

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2019

Bc. Jiří Poloch

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Satira a parodie na sociálních sítích: falešné
české profily**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Jiří Poloch

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Rok obhajoby: 2019

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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 2. ledna 2019

Jiří Poloch

Bibliografický záznam

Poloch, Jiří. *Satira a parodie na sociálních sítích: falešné české profily*. Praha, 2019. 97 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Rozsah práce: 144 576 znaků

Anotace

Práce mapuje falešné české profily na sociálních sítích Facebook a Twitter. „Falešnými profily“ jsou v tomto případě míněny ty, na nichž uživatelé vystupují jménem veřejně známé osobnosti, firmy nebo instituce. Mezi nejznámější patří twitterové účty @schwarzenbergk, @kardinalvlk nebo @ovcacek_jiri, z facebookových pak @jiriovcacekunofficial.

Po obecném úvodu do problematiky, který zahrnuje mimo jiné pohled na téma politické satiry nebo představení daných sociálních sítí, včetně regulace, kterou přijímají na ochranu osobnosti, následuje hlavní část. V ní je podrobena analýze 8 různých českých falešných profilů. Představen je obsah příspěvků, statistické údaje o účtu, nejúspěšnější příspěvky a případně další související informace. Důležitou součástí práce jsou korespondenční rozhovory s autory těchto profilů a také protistranou, tedy skutečnou osobností nebo firmou. Jejich prostřednictvím dává práce nahlédnout do zákulisí vzniku a chodu profilu a na druhé straně pak i možnost zjistit reakci dotčené strany. Součástí této kapitoly je pak také komparativní analýza oficiálního a falešného profilu Jiřího Ovčáčka.

Navazující část byla zařazena z důvodu širšího pohledu na problematiku. Věnuje se totiž obdobným profilům v zahraničí, čímž dává možnost komparace lokálního a mezinárodního prostředí.

Práci zakončuje kapitola věnovaná přejímání obsahu těchto falešných profilů do médií, tedy situacím, kdy novináři dostatečně neověřili autenticitu zdroje a vydávali informaci, jejímž cílem bylo pobavit, za plnohodnotný zdroj.

Annotation

The aim of this work is to map fake Czech profiles on social networks Facebook and Twitter. "Fake profiles" in this case mean those where authors are acting as a well-known person, company or institution. Best known Czech profiles are Twitter's @schwarzenbergk, @kardinalvlk or @ovcacek_jiri and Facebook profile @jiriovcacekunofficial.

After a general introduction to the topic, which includes, among other things, a brief look at the topic of political satire and the introduction of social networks, including the regulation they take to protect personality, the main part follows. It analyzes 8 different

Czech false profiles. The content of the posts, the account statistics, the most successful posts and possibly other related information are presented. An important part of the work are interviews with authors of these profiles as well as with counterparts: real people or companies. This offers a close look at the backstage of the creation and running of the profile and, on the other hand, the possibility to gain the reaction of the concerned party. A comparative analysis of false and real Jiří Ovčáček's Facebook profiles is conducted in this part as well.

The next section is included in order to bring a wider view of the issue. It is devoted to similar profiles abroad, which gives the possibility of comparison of the local and international environment.

The thesis ends with a chapter devoted to the situations when the content of false profiles is used into the media. That means situations when journalists did not adequately verify the authenticity of the source and published false information as a full source.

Klíčová slova

Sociální síť, satira, parodie, Twitter, Facebook, @schwarzenbergk, @kardinalvfk, @jiriovceekunofficial

Keywords

Social network, satire, parody, Twitter, Facebook, @schwarzenbergk, @kardinalvfk, @jiriovceekunofficial

Title

Satire and parody on social networks: fake Czech profiles

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval především své ženě Evě za to, že i přes náročnější období při vzniku této práce nadále zůstává neotřesitelně mojí ženou. Její podpora pro mě byla při psaní velmi důležitá.

