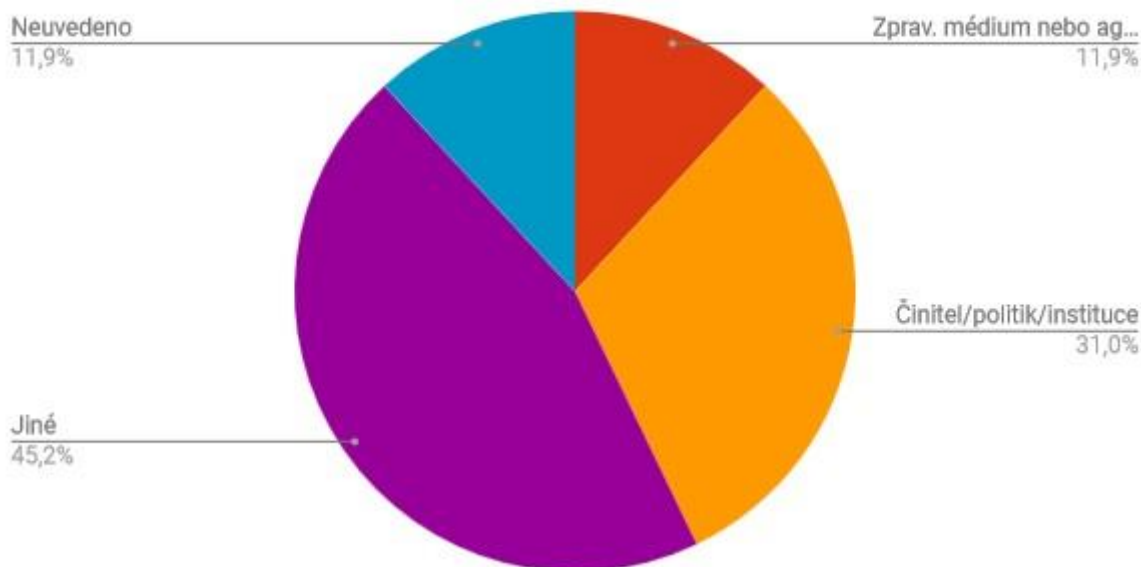
- Štěpán Kotrba – Sputnikem označovaný jako politický a mediální analytik. Pro Sputnik měl rozhovor o prezidentské kandidatuře Mirka Topolánka nebo výsledcích parlamentních voleb. V tomto rozhovoru používal nálepky jako jsou „kmoťři, loutkovodiči nebo anarchokomunisti“. V maintreamových médiích je Kotrba zmiňován jako politický lobbista. Zároveň je přispěvatelem Parlamentních listů.
- Radmila Zemanová-Kopecká – Sputnik označuje Zemanovou-Kopeckou jako politoložku. Byla v minulosti členem Strany práv občanů Zemanovci, kromě toho založila Institut slovanských strategických studií (ISSTRAS), který Evropské hodnoty a server Neovlivní.cz vedou jako prokremelské médium. Zemanová-Kopecká se na svém profilu LinkedIn prezentuje jako parlamentní zpravodajka, veřejně obdivuje Vladimira Putina a vedle ISSTRAS také založila server Smartnews.cz (Neovlivní.cz, 2015) a je přispěvatelkou Parlamentních listů.
- Dále ve Sputniku vystupují například Petr Hájek (šéfredaktor portálu Protiproud), Jiří Vyvadil (zakladatel spolku Přátelé Ruska) nebo lobbista podnikatel a lobbista

Zdeněk Zbytek. Zdeněk Zbytek rovněž sehrál svou roli v takzvané kauze lithium, o které píšu v kapitole 5.3.6.

Nejvíce zdrojů informací na tomto webu patří do kategorie Jiné (45 %), dále veřejní činitelé, politici nebo instituce (31 %), ve 12 % bylo zdrojem jiné zpravodajské médium a ve 12 % nebyl zdroj uveden vůbec.

Zdroje informací na Sputnik CZ

Graf 10

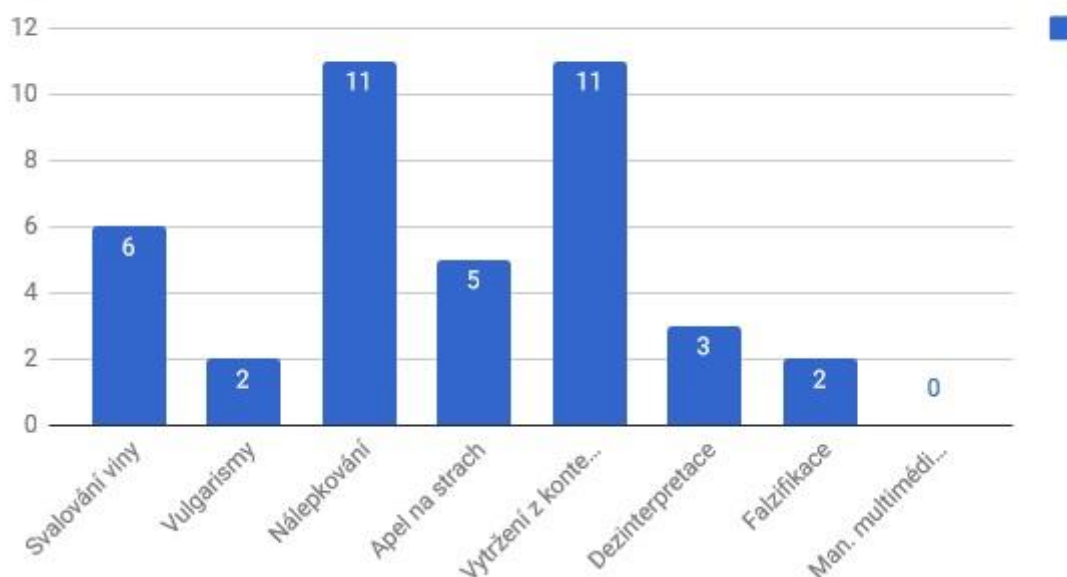


Na webu Sputnik ČR se nejvíce vyskytovala manipulativní technika vytržení z kontextu (celkem jedenáctkrát, ve 26 % případů) a nálepkování (ve stejné kvantitě). Co se těchto nálepek týče, našla jsem zde velmi obdobné nálepky jako na Aeronetu, které byly opět prezentovány s pejorativní konotací: Sorosovy neziskovky, diktát EU, kmotrové, oligarchové, havlisté, expresivní výrazy jako zkorumpovaný politický mastodont (použito jako označení politické strany TOP09).

Třetí nejčtenější taktikou bylo svalování viny (šestkrát, tedy ve 14 % případů), následovanou apelem na strach a dezinterpretací.

Manipulativní taktiky na Sputnik CZ

Graf 9



Ačkoliv Sputnik ČR má procentuálně nižší podíl dezinformačních taktik než například Aeronet nebo AC24.cz, vyskytly se zde dva přímo dezinformační případy. Prvním z nich byl článek V Česku se objevily seznamy nepřátel národa. Dostal se do nich i dalajláma. (Sputnik, 2017) Zpráva obviňuje neziskovou organizaci Evropské hodnoty z protiruské posedlosti. Tato zpráva nejen, že je vytržená z kontextu a vyskytují se v ní dezinformační taktiky dezinterpretace, nálepkování a vulgarismy, ale rovněž je pravděpodobnou falzifikací. Článek prakticky neodkazuje na žádný relevantní zdroj, a i přesto, že některé informace jsou pravdivé (existence programu Kremlin Watch), zařazení dalajlámy na seznam „nepřátel“ se nepodařilo vyhledat v žádném jiném médiu ani na stránkách Evropských hodnot.

Jednoznačnou dezinformací potom byl článek Knedlík v krku. Česko zažilo volební senzaci. (Sputnik, 2017) Přestože se jednalo o názorový článek, byly zde prezentovány chybné výsledky voleb. Autorka v článku tvrdila, že volby vyhrálo hnutí ANO, následované stranou Svoboda a přímá demokracie (SPD), která skončila druhá. Ve skutečnosti se SPD umístila na čtvrtém místě. Občanská demokratická strana (ODS) to dle autorky „těsně před finišem dotáhla na třetí místo“, ve skutečnosti byla ODS druhá. Zpráva byla zveřejněna 22. 10. 2017, tedy den po sečtení všech volebních okrsků, v době, kdy byly výsledky voleb známy a zveřejněny ve všech mainstreamových médiích. Nelze tedy

zprávu považovat za omyl, pouze v případě, že byla připravena před samotným koncem sčítání. V takovém případě by však autorka nepoužívala slovo „těsně před finišem“. Jedná se proto pravděpodobně o manipulaci, její motivace mi však není objasněna.

Na závěr bych zmínila, že za problém tohoto webu považuji také jistou absenci plurality názorů. Zvaní odborníci jsou jednostranní, tón komunikace je pozitivní v prospěch Ruské federace, která se obecně probírá ve velké části článků (nelze tomu však připisovat velký význam s přihlédnutím k tomu, že se jedná o ruské médium). Témata voleb (ať už parlamentních, nebo prezidentských) se často stočí k tematice Ruska, popřípadě problematice anexe Krymu. Ty jednoznačně hovoří v prospěch Ruska, uvádím například citaci z rozhovoru s Jiřím Vyvadilem:

„Já jsem jednoznačně přesvědčen, že připojení Krymu k Rusku je zcela legální, legitimní a v souladu s mezinárodním právem. Čili souhlasím s tím, že není diskuze o tom, že by se to mělo nějakým způsobem kompenzovat.“

5.3. Závěry šetření a porovnání serverů

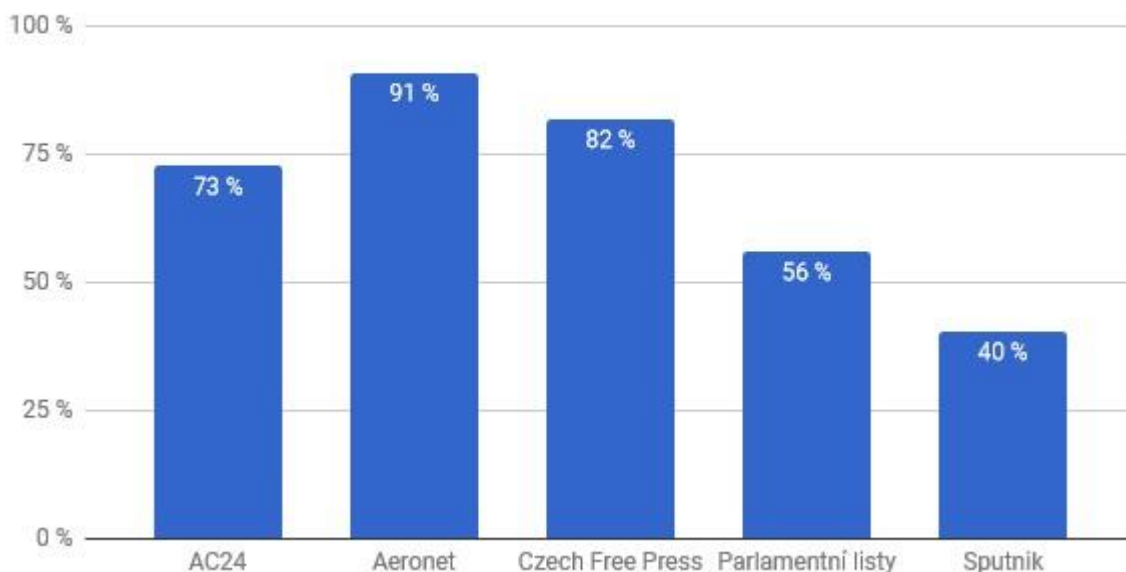
V následující kapitole jsem shrnula veškeré kvantitativní výsledky a vytvořila vizualizace výskytu různých manipulativních taktik i zdrojování na všech serverech. Výsledky podrobně vysvětlím na následujících řádcích. Celkem bylo analýze podrobena 158 kódovacích jednotek – článků.

5.3.1. Manipulativní techniky

Nejprve začnu mírou dezinformačních taktik obecně. Ta se dle jednotlivých serverů lišila. Nejvýrazněji zmanipulovaný obsah se vyskytoval na serveru Aeronet, kde v 91 % případů články obsahovaly minimálně jednu manipulativní techniku. Následoval server Czech Free Press s 82% podílem manipulativního obsahu, AC24.cz se 73 % manipulativních článků a Parlamentní listy s 56 % manipulativních článků. Naopak nejlépe z analýzy vyšel server Sputnik ČR, na kterém manipulativní techniky obsahovalo 40 % článků.

Podíl dezinformačních článků na jednotlivých serverech

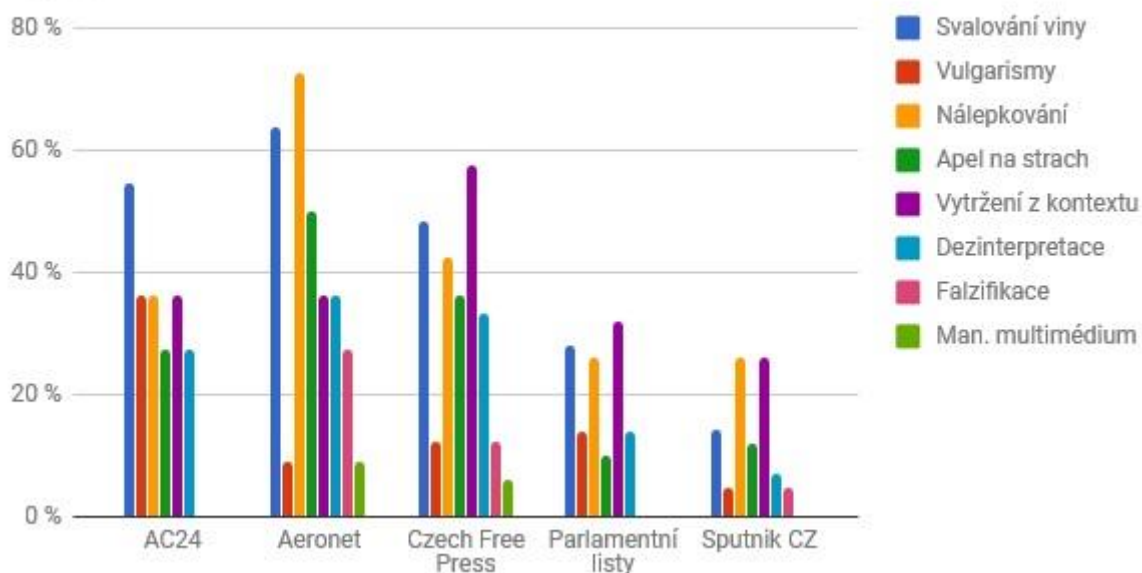
Graf 18



Také dominance určitých technik se na jednotlivých serverech lišila. Nejčastěji používanou technikou na AC24.cz bylo svalování viny, zatímco serveru Aeronet to bylo nálepkování. Hlavním manipulativním znakem serverů Czech Free Press, Parlamentní listy a Sputnik bylo vytržení z kontextu, u posledně zmíněného v kombinaci s nálepkováním. Naopak nejméně používané techniky byly u všech sledovaných webů víceméně stejné, jednalo se o manipulativní médium a falzifikaci, tyto například u AC24.cz a Parlamentních listů dosahovaly nulových hodnot.

Výskyt dezinformačních taktik na jednotlivých serverech (v %)

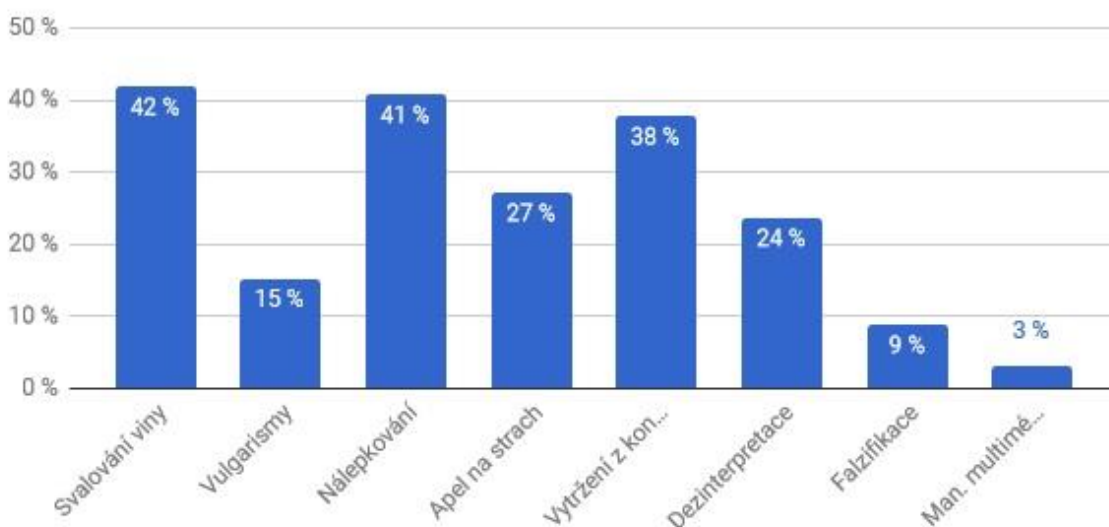
Graf 13



Procentuální hodnoty, které manipulativní techniky nabývaly u jednotlivých serverů, jsem zprůměrovala, a vyšly mi tak průměrné podíly článků s jednotlivými manipulativními taktikami na všech serverech. Výsledky byly následující: svalování viny se vyskytovalo průměrně ve 42 % obsahu, nálepkování ve 41 % obsahu, následovalo vytržení z kontextu v 38 %. V průměru nejméně se používala manipulativní multimédia, celkem ve 3 %.

Průměrný výskyt manipulativních technik na všech serverech (zprůměrovaná % všech serverů)

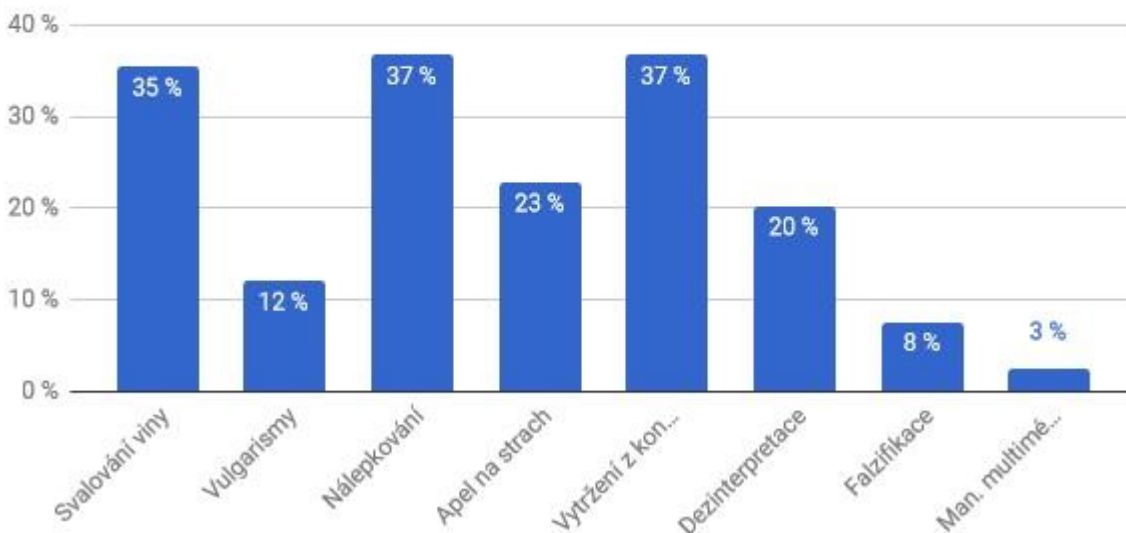
Graf 15



Podíl obsahů s jednotlivými taktikami vůči celkovému počtu článků lze vidět na Grafu 14.

Průměrný výskyt manipulativních technik na všech serverech (součet abs. hodnot/počet všech článků)

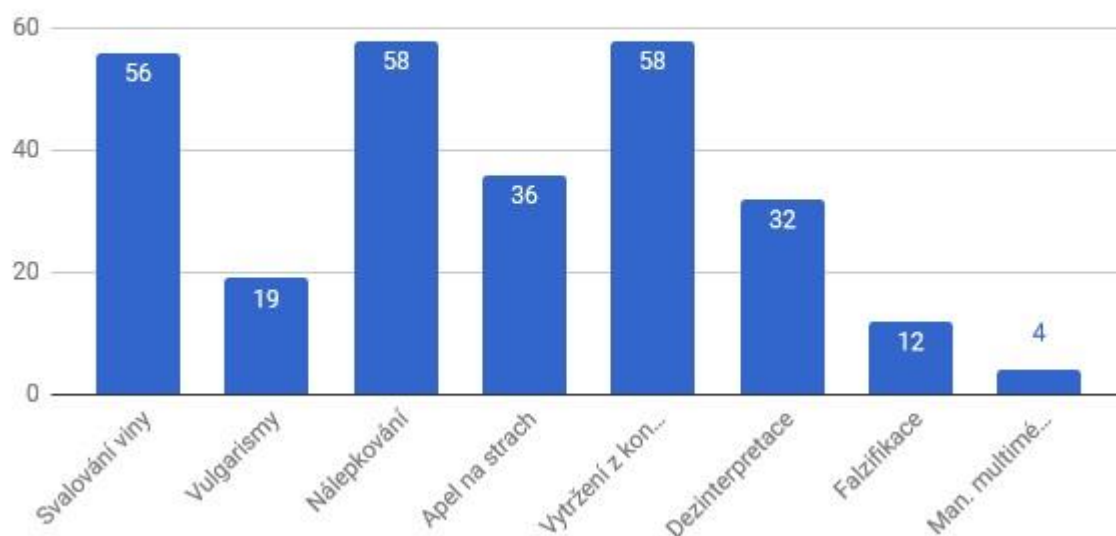
Graf 14



Pro lepší představu rovněž uvádím taktiky v absolutní hodnotě. Dohromady na všech serverech se objevilo celkem 58 případů nálepkování, stejný počet vytržení z kontextu, dále 56 případů svalování viny, 36x se uplatnil apel na strach, 32 dezinterpretací, 19 článků s vulgarismy, 12 falzifikací a 4 případy manipulativního multimédia.