Děkuji také vedoucímu práce, PhDr. Janu Křečkovi, Ph.D. za vedení a rady a zároveň PhDr. Janu Jirků, Ph.D. za jeho čas, který nezištně věnoval konzultaci.

V neposlední řadě díky patří i všem autorům falešných profilů a osloveným osobnostem za čas, který mi věnovali. Bez jejich vstupů by práce nemohla v této podobě vzniknout.

Obsah

ÚVOD	3
1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY	5
1.1 INTERNETOVÉ SOCIÁLNÍ SÍŤE	6
1.1.1 Sociální síť vs. sociální média – vymezení pojmů	6
1.1.2 Charakteristika sociálních sítí	7
1.1.3 Facebook	9
1.1.4 Twitter	12
1.1.5 Ochrana osobnosti na sociálních sítích ve vztahu k parodickým účtům	14
1.1.6 Satira, parodie, politická satira	17
1.1.7 Sociální síť jako nové prostředí politického soupeření	19
2 FALEŠNÉ PROFILY V PROSTŘEDÍ ČESKÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ – OBECNÝ POHLED	22
2.1 TWITTER	22
2.2 FACEBOOK	23
2.3 KOMPARATIVNÍ ANALÝZA DVOU FACEBOOKOVÝCH PROFILŮ	25
3 PŘEDSTAVENÍ A ANALÝZA VYBRANÝCH FALEŠNÝCH PROFILŮ	28
3.1 FALEŠNÝ PROFIL KARLA SCHWARZENBERGA @SCHWARZENBERGK	29
3.1.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	29
3.1.2 Pohledem autora	31
3.1.3 Přijetí falešného profilu Karlem Schwarzenbergem	33
3.2 FALEŠNÉ PROFILY JIŘÍHO OVČÁČKA @OVCACEK_JIRI A @JIRIOVCACEKUNOFFICIAL	33
3.2.1 Informace o profilu a analýza obsahu twitterového účtu @ovcacek_jiri	33
3.2.2 Pohledem autora	36
3.2.3 Informace o profilu a analýza obsahu facebookového profilu Jiří Ovčáček	37
3.2.4 Pohledem autora	39
3.2.5 Přijetí falešných profilů Jiřím Ovčáčkem	42
3.2.6 Kvantitativní komparativní analýza falešného a oficiálního facebookového profilu Jiřího Ovčáčka	43
3.3 FALEŠNÝ PROFIL KARDINÁLA VLKA @KARDINALVLK	51
3.3.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	51
3.3.2 Pohledem autora	54
3.3.3 Přijetí falešného profilu kardinálem Miloslavem Vlčkem	56
3.4 FALEŠNÝ PROFIL OVB ALLFINANZ, A. S. @OVBPARDY	56
3.4.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	56
3.4.2 Pohledem autora	59
3.4.3 Reakce firmy na falešný profil	59
3.5 FALEŠNÝ PROFIL MILOŠE ZEMANA @PREZIDENTZEMAN	61
3.5.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	61
3.5.2 Pohledem autora	62
3.6 FALEŠNÝ PROFIL MICHALA BÍLKA @MICHAL_BILEK	63
3.6.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	63
3.6.2 Pohledem autora	64
3.6.3 Přijetí falešného profilu parodovanou stranou	65
3.7 FALEŠNÝ PROFIL MARTINA KONVIČKY @MARTINKONVICKA	66
3.7.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu	66
3.7.2 Pohledem autora	67
3.7.3 Přijetí falešného profilu Martinem Konvičkou.	67
4 FALEŠNÉ PROFILY V ZAHRANIČÍ	69
4.1 FALEŠNÝ PROFIL BARACKA OBAMY @THEPRESOBAMA	69
4.2 FALEŠNÝ PROFIL KRÁLOVNY ALŽBĚTY II. @QUEEN_UK	71
5 PŘEJÍMÁNÍ OBSAHU FALEŠNÝCH ČESKÝCH PROFILŮ DO MÉDIÍ	74
5.1 FALEŠNÝ JIŘÍ OVČÁČEK A JEHO „ROZHOVOR“ PRO SVOBODNÝ VYSÍLAČ	74
5.2 PŘÍPAD FALEŠNÉHO ÚČTU MIROSLAVA RANSORFA	76