Jednotlivé manipulativní techniky v součtu všech webů (v abs. hodnotě)

Graf 12



Manipulativní technika falzifikace, tedy explicitní lži, se objevila pouze na serverech Aeronet (celkem v šesti případech, tedy 27 % obsahu), Czech Free Press (čtyřikrát, částečně však z důvodu přejímání článků z Aeronetu) a Sputnik ČR (dvakrát). Konkrétní případy byly podrobněji popsány v kapitole 5.1. u jednotlivých serverů). Manipulativní multimédium se objevilo v nejmenší míře, a to jen na serverech Aeronet a Czech Free Press.

Z výsledků kvantitativní analýzy manipulativních technik lze vyvodit, že v dané problematice byl „nejradikálnější“ médiem server Aeronet. 91 % obsahu zahrnovalo jednu a více manipulativních technik, zároveň měl procentuálně největší podíl čtyř častých taktik: nálepkování, svalování viny, apel na strach a dezinterpretaci.

V kvantitě manipulativních technik byl na druhém místě web Czech Free Press, jehož obsah byl z 82 % manipulativní. Absolutní počet manipulativních technik byl na

tomto serveru vůbec nejvyšší (celkem 82), což znamená přibližně 2,5 manipulativních znaků na jednotku (článek).

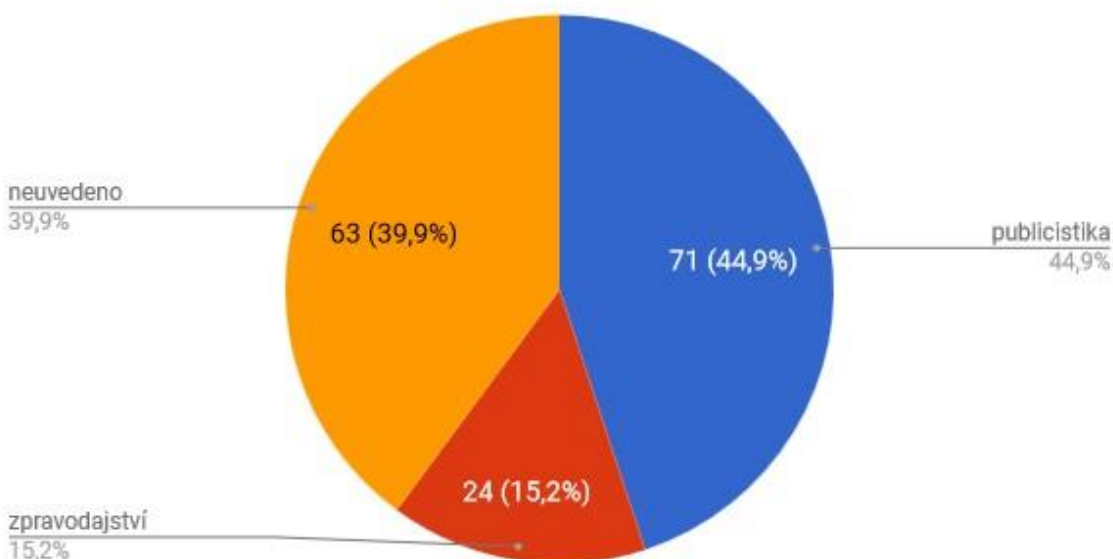
Web AC24.cz publikoval celkem článků nejméně (jedenáct). Z nich však bylo 73 % manipulativních. Následovaly Parlamentní listy a nejméně manipulace jsem zaznamenala na webu Sputnik ČR.

5.3.2. Skladba obsahu

Co se týče žánrové skladby obsahu, většina (67,1 %) prosazovala určitý názor či agendu, 32,9 % článků bylo názorově neutrální. Jak již bylo řečeno v kapitole 3.2., na sledovaných webech bylo složité zařadit články do rubriky zpravodajství nebo publicistiky, protože hranice se na některých ze serverů stírají. Celkově ve 39,9 % nebyl druh článku uveden, nebyl zařazen do příslušné rubriky nebo rubrika chyběla úplně. Pouze 15,2 % článků bylo zařazeno do zpravodajství, největší část obsahu (44,9 %) byla publicistického charakteru. Žádný z článků, který prezentoval názor nebo agendu, nebyl však označen jako zpravodajství.

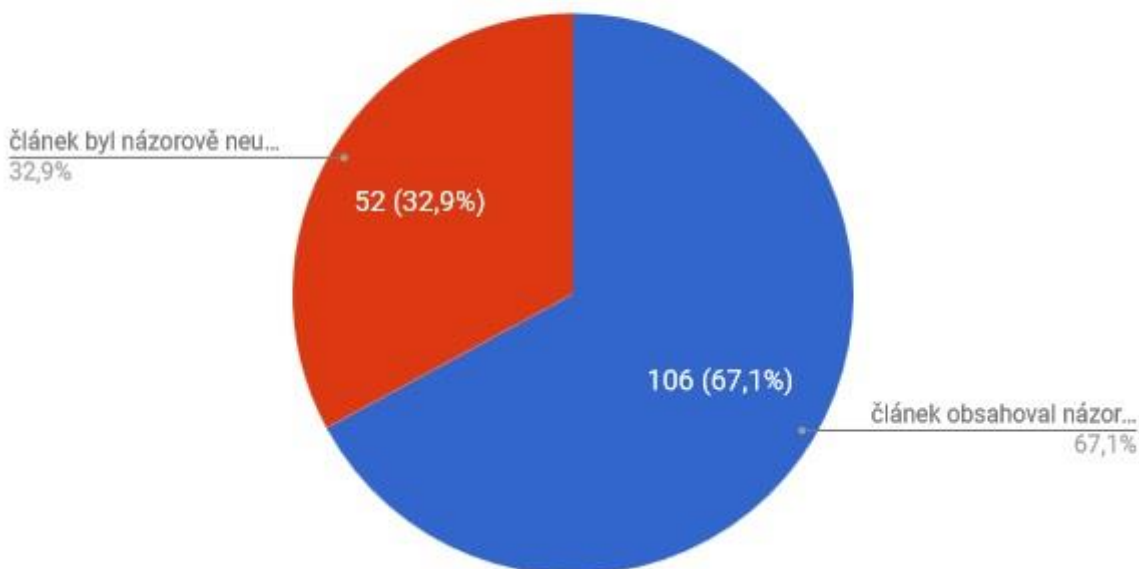
Žánrová skladba článků na všech webech

Graf 19



Náborová skladba článků na všech webech dohromady

Graf 20



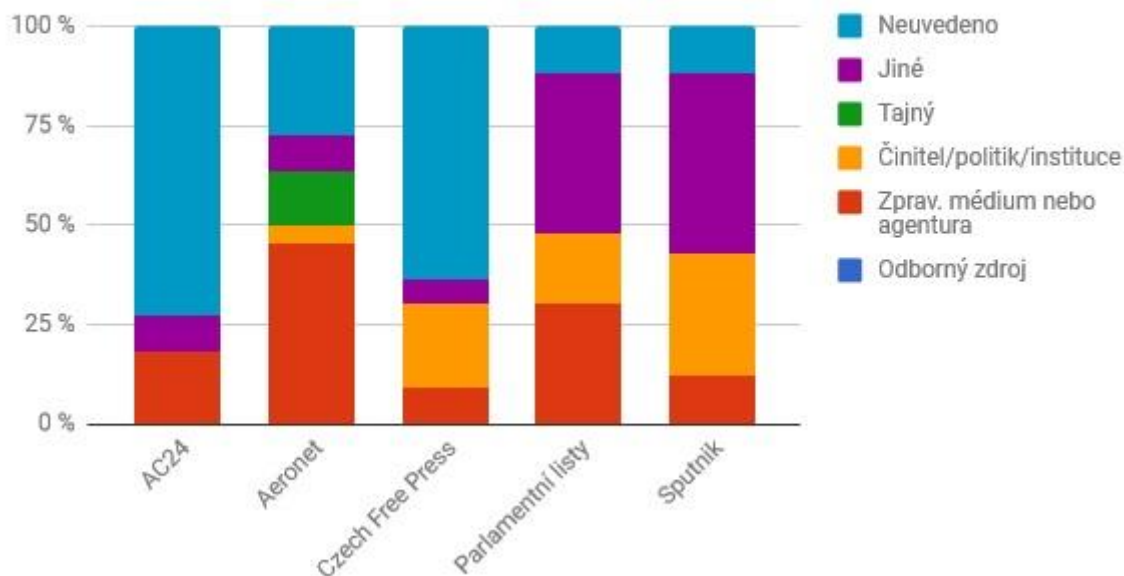
5.3.3. Zdroje

Aspekty zdrojování se na jednotlivých webech také lišily. Kódování vycházelo z předpokladu, že každý článek má jeden hlavní zdroj informací.

V celkovém součtu v nejvíce případech (29,1 %) nebyl zdroj u článku uveden žádný. Tento trend převažoval především na serverech AC24.cz (73 % článků nemělo uveden zdroj informací) a Czech Free Press (zde bylo bez zdroje uvedeno 64 % článků). Druhým nejčastějším trendem byl typ zdroje z kategorie Jiné (celkem v 27,8 % případů) který nebyl v kódovací knize specifikován. Převažoval u serverů Parlamentní listy (40 %) a Sputnik (45 %). To bylo zapříčiněno především tím, že tyto servery publikovaly množství rozhovorů, hlavním zdrojem byl tedy dotazovaný, který nespadal do kategorie veřejných činitelů ani odborníků (ačkoliv za odborníka byl někdy označován). Skutečně odborný zdroj však nebyl uveden v žádné kódovací jednotce. Třetím nejčastějším zdrojem bylo jiné zpravodajské médium (22,2 % článků), následováno veřejným činitelem, politikem či institucí (19 % článků). Zdroj tajný se vyskytl pouze v 1,9 %, a to výhradně u serveru Aeronet, zde tvořil 14% podíl ze všech zdrojů.

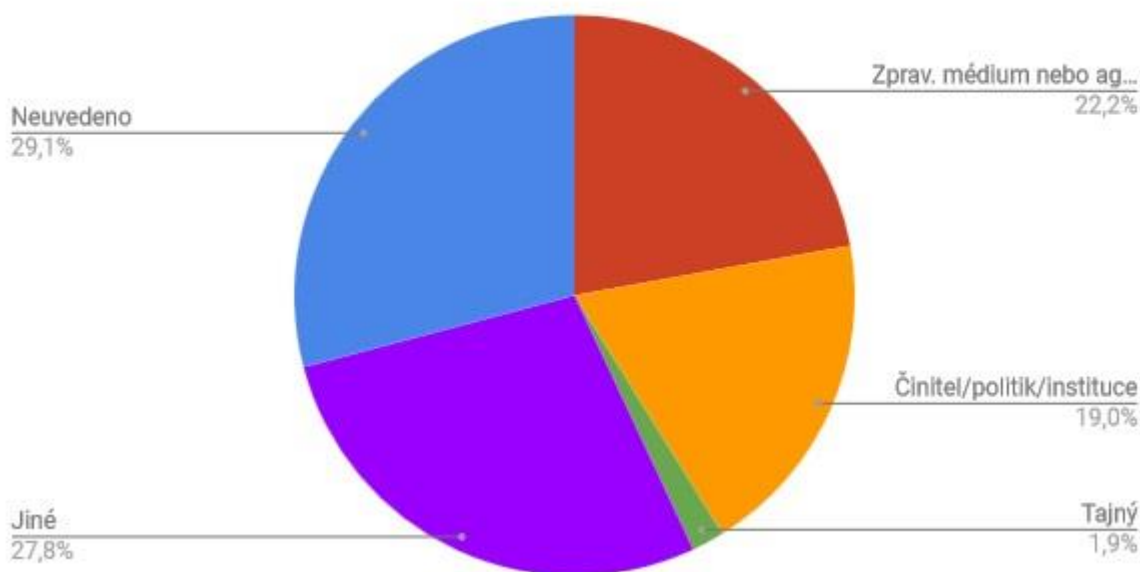
Zdroje informací na jednotlivých serverech (v %)

Graf 16



Zdroje informací na všech serverech dohromady

Graf 17



5.3.4. Shrnutí a poznámky k hermeneutické části analýzy

Záměrem této práce není tyto weby démonizovat, protože některé znaky mediální manipulace bychom rovněž našli i v mainstreamových médiích. Smyslem bylo zjistit, do jaké míry se manipulativní znaky objevují na webech, které jsou v dnešní době v obecném diskursu nazývány jako dezinformační, popřípadě alternativní. Studie ukázala,

že v tomto ohledu bylo nálepkování těchto webů založeno na relevantních faktech, poněvadž manipulativní techniky se zde v daném období skutečně uplatnily v nezanedbatelné míře. Ve čtyřech případech z pěti se manipulativní techniky objevily v nadpoloviční většině článků, pouze v jednom případě byl podíl nižší, 40 %. V jednom případě dokonce tvořily manipulativní články 91 % veškerého sledovaného obsahu.

Považuji tyto výsledky za poměrně překvapivé a alarmující, a proto jsem se rozhodla sledovat i další aspekty v rámci hermeneutické analýzy.

Chtěla bych podotknout, že jednotlivé taktiky spolu velmi úzce souvisely a byly provázané, proto není žádným překvapením, že se v jedné kódovací jednotce vyskytovalo hned několik taktik najednou. Například taktika svalování viny pochopitelně úzce souvisí s nálepkováním, protože nálepkován je zpravidla ta osoba nebo instituce, na kterou se vina svaluje. Svalování viny zároveň může být vytrženo z kontextu, a to na základě dezinterpretace určitých faktů.

Řazení vybraných serverů do jednoho tematického klastru, jak ho definovali autoři na webu Data Boutique i výzkumníci Masarykovy univerzity (viz kapitola 3.1.), se pro vybrané weby potvrdil. Zkoumané servery zastávaly ve svých člancích obdobné názory a politické agendy. Svědčí o tom systém nálepkování, který byl unifikovaný napříč všemi médii. Servery na sebe navzájem odkazovaly, přejímaly články (to byl zejména případ portálu Czech Free Press) a objevovaly se v nich stejné osobnosti v podobě přispěvatelů či dotazovaných. Tyto osobnosti se však v tradičních médiích objevují zřídka.

Zároveň si uvědomuji, že výběr daných médií z konkrétního klastru je v určitém ohledu limitující a ukazuje pouze jeden velmi specifický segment mediálního prostředí. Analýza nicméně ukázala, že i mezi těmito weby existují rozdíly, a to jak v kvantitě výskytu různých jevů, tak i jejich tematickým zaměřením. Tato analýza nepochybně otevírá nové možnosti dalšího výzkumu a mnoho nových otázek. Myslím, že zajímavým pokračováním by bylo porovnání těchto webů s portály mainstreamových médií.

5.3.5. Ověření hypotéz

Po předchozí podrobné analýze přejdu k ověření hypotéz, které jsem si stanovila na počátku výzkumu.

H1: Názor autora budou obsahovat i články, které nejsou označeny jako publicistika

První hypotéza se ukázala jako platná. Jelikož sledované servery v některých případech nerozlišovaly mezi zpravodajstvím a publicistikou, některé názorové tendence se objevily i v nezařazených textech, celkem v 39 případech. Ani jednou však ve zpravodajství.

H2: Nejčastější manipulativní technikou v souhrnu bude Svalování viny

Hypotéza se nepotvrdila, nejčastějšími manipulativními technikami bylo nálepkování a vytržení z kontextu. Svalování viny bylo na třetím místě v celkovém počtu zmínek 58, ve 35 % všech článků.

H3: Aeronet.cz bude využívat manipulativní techniky v nejvíce % případů

Třetí hypotéza se potvrdila, Aeronet využíval jednu a více manipulativních technik v nejvíce případech, konkrétně v 91 % obsahu.

H4: Více než 20 % článků nebude odkazovat na žádný zdroj

Hypotéza se potvrdila, zdroj nebyl uveden ve 29,1 % všech kódovacích jednotek (článků).

H5: AC24.cz bude používat vulgarismy v nejvíce % případů

Hypotéza se potvrdila, celkem 36 % článků na AC24.cz obsahovalo vulgarismy, což bylo výrazně nad celkovým průměrem 12 %.

Celkově se potvrdily čtyři z pěti hypotéz.

5.3.6. Kauza lithium

Kauza ohledně těžby lithia na českém Klínovci vypukla těsně před parlamentními volbami. Aféru vyvolalo memorandum porozumění o těžbě lithia na Cínovci, které na začátku října 2017 podepsal tehdejší ministr průmyslu Jiří Havlíček (ČSSD) s offshorovou společností, a to i přes riziko možné arbitráže, která díky formulacím v dokumentu bez splnění dohody hrozila.

V návaznosti na tyto události vyšel na Aeronetu 4. října 2017 článek s titulkem Megatunel za 3 biliony korun pouhých 17 dní před volbami do sněmovny? Australští těžaři na poslední chvíli dostali od ministra průmyslu bílých šek na privatizaci

těžby lithia pod Cínovcem! Český stát si za lithiový národní poklad řekl jenom o vytvoření nekvalifikovaných pracovních míst! (Aeronet, 2017)

Autor článku také uvedl, že část peněz z těžby poputuje „skrze různé osoby do blízkosti Lidového domu“ a zároveň vyzval čtenáře k volbě SPD, která údajně podobným tunelům zabrání. (Srovátka, 2017, s. 8) Ačkoliv ve skutečnosti byli do kauzy zapojeni politici z různých stran napříč politickým spektrem⁶, Aeronet ve všech svých článcích vinil ČSSD z údajně připravovaného tunelování.

Nepodložené tvrzení se sice původně objevilo jen na webu Aeronet, ale velmi rychle se rozšířilo na další platformy. Mediální prostor celá kauza ovládla ve chvíli, kdy ji začali mediálně přizívat čeští politici, zejména Andrej Babiš (ANO) a Vojtěch Filip (KSČM), kteří kvůli kauze lithium několik dnů před volbami vyvolali mimořádné zasedání Poslanecké sněmovny. Kvůli tomu získala kauza větší dopad na veřejné dění. (Srovátka, 2017, s. 11)

Mainstreamová média i organizace jako Evropské hodnoty, server Neovlivní.cz a v první řadě také Pražský institut bezpečnostních studií později upozornili, že celá kauza mohla být připravovanou dezinformační kampaní. Několik aspektů celé mediální prezentace totiž bylo poměrně kontroverzní.

Už jen fakt, že kauza vypukla v období těsně před volbami, byla šířena z nedůvěryhodného zdroje, vyvolávala určité pochybnosti. Podle serveru Aktuálně.cz zprávu v politických kruzích šířil lobbista Zdeněk Zbytek, kterého jsem již zmiňovala jako kontroverzního „odborníka“, který byl ve sledovaném období citován na serveru Sputnik ČR.

Zatímco frekvence zpráv o kauze lithium před volbami byla poměrně vysoká, po volebním víkendu zmínky téměř utichly až do poloviny listopadu, kdy Aeronet vydal dva články, ve kterých vyvrací fakta o údajné dezinformační kampani. Četnost článků, které se kauzy týkaly v mnou analyzovaném vzorku, jsem zaznamenala do Grafu 21.

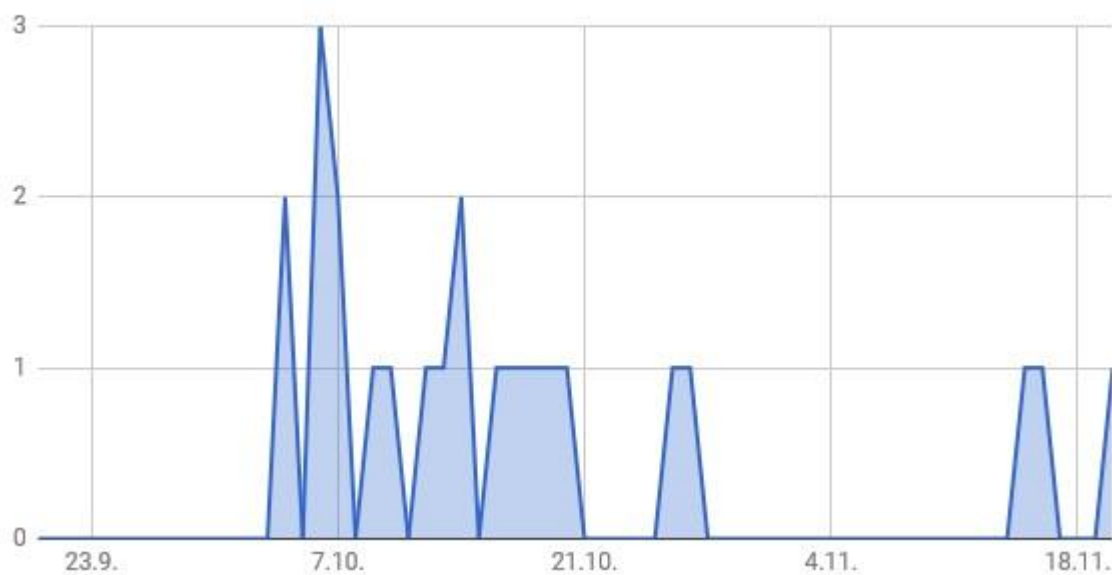
Pražský institut bezpečnostních studií (PSSI) uvedl, že kauza lithium byl cílený dezinformační útok, jehož cílem bylo zdiskreditovat ČSSD a další tradiční politické strany.