5.3 FALEŠNÝ ÚČET KFC URÁŽEJÍCÍ ZÁKAZNÍKY	77
5.4 FALEŠNÝ VÝROK DAVIDA RATHA	78
ZÁVĚR	79
SUMMARY	81
POUŽITÁ LITERATURA	83
SEZNAM OBRÁZKŮ	96
SEZNAM TABULEK	96
SEZNAM PŘÍLOH	97

Úvod

Internetové sociální sítě, resp. sociální média,¹ jsou fenoménem posledních přibližně deseti let. Jejich rozšíření souvisí s raketovým vzestupem internetu, bez něhož by nemohly ve své současné podobě existovat. Je unikátní, jakou oblibu si dokázaly tyto služby za velmi krátkou dobu získat a jak dokážou ovlivňovat podobu dnešního světa i život jednotlivce.

Fascinován fenoménem sociálních sítí a jejich překotným vývojem a vlivem, jsem se rozhodl věnovat mu diplomovou práci. Při přemýšlení o konkrétnějším tématu, kterým bych se mohl zabírat, jsem zkoumal trendy, které se na sociálních sítích objevují. Je jich pochopitelně nespočet a zvažoval jsem různé z nich, namátkou např. tzv. „haters“², „memy“³, „influencery“⁴ a další často se opakující typy obsahu nebo jevy. Ze všech možných témat mě ale nakonec nejvíce zaujaly falešné profily. Konkrétně ty, které si za cíl vybraly známé osobnosti nebo instituce a pod jejich identitou zveřejňují sarkastické a parodické příspěvky. To je nutné zdůraznit – falešným profilem totiž může být i takový, který má za cíl krádež identity skutečného člověka a jeho poškození. Těmito případy se však tato práce zabývat nebude, zkoumat bude pouze zjevně satirickou tvorbu.

Některé tyto profily existují už více let a za tu dobu získaly velkou oblibu u veřejnosti. Například falešný profil Karla Schwarzenberga (poslance a čestného předsedy politické strany TOP 09) @schwarzenbergk patří k vůbec největším účtům na českém Twitteru a v počtu sledujících několikanásobně překonává oficiální Schwarzenbergův profil @schwarzenberg_k.

Pro kompletní pohled na téma je však třeba nejprve představit sociální sítě v obecné rovině a následně poskytnout detailnější pohled na ty, které jsou pro toto téma nejvíce relevantní, konkrétně Facebook a Twitter. Součástí tohoto shrnutí bude i pohled na to, zda a případně jaká pravidla a regulace přijali provozovatelé předmětných služeb v zájmu ochrany osobnosti, jinými slovy, jak chrání skutečné osoby proti zneužití jejich jména.

Dále se bude práce zabývat už samotnými falešnými profily. Cílem je některé vybrané představit a nastínit obsah, který zde autoři zveřejňují, včetně konkrétních příkladů

¹ V této práci budu používat v češtině obecně rozšířenější pojem „sociální sítě“, více o rozdílu mezi těmito dvěma pojmy v kapitole 1.1

² osoby nebo skupiny, které na internetu vyjadřují nenávisť k jiným osobám, skupinám nebo např. firmám

³ virálně se šířící, široce známá informace, video nebo obrázek, často vtipného charakteru

⁴ známá osobnost, která je schopna ovlivňovat svými vyjádřeními, chováním nebo třeba stylem oblékání, ostatní

publikovaných příspěvků. Stěžejním prvkem této části a hlavním přínosem celé práce bude představení zákulisí – pomocí dotazníků a rozhovorů oslovím autory falešných profilů a zároveň i parodovanou stranu. Pokusím se identifikovat pohnutky