⁶ <http://neovlivni.cz/kauza-lithium-kdo-vsechno-z-politiku-se-pod-pripad-podepsal/>

Vzhledem k omezenému množství sociologických dat není dost dobře možné vyhodnotit celkový dopad kauzy na volební výsledky, nicméně PSSI zdůrazňuje, že odborná debata by se měla případem nadále zabývat a rovněž si vzít poučení pro příští situace. (Srovátka, 2017)

Počet článků o kauze lithium v čase

Graf 21



Závěr

Zpravodajské servery hrají klíčovou roli v demokratických společnostech – jsou prominentním zdrojem informací o politických a společenských záležitostech, podílejí se na utváření názorů recipientů a stejně jako tradiční média nastolují agendu. Pokud zpravodajské servery publikují nepravdivé či nějakým způsobem zmanipulované informace, klamou tak veřejnost a demokratická debata je kontaminována přímo u zdroje.

Dezinformace, neboli nepravdivá informace uvedená v omyl záměrem, je termínem, který v posledních letech rezonuje napříč celým mediálním spektrem. Ačkoliv dezinformace a další související manipulace se v médiích objevovaly od počátku jejich existence, dezinformační válka ve smyslu, v jakém ho chápeme dnes, se rozšířila po vypuknutí ukrajinské krize v roce 2014. Velmi rychle se začala šířit po celém světě, cílené dezinformační kampaně byly prokázány například v souvislosti s prezidentskými volbami v USA i referendem o takzvaném Brexitu.

Dezinformace jsou problematickým fenoménem zejména kvůli tomu, že nejsou pro recipienty tak snadno rozpoznatelné. Vyžadují dvojí kontrolu, jejímž úkolem je nejen rozpoznat nepravdivost informace, ale zároveň dokázat fakt, že tak byla uvedena se záměrem. S růstem důležitosti sociálních médií se rovněž rozšířily možnosti, jak dezinformace využívat s maximálním efektem. Dezinformační kampaně na sebe mohou odkazovat navzájem a podílet se na nich mohou i samotní recipienti. Nutnost věnovat se novým, hybridním hrozbám, vyplývá i ze vzniku nových institucí, které se odhalování dezinformací věnují. V České republice je to například pracoviště Ministerstva vnitra Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám.

Cílem mé diplomové práce bylo zjistit, zda se dezinformace a manipulativní techniky objevovaly i na území České republiky v souvislosti s volbami do Poslanecké sněmovny ČR v roce 2017. V průběhu dvou měsíců (od 20.9. do 20.11.) jsem sledovala celkem pět zpravodajských serverů, které jsou v obecném diskursu označovány jako „dezinformační“. Ačkoliv od takového nálepkování bylo nutné se v rámci vědecké práce oprostít, náležitost těchto webů ke stejnému ideologickému klastru byla ověřena podle vizualizace skupiny datových analytiků i podle vědeckého výzkumu Masarykovy Univerzity. Jednalo se o servery AC24.cz, Aeronet, Czech Free Press, Parlamentní listy a Sputnik ČR.

Na těchto pěti webech jsem prostřednictvím obsahové analýzy zkoumala zdrojování, žánrovou skladbu a především výskyt osmi manipulativních technik: svalování viny, použití vulgarismů, nálepkování, apel na strach, vytržení z kontextu, dezinterpretace, falzifikace, manipulativní médium. Obsahová analýza, která byla hlavní metodou výzkumu, byla doplněna o poznámky získané z hermeneutické textové analýzy.

Konkrétní výzkumné jednotky (články) byly definovány na základě časového období a klíčových slov "české" a "volby". Celkem jsem v šetření analyzovala 158 článků. Z výzkumu jsem došla k velmi zajímavým, avšak poměrně alarmujícím číselným výsledkům. Z analýzy vyplynulo, že celkem 58 % všech zkoumaných článků obsahovalo manipulativní techniky. Vůbec nejhůře dopadl server Aeronet, na němž bylo celkem 91 % obsahu nějakým způsobem zmanipulováno. Naopak nejmenší míra manipulace se objevila na severu Sputnik ČR, konkrétně 40 %. U všech ostatních serverů však byl podíl manipulativních článků nadpoloviční. Mezi nejčastější taktiky patřilo svalování viny, apel na strach, dezinterpretace a nálepkování. Různé dezinformační taktiky byly mezi sebou různě propojené, zároveň také například systém nálepkování, zahrnující výrazy jako sluníčkáři nebo multikulti, byl takřka sjednocený napříč všemi médii. Také aspekty zdrojování se ukázaly jako problematické, protože největší část článků neodkazovala na žádný zdroj.

Z pěti stanovených hypotéz se celkem čtyři potvrdily. Cíl mé diplomové práce byl splněn, podařilo se mi analyticky zmapovat výskyt manipulativních technik i dezinformací na vybraných serverech. Závěry mé analýzy pro mě byly poměrně překvapující, a myslím, že nabádají k hlubokému zamyšlení nad tím, jak přistupovat k informacím, které nám média zprostředkovávají. Mnohdy by se mohlo zdát, že odhalení nepravdy je v době svobodného přístupu k informacím jednoduché, ale takový závěr je relativní. Internet a sociální sítě umožňují také nové způsoby, jak ohýbat mediovanou realitu, a zároveň poskytují anonymitu oběma stranám mediálního sdělení. Za těchto podmínek je obtížné oddělit fakta od fikce a téměř nemožné zjistit, kdo je za určitou dezinformační kampaň zodpovědný.

Na případu voleb do Poslanecké sněmovny lze vliv dezinformací demonstrovat na takzvané kauze lithium, která vypukla těsně před volbami. Kauza byla zásadní z toho důvodu, že ačkoliv pocházela z webu Aeronet, dostala se velmi rychle i do veřejného dění. Mediální prostor celá kauza ovládla ve chvíli, kdy ji začali mediálně přiživovat čeští

politici, zejména Andrej Babiš (ANO) a Vojtěch Filip (KSČM). I přesto, že konkrétní data o tom, jak kauza ovlivnila volby, neexistují, poměrně dobře demonstruje, jak rychle a efektivně se dezinformační kampaň může šířit. Zároveň může sloužit jako vzor, ze kterého se můžeme v budoucnu poučit.

I přesto, že cílem práce nebylo demonizovat vybrané servery, výsledky analýzy ukázaly, že nálepkování těchto webů jako „dezinformační“ je založeno na faktech, o čemž svědčí průměrná nadpoloviční většina manipulativního obsahu. Je však nutné zdůraznit, že vzhledem k výběru těchto serverů jsou výsledky relevantní jen pro jeden specifický segment mediálního prostředí. Nelze zároveň tvrdit, že manipulativní techniky se objevují pouze v tomto segmentu. Analýza tak nepochybně otevírá dveře k novým možnostem výzkumu, do kterého by se dala zařadit i mainstreamová média. Porovnání těchto segmentů by jistě přineslo zajímavé výsledky.

Summary

News websites play a particular role in democratic societies. They serve as a key source of accurate information about political and social affairs, participating in shaping public's opinion. If news websites publish fake or somehow manipulated news, they deceive the public and democratic debate is polluted at the source.

The term disinformation, which is defined as an intentionally misleading information, has been resonating over the entire media landscape especially in recent years. Although disinformation and other related media manipulations were present in media since their existence, the disinformation warfare the way we understand it nowadays appeared after the outbreak of Ukrainian crisis in 2014 and it started to spread worldwide very quickly. Later on, various disinformation campaigns were reported for example in the context of US presidential election or Brexit.

Disinformation is a problematic phenomenon since it is difficult to recognize. It requires double checking, the task of which is not only to spot the falsehood but also to prove that the disinformation was released intentionally. As social media became more popular, a new breed of more powerful disinformation campaigns emerged, often referencing each other and involving recipients in participating. As an answer to that, in

past years we are noticing the emerging efforts to make a stand against such hybrid threads. New institutions, such as Centre against Terrorism and Hybrid Threats in the Czech Republic, are getting engaged in the fight against disinformation.

The goal of my diploma thesis was to find out if the disinformation and manipulative techniques appeared in the Czech Republic in context of the Parliamentary election in 2017. In the period of two months (20 September - 20 November 2017), I was analyzing the content of five news websites (AC24.cz, Aeronet, Czech Free Press, Parlamentní listy and Sputnik ČR), which are classified as "disinformation websites" according to the public discourse. However, choosing these particular platforms for my work was not a matter of labeling or a random selection. The relevance of those was first argued via two independent scientific sources.

The main variables of my research were the information source, the genre and above all, the presence of eight manipulative techniques: recrimination, vulgarism, labeling, appeal to fear, misinterpretation, taking information out of context, falsification and manipulative multimedia. The content analysis, which was the major method of research, was supplemented by remarks from the hermeneutic text analysis.

The specific research units (news articles) were defined based on the time period and the keywords "Czech" and "election". I analyzed 158 news articles in total, that revealed interesting yet disturbing numerical results. The analysis showed that 58% of all articles examined included some manipulative techniques. The website Aeronet turned out to be the most manipulative, featuring 91% ratio of the manipulated content. On the contrary, the website Sputnik ČR included 40 % of manipulative content, which was the lowest ratio out of all websites. However, in all other cases, the ratio of manipulative content was higher than 50 %. The most common techniques included recrimination, appeal to fear, misinterpretation and labeling. Various disinformation tactics were interconnected. The credibility of sources turned out to be problematic as well since most of the news articles referred to no source.

Out of the five established hypotheses, a total of four were confirmed. The goal of my diploma thesis was fulfilled since I managed to analytically map out the occurrence of manipulative techniques and disinformation on selected websites. The results of my

analysis for me were quite surprising, and I think these results should encourage us to reflect on how we access the information in general.

Although it may seem that identifying falsehood in the era of free access to information should be simple, such a conclusion would be highly relative. The Internet and social media also provide new ways to distort the mediated reality while providing a complete anonymity to both sides of the media message. Under these circumstances, it is difficult to separate the facts from fiction and it is almost impossible to find out who is responsible for disinformation campaigns.

The influence of disinformation can be demonstrated on the example of "lithium affair", which has broken out just before the Parliamentary election in 2017. The disinformation news article about lithium scandal was first released in Aeronet, and it has spread very quickly. The "scandalous information" became a public affair after some Czech politicians, especially Andrej Babiš and Vojtěch Filip, used it in their election campaign. Even though there is no specific data on how this affair affected the election, this scandal shows that the disinformation campaign can operate very quickly and effectively.

The evidence of more than 50 % average ratio of manipulative content indicates, that the general tendencies of labeling the selected websites as "disinformation" was probably based on real facts, even though this was not the initial purpose of my research. However, I would like to emphasize that it does not mean that various manipulative techniques are only present in this media cluster. My research brought an overview on one very specific segment on media and its results should not be generalized. The analysis thus undoubtedly opens the door to new research opportunities that could include mainstream media. Comparing these two segments would certainly bring interesting results.

Použitá literatura

- ¹ AC24.cz. Petr Havlíček: *Víte, proč vám zdražili máslo?* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://ac24.cz/zpravy-z-domova/11263-havlicek-vite-proc-zdrazili-maslo>
- ² AC24.CZ. *Poděkování čtenářům AC24.* 2012 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://ac24.cz/-/zpravy-z-domova/299-podekovani-ctenarum-ac246>
- ³ AC24.cz. *Stanislav Novotný: Pátek nešťastný je den aneb česká volba.* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://ac24.cz/zpravy-z-domova/11277-novotny-patek-nestastny-ceska-volba>
- ⁴ AERONET. *AE news.* [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/>
- ⁵ AERONET. *Exkluzivně: Stopy vlastnických struktur firmy, která má těžit lithium na Cínovci, končí u rodinného klanu se zlatými doly v Rusku a u lidí v Trumpově administrativě! BlackRock Group, Evy Hambro, Craig Phillips, Hillary Clinton a celá armáda právníků, která je připravena v arbitráži sedřít Českou republiku z kůže!* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/exkluzivne-stopy-vlastnickych-struktur-firmy-ktera-ma-tezit-lithium-na-cinovci-konci-u-rodinneho-klanu-se-zlatymi-doly-v-rusku-a-u-lidi-v-trumpove-administrative-blackrock-group-egy-hambro/>
- ⁶ AERONET. *Megatunel za 3 biliony korun pouhých 17 dní před volbami do sněmovny? Australští těžaři na poslední chvíli dostali od ministra průmyslu biancošek na privatizaci těžby lithia pod Cínovcem! Český stát si za lithiový národní poklad řekl jenom o vytvoření nekvalifikovaných pracovních míst!* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/megatunel-za-3-biliony-koron-pouhych-17-dni-pred-volbami-do-snemovny-australsti-tezari-na-posledni-chvili-dostali-od-ministra-prumyslu-bianco-sek-na-privatizaci-tezby-lithia-pod-cinovcem-cesky-stat/>
- ⁷ AERONET. *Na scéně je další podvrh, tentokrát je terčem Tomio Okamura! Fiat-alternativní server uveřejnil fotokopie smlouvy, která měla z Okamurova Úsvitu vyvést desítky milionů korun! A Babiš už nemá potvrzení, že nespolupracoval s agenty StB!* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/na-scene-je-dalsi-podvrh-tentokrat-je-tercem-tomio->

okamura-fiat-alternativni-server-uverejnil-fotokopie-smlouvy-ktera-mela-z-okamurova-usvitu-vyvest-desitky-milionu-korun-a-babis-uz-nema-potvrzeni/

- ⁸ AERONET. *Ochrana soukromí*. [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/ochrana-soukromi>
- ⁹ AERONET. *Skandál 1. třídy ZŠ v Teplicích s tablem plným multikulti prvňáčků odhalil islamizační procesy v České republice. Noviny ihned zcenzurovaly jména školáků, my vám je přinášíme pro vykreslení představy, co se děje za zády naivních českých rodičů!* 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/skandal-1-tridy-zs-v-teplicich-s-tablem-plnym-multikulti-prvnacku-odhalil-islamizacni-procesy-v-ceske-republice-noviny-ihned-zcenzurovaly-jmena-skolaku-my-vam-je-prinasime-pro-vykresleni-predstavy/>
- ¹⁰ AKTUÁLNĚ.CZ. *Aféru o megatunelu s lithiem před volbami pomohl rozdmýchat Zbytek. Jen jsem přeposlal maily, tvrdí*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/aferu-o-megatunelu-s-lithiem-pred-volbami-pomohl-rozdmychat/r~e458f94ada8311e794dbac1f6b220ee8/?redirected=1525200163>
- ¹¹ AKTUÁLNĚ.CZ. *Rozkrýváme pozadí nové světové války. Jak se Češi ocitli v zajetí lží*. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/valka-dezinformace-fake-news/r~7bfb35b23bb311e7886d002590604f2e>
- ¹² ALIAKSANDRAU, Andrei. *Brave new war: The information war between Russia and Ukraine. Index on Censorship* [online]. 2014, 43(4), 54-60 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0306422014560963. ISSN 0306-4220. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0306422014560963>
- ¹³ ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW. *Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives* [online]. 2017, 31(2), 211-236 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1257/jep.31.2.211. ISSN 0895-3309. Dostupné z: <http://pubs.aeaweb.org/doi/10.1257/jep.31.2.211>
- ¹⁴ ARO, Jessikka. *The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. European View* [online]. 2018, 15(1), 121-132 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1007/s12290-016-0395-5. ISSN 1781-6858. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1007/s12290-016-0395-5>

- ¹⁵ BANAS, John A. a Gregory MILLER. *Inducing Resistance to Conspiracy Theory Propaganda: Testing Inoculation and Metainoculation Strategies*. *Human Communication Research* [online]. 2013, 39(2), 184-207 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1111/hcre.12000. ISSN 03603989. Dostupné z: <https://academic.oup.com/hcr/article/39/2/184-207/4093671>
- ¹⁶ BANASIK, Mirosław. *How to understand the hybrid war*. *Securitologia* [online]. 2015, 21(1), 19-34 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.5604/18984509.1184214. ISSN 1898-4509. Dostupné z: <http://10027.indexcopernicus.com/abstracted.php?level=5&ICID=1184214>
- ¹⁷ BERNAYS, Edward. (2004). *Propaganda: How the Media Molds Your Mind*. 1. vyd. Brooklyn: Ig Publishing, 1928. 168 str. ISBN 978-09703125-9-4.
- ¹⁸ CORNER, John. *Fake news, post-truth and media-political change* BallJames, *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London. *Media, Culture & Society* [online]. 2016, 39(7), 1100-1107 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0163443717726743. ISSN 0163-4437. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443717726743>
- ¹⁹ CULLEN, Patrick a Erik REICHBORN-KJENNERUD. *What is Hybrid Warfare?* *Norwegian Institute of International Affairs* . [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/id/411369/NUPI_P
- ²⁰ CZECH FREE PRESS. *Czech Free Press: Svoboda informacím*. [online]. [cit. 2018-05-06]. <http://czechfreepress.cz/redakce/svoboda-informacim.html>
- ²¹ CZECH FREE PRESS. *V procesu Národní demokracie vs. Ministerstvo vnitra vystoupil vštec*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://czechfreepress.cz/kauzy/v-procesu-narodni-demokracie-vs-ministerstvo-vnitra-vystoupil-vestec.html>
- ²² ČESKÁ TELEVIZE. *Prokremelské weby jsou nebezpečnější. Na podvrhy fotek už dávno nespolehají*. 2016 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1815890-prokremelske-weby-jsou-nebezpecnejsi-na-podvrhy-fotek-uz-davno-nespolehaji>
- ²³ DANIELS, Jessie. *Cloaked websites: propaganda, cyber-racism and epistemology in the digital era*. *New Media & Society* [online]. 2009, 11(5), 659-683 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/1461444809105345. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809105345>

- ²⁴ DAVIS, Wynne. *Fake Or Real? How To Self-Check The News And Get The Facts*. National Public Radio. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/12/05/503581220/fake-or-real-how-to-self-check-the-news-and-get-the-facts>
- ²⁵ DEHAVEN-SMITH, Lance a Matthew T. WITT. *Conspiracy Theory Reconsidered*. Administration & Society [online]. 2012, 45(3), 267-295 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0095399712459727. ISSN 0095-3997. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0095399712459727>
- ²⁶ EVROPSKÉ HODNOTY. AC24. 2016 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/ac24/>
- ²⁷ EVROPSKÉ HODNOTY. *Czech Free Press*. 2016 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/czech-free-press/>
- ²⁸ EVROPSKÉ HODNOTY. *Poslání*. [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/o-nas/nase-poslani/>
- ²⁹ FALLIS, Don. *A Functional Analysis of Disinformation*. IConference 2014 Proceedings [online]. iSchools, 2014 [cit. 2018-05-09]. DOI: 10.9776/14278. ISBN 978-0-9884900-1-7. Dostupné z: <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/47258>
- ³⁰ GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech*. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií. [online]. 2017 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/06/Vyzkumna_zprava_Analyza_manipulativnich.pdf
- ³¹ JABLOKOV, Ilya. *Conspiracy Theories as a Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT)*. Political Studies Association. [online]. 2015 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1467-9256.12097>
- ³² JANDA, Jakub a Veronika VÍCHOVÁ. *Fungování českých dezinformačních webů. Evropské hodnoty*. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>
- ³³ JANDA, Jakub, KREJČÍ, Markéta a Veronika VÍCHOVÁ. *Aktuální stav zájmů a vlivu Ruské federace v České republice*. Evropské hodnoty. [online]. 2018 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp->

- content/uploads/2018/01/Aktu%C3%A1ln%C3%AD-stav-z%C3%A1jm%C5%AF-a-vlivu-Rusk%C3%A9-federace-v-%C4%8Cesk%C3%A9-republice.pdf
- ³⁴ JANDA, Jakub. *Dopady dezinformačních operací v České republice*. Evropské hodnoty. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/09/Dopady-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-operac%C3%AD-v-%C4%8Cesk%C3%A9-republice.pdf>
- ³⁵ JOLLEY, Rachael, Kaya GENÇ, Jemimah STEINFELD, Duncan TUCKER, Abraham T ZERE, Natasha JOSEPH a Raymond JOSEPH. *Reel-time news: As “fake news” dominates headlines, Index’s global team of experienced journalists offers tips on how to spot falsehoods before you click and share*. Index on Censorship [online]. 2017, 46(1), 52-65 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0306422017703615. ISSN 0306-4220. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0306422017703615>
- ³⁶ JOWETT, Garth a Victoria O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 4th ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, c2006. ISBN 978-1-4129-0898-6.
- ³⁷ KOVALOV, M. *Electoral Manipulations and Fraud in Parliamentary Elections: The Case of Ukraine*. East European Politics & Societies [online]. 2014, 28(4), 781-807 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0888325414545671. ISSN 0888-3254. Dostupné z: <http://eep.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0888325414545671>
- ³⁸ KREMLIN WATCH. *Policy shift overview: How the Czech Republic became one of the European leaders in countering Russian disinformation*. Evropské hodnoty. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.europeanvalues.net/wp-content/uploads/2017/05/Policy-shift-overview-How-the-Czech-Republic-became-one-of-the-European-leaders-in-countering-Russian-disinformation-1.pdf>
- ³⁹ KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, c2004, xxiii, 413 p. ISBN 0761915451.
- ⁴⁰ KRISOVÁ, Lenka a Josef ŠLERKA. *Tzv. proruské zpravodajské weby na Facebooku? (1. část)*. 2015 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/113772071738/tzv-prorusk%C3%A9-zpravodajsk%C3%A9-weby-na-facebooku-1>
- ⁴¹ LAYBATS, Claire a Luke TREDINNICK. *Post truth, information, and emotion*. *Business Information Review* [online]. 2016, 33(4), 204-206 [cit. 2018-05-06].

- DOI: 10.1177/0266382116680741. ISSN 0266-3821. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266382116680741>
- ⁴² LIPPMANN, W. (1925). *The Phantom Public*. London: Macmillan. In: Propaganda. Robert Jackall. New York University Press: New York, Washington Square. ISBN 0-8147-4197-5.
- ⁴³ MARSHALL, Jonathan Paul. *Disorder and the disinformation society: the social dynamics of information, networks and software*. ISBN 9780415540001.
- ⁴⁴ MCCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Second edition. Chichester: Polity Press, 2013. ISBN 9780745661100.
- ⁴⁵ MCGONAGLE, Tarlach. *Fake news*. Netherlands Quarterly of Human Rights [online]. 2017, 35(4), 203-209 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0924051917738685. ISSN 0924-0519. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0924051917738685>
- ⁴⁶ MCNAIR, Brian. *Cultural chaos: journalism, news and power in a globalised world*. New York: Routledge, 2006. ISBN 978-0-415-33913-1.
- ⁴⁷ MEJIAS, Ulises A a Nikolai E VOKUEV. *Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine*. Media, Culture & Society [online]. 2016, 39(7), 1027-1042 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0163443716686672. ISSN 0163-4437. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443716686672>
- ⁴⁸ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám*. [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/cthh/clanek/centrum-proti-terorismu-a-hybridnim-hrozbam.aspx>
- ⁴⁹ NEČAS, Vlastimil et al. *Postavení médií v české společnosti a v Evropské unii: příspěvky z odborného semináře konaného ve dnech 6.-7.11.2006*. Praha: Matfyzpress, 2006. ISBN 80-86732-983.
- ⁵⁰ NEOVLIVNÍ.CZ. *AC24.cz: Ozvěny Kremlu v ČR*. 2015 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/ac24-cz-rusky-vliv-cr/>
- ⁵¹ NEOVLIVNÍ.CZ. *Smartnews.cz: Ozvěny Kremlu v ČR*. 2015 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/smartnews-cz-ozveny-kremlu-v-cr/>
- ⁵² NEWCOURT-NOWODVORSKI, Stanley. *Black Propaganda in the Second World War*. New York: The History Press, 2013. ISBN 0752495879.

- ⁵³ NIMMO, Ben. *Identifying Disinformation: an ABC*. Policy Brief of Institute of European Studies. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.ies.be/files/PB%202016:01%20Ben%20Nimmo.pdf>
- ⁵⁴ OXFORD DICTIONARY. *Misinformation*. [online]. 2018 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/misinformation>
- ⁵⁵ PARLAMENTNÍ LISTY. *Kontakty*. [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/redakce/redakce/>
- ⁵⁶ PARLAMENTNÍ LISTY. *Okamura, keců fůra. V prdeli, zavání to průserem. Ondřej Gregor Brzobohatý se vyjádřil též k Babišovi a KSČM*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Okamura-kecu-fura-V-prdeli-zavani-to-pruserem-Ondrej-Gregor-Brzobohaty-se-vyjadril-tez-k-Babisovi-a-KSCM-509707>
- ⁵⁷ PASITSELSKA, Olga. *Ukrainian crisis through the lens of Russian media: Construction of ideological discourse*. *Discourse & Communication* [online]. 2017, 11(6), 591-609 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/1750481317714127. ISSN 1750-4813. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750481317714127>
- ⁵⁸ POSLANECKÁ SNĚMOVNA PARLAMENTU ČR. *Organizace a průběh voleb do PS*. [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300>
- ⁵⁹ SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.
- ⁶⁰ SPUTNIK. *Knedlík v krku. Česko zažilo volební senzaci*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201710226165829-knedlik-krk-cesko-volby-senzace/>
- ⁶¹ SPUTNIK. *O projektu*. <https://cz.sputniknews.com/docs/about/index.html> [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/docs/about/index.html>
- ⁶² SPUTNIK. *Podzim patriarchy*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/politika/201710116112868-prezident-zeman-pace-proslov/>
- ⁶³ SPUTNIK. *V Česku se objevily seznamy nepřátel národa. Dostal se do nich i dalajláma*. 2017 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z:

- <https://cz.sputniknews.com/nazory/201710266188820-cesko-seznam-nepratele-narod/>
- ⁶⁴ STOMATOVÁ, Darja. (2012). *Propaganda v českých a ruských médiích: případ Krymské krize*. Praha. 46 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Obor Studium humanitní vzdělanosti. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Tomáš Váňa, M. A.
- ⁶⁵ SYROVÁTKA, Jonáš. *České volby v éře dezinformací: Parlamentní volby 2017*. Prague Security Studies Institute. [online]. 2017 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: http://www.pssi.cz/download/docs/482_parlamentni-volby-2017-analyza.pdf
- ⁶⁶ SZOSTEK, Joanna. *News media repertoires and strategic narrative reception: A paradox of dis/belief in authoritarian Russia*. *New Media & Society* [online]. 2016, 20(1), 68-87 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/1461444816656638. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816656638>
- ⁶⁷ SZOSTEK, Joanna. *Russia and the News Media in Ukraine*. *East European Politics and Societies* [online]. 2014, 28(3), 463-486 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/0888325414537297. ISSN 0888-3254. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0888325414537297>
- ⁶⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.
- ⁶⁹ TÝDENÍK RESPEKT *Kdo tu píše pro Putina?* 2016 [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2016/18/kdo-tu-pise-pro-putina?>
- ⁷⁰ VARGO, Chris J, Lei GUO a Michelle A AMAZEEN. *The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016*. *New Media & Society* [online]. 2017, 20(5), 2028-2049 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/1461444817712086. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444817712086>
- ⁷¹ VÍCHOVÁ, Veronika. *Manipulační techniky dezinformačních webů*. Evropské hodnoty. [online]. 2016 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/07/Manipula%C4%8Dn%C3%AD-techniky.pdf>
- ⁷² WEBSTER, Frank. *Theories of the information society*. 3rd ed. Abingdon, Oxon: Routledge, 2006. ISBN 0203962826.

Teze Diplomové práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Markéta Červenková	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015	
E-mail diplomantky/diplomanta: marketcervenkova@gmail.com	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia / kombinovaně	
Předpokládaný název práce v češtině: Dezinformační tendence na vybraných zpravodajských webech během voleb do Poslanecké sněmovny 2017	
Předpokládaný název práce v angličtině: Disinformation tendencies on selected news websites during the Czech parliamentary election 2017	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): V českém mediálním prostředí se v posledních letech objevilo několik tzv. alternativních či anti-systémových webů, které se podle četných zdrojů snaží o manipulaci čtenářů, šíří dezinformační kampaň a aktivně hájí politiku současného Ruska. Cílem této práce bude zmapovat dezinformační taktiky serverů, které jsem vybrala na základě několika nezávislých zdrojů popisující tyto anti-systémové weby jako dezinformační. V praktické části práce budu sledovat příspěvky těchto webů k tématu českých voleb do Poslanecké sněmovny, které by měly proběhnout v říjnu 2017. V úvodu práce si na základě odborné literatury definuji jednotlivé znaky dezinformačních taktik, které budu následně kódovat v jednotlivých článcích. Výsledkem bude komparativní analýza těchto webů.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Práce bude kvantitativní obsahovou analýzou článků týkajících se parlamentních voleb do Poslanecké sněmovny. Sledované weby jsou vypsány níže. Cílem práce bude identifikovat manipulativní charakter jednotlivých článků a na základě toho provést komparativní analýzu jednotlivých webů.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none">1. Teoretická část<ol style="list-style-type: none">1.1. Role médií v předvolebním období1.2. Definice pojmů: dezinformace, manipulace v médiích1.3. Charakteristika sledovaných webů2. Praktická část<ol style="list-style-type: none">2.1. Časové vymezení zkoumaného období2.2. Stanovené hypotézy2.3. Kvantitativní analýza2.4. Ověření stanovených hypotéz2.5. Komparace obsahových analýz sledovaných médií	

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Stránky online portálů:

Parlamentní listy

AC24

Aeronet.cz

CzechFreePress

Sputnik ČR

Svět kolem nás

Analyzované období: 2 měsíce

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní obsahová analýza

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

KÖPPLOVÁ, Barbara a Jan CEBE, ed. Postavení médií v české společnosti a v Evropské unii. Praha: Matfyzpress, 2006. ISBN 8086732983.

Kniha je sborníkem příspěvků z odborného mediálního semináře. Pro mou práci budou stěžejní především příspěvky Tomáše Trampoty (Role médií při budování předvolební agendy) a Vlastimila Nečase (Agenda volebního zpravodajství českých médií).

DANIELS, Jessie. Cloaked websites: propaganda, cyber-racism and epistemology in the digital era. Volume: 11 issue: 5, p. 659-683.

Odborný článek se zabývá problematikou tzv. "maskujících se webových stránek", které využívají různých skrytých prostředků k nastolování politické agendy. Přináší konkrétní případy z americké digitální krajiny a zároveň přináší i teoretický vhled do problematiky dezinformačních technik.

MARSHALL, Jonathan Paul. Disorder and the disinformation society: the social dynamics of information, networks and software. ISBN 9780415540001.

Kniha je sociální analýzou, která zkoumá každodenní zkušenost s narušením informací a selháním softwaru v současné západní společnosti. Prostřednictvím výzkumu informacionismu, který definuje jako současnou formu kapitalismu, popisuje společenské procesy, které produkují informační zmatek.

KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis: an introduction to its methodology. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, c2004, xxiii, 413 p. ISBN 0761915451.

Kniha se zabývá jak historií, tak i současnou teorií analýzy mediálních sdělení. Zaměřuje se na kvantitativní i kvalitativní výzkum.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010, s. 228. ISBN 978-80-7367-683-4.

Kniha seznamuje čtenáře s možnými metodami a postupy při výzkumu médií, je metodickým manuálem doplněným o konkrétní případy.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

KUDLÁČEK, Lukáš. Dezinformace jako komunikační strategie bulvárního tisku. Masarykova univerzita Fakulta sociálních studií, 2013. 88 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

KLUSÁKOVÁ, Markéta. Nastolování politické agendy ve veřejnoprávním médiu před parlamentními

volbami ČR roku 2013. Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta filozofická, 2015. 56 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. František Kalvas, Ph.D.

ŽÁČKOVÁ, Vladimíra. Kredibilita informace v mediální komunikaci. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky, 2016. 152 s. Vedoucí práce Ing. PhDr. Antonín Pavlíček, Ph.D. Rok vypracování: 2016

Datum / Podpis studenta/ky

23.5.2017

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Jan Zápotocký

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh:

Příloha 1: Kódovací kniha

- Analyzované období:

20.9.2017 – 20.11.2017

- Analyzovaná média

- AC24.cz
- Aeronet (AE News)
- Czech Free Press
- Parlamentní listy
- Sputnik ČR

- Kódovací jednotka:

1 článek v uvedeném časovém období, v němž vyskytují klíčová slova „české“ a „volby“

- Výzkumné otázky:

1. Vyskytují se na daných serverech znaky mediální manipulace? Pokud ano, jaké manipulativní techniky k ní využívají?
2. Jaké dané servery využívají zdroje informací?
3. Jaký je na těchto webech podíl manipulativního obsahu vůči neutrálnímu?
4. Který ze serverů produkoval největší podíl manipulativních článků?

- Hypotézy:

H1: Názor autora budou obsahovat i články, které nejsou označeny jako publicistika

H2: Nejčastější manipulativní technikou v souhrnu bude Svalování viny

H3: Aeronet.cz bude využívat manipulativní techniky v nejvíce % případů

H4: Více než 20 % článků nebude odkazovat na žádný zdroj

H5: AC24.cz bude používat expresivní výrazy v nejvíce % případů

- Hodnoty proměnných

P1 = Analyzovaná média

AC24.cz – 1

Aeronet (AE News) – 2

Czech Free Press – 2

Parlamentní listy – 4

Sputnik ČR – 5

P2 = Datum

datum ve formátu DD.MM.

P3 = Hlavní zdroj informací

Odborný zdroj – 1

Zpravodajské médium – 2

Veřejný činitel, aktivní politik nebo instituce – 3

Tajný zdroj – 4

Jiné – 5

Není uvedeno – 0

P4 = Přítomnost dezinformačních technik

P4a = Svalování viny

ano – 1

ne – 0

P4b = Vulgarismy

ano – 1

ne – 0

P4c = Nálepkování

ano – 1

ne – 0

P4d = Apel na strach

ano – 1

ne – 0

P4e = Vytržení z kontextu

ano – 1

ne – 0

P4f= Dezinterpretace

ano – 1

ne – 0

P4g = Falzifikace

jednoznačná falzifikace – 1

pravděpodobná falzifikace – 2

ne – 0

P4h = Manipulativní médium (fotografie, video, příspěvek na sociálních sítích)

ano – 1

ne – 0

P5 = Druh článku

zpravodajství – 1

publicistika – 2

neurčeno – 0

P6 = Článek vyjadřuje názor autora/respondenta

ano – 1

ne – 0

Příloha 2: Graf1 (v textu)

Příloha 3: Graf2 (v textu)

Příloha 4: Graf3 (v textu)

Příloha 5: Graf4 (v textu)

Příloha 6: Graf5 (v textu)

Příloha 7: Graf6 (v textu)

Příloha 8: Graf7 (v textu)

Příloha 9: Graf8 (v textu)

Příloha 10: Graf9 (v textu)

Příloha 11: Graf10 (v textu)

Příloha 12: Graf11 (v textu)

Příloha 13: Graf12 (v textu)

Příloha 14: Graf13 (v textu)

Příloha 15: Graf14 (v textu)

Příloha 16: Graf15 (v textu)

Příloha 17: Graf16 (v textu)

Příloha 18: Graf17 (v textu)

Příloha 19: Graf18 (v textu)

Příloha 20: Graf19 (v textu)

Příloha 21: Graf20 (v textu)

Příloha 22: Graf21 (v textu)

Příloha 23: Kódovací arch

	P1	P2	P3	P4								P5	P6
				P4a	P4b	P4c	P4d	P4e	P4f	P4g	P4h		
KJ1	1	14.11.	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ2	1	22.10.	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ3	1	21.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ4	1	20.10.	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1
KJ5	1	19.10.	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1
KJ6	1	17.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ7	1	16.10.	0	1	0	1	1	0	0	0	0	2	1
KJ8	1	16.10.	5	1	0	1	0	1	1	0	0	2	1
KJ9	1	14.10.	0	1	0	0	1	0	1	0	0	2	1
KJ10	1	2.10.	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	1
KJ11	1	28.9.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ12	2	20.9.	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1
KJ13	2	4.10.	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
KJ14	2	6.10.	2	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
KJ15	2	9.10.	4	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1
KJ16	2	10.10.	5	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1
KJ17	2	12.10.	4	1	0	1	1	1	0	2	0	0	1
KJ18	2	13.10.	5	1	0	1	1	1	0	2	0	0	1
KJ19	2	17.10.	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1
KJ20	2	19.10.	0	0	0	1	0	1	1	2	0	0	1
KJ21	2	20.10.	4	0	0	0	1	1	0	2	0	0	1
KJ22	2	21.10.	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
KJ23	2	23.10.	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ24	2	25.10.	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
KJ25	2	26.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ26	2	3.11.	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
KJ27	2	5.11.	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1
KJ28	2	7.11.	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1
KJ29	2	8.11.	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ30	2	10.11.	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
KJ31	2	12.11.	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
KJ32	2	15.11.	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
KJ33	2	20.11.	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1

KJ34	3	26.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ35	3	29.10.	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ36	3	28.10.	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1
KJ37	3	6.10.	0	1	0	1	0	1	1	0	0	2	1
KJ38	3	5.10.	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1
KJ39	3	7.10.	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
KJ40	3	7.10.	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	1
KJ41	3	4.10.	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
KJ42	3	4.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ43	3	2.10.	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ44	3	20.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ45	3	19.10.	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
KJ46	3	18.10.	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1
KJ47	3	18.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ48	3	17.10.	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ49	3	17.10.	0	1	0	1	1	1	1	0	0	2	1
KJ50	3	14.10.	5	1	0	1	1	1	0	2	0	0	1
KJ51	3	13.10.	0	1	0	0	1	0	1	0	0	2	1
KJ52	3	10.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ53	3	27.10.	0	1	1	1	0	1	1	0	0	2	1
KJ54	3	27.10.	0	1	0	1	1	1	1	1	0	2	1
KJ55	3	24.10.	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ56	3	24.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KJ57	3	23.10.	0	0	1	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ58	3	7.11.	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
KJ59	3	31.10.	3	0	0	0	1	1	1	0	0	2	1
KJ60	3	2.11.	2	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ61	3	30.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
KJ62	3	30.10.	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1
KJ63	3	30.10.	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
KJ64	3	30.10.	0	1	0	1	0	0	1	0	0	2	1
KJ65	3	16.10.	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ66	3	15.10.	2	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1
KJ67	5	16.11.	3	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ68	5	13.11.	5	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0

KJ69	5	10.11.	5	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ70	5	6.11.	5	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1
KJ71	5	3.11.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ72	5	28.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ73	5	27.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ74	5	26.10.	3	1	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ75	5	26.10.	0	0	2	1	0	1	1	2	0	2	1
KJ76	5	26.10.	3	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ77	5	24.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ78	5	24.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ79	5	23.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ80	5	23.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ81	5	23.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ82	5	23.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ83	5	22.10.	5	0	0	1	1	0	0	0	0	2	1
KJ84	5	22.10.	5	0	1	1	0	0	1	1	0	2	1
KJ85	5	21.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ86	5	21.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ87	5	21.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ88	5	21.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ89	5	21.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ90	5	20.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ91	5	20.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ92	5	20.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ93	5	20.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ94	5	20.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ95	5	18.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ96	5	16.10.	3	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
KJ97	5	16.10.	5	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ98	5	16.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ99	5	14.10.	0	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1
KJ100	5	11.10.	5	0	0	1	0	1	1	0	0	2	1
KJ101	5	11.10.	5	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ102	5	6.10.	5	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1
KJ103	5	6.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1

KJ104	5	5.10.	5	0	0	1	1	0	0	0	0	2	1
KJ105	5	4.10.	5	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1
KJ106	5	1.10	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ107	5	26.9.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
KJ108	5	20.9.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ109	4	20.11.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ110	4	20.11.	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
KJ111	4	18.11.	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ112	4	16.11.	3	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1
KJ113	4	16.11.	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ114	4	15.11.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ115	4	13.11.	5	1	0	0	0	1	1	0	0	2	1
KJ116	4	11.11	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ117	4	10.11.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ118	4	6.11.	5	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ119	4	3.11.	5	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1
KJ120	4	2.11.	5	1	0	1	1	1	1	0	0	2	1
KJ121	4	27.10.	3	1	0	1	1	1	1	0	0	2	1
KJ122	4	26.10.	5	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
KJ123	4	29.10.	5	1	1	1	0	1	1	0	0	2	1
KJ124	4	16.11.	5	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ125	4	20.11.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
KJ126	4	16.11.	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
KJ127	4	9.11.	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
KJ128	4	25.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ129	4	26.10.	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ130	4	25.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ131	4	25.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ132	4	24.10.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ133	4	23.10.	5	0	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ134	4	21.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ135	4	20.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ136	4	18.10.	5	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ137	4	18.10.	3	1	0	1	0	0	0	0	0	2	1
KJ138	4	17.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

KJ139	4	17.10.	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0
KJ140	4	15.10.	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ141	4	13.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
KJ142	4	13.10.	5	1	0	1	1	0	0	0	0	2	1
KJ143	4	10.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ144	4	4.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ145	4	4.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ146	4	27.9.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
KJ147	4	26.9.	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
KJ148	4	7.10.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
KJ149	4	6.10.	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ150	4	5.10.	0	1	0	0	1	0	1	0	0	2	1
KJ151	4	4.10.	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ152	4	28.9.	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ153	4	3.10.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ154	4	28.9.	5	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1
KJ155	4	25.9.	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
KJ156	4	23.9.	5	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1
KJ157	4	23.9.	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KJ158	4	22.9.	5	1	0	1	0	0	1	0	0	2	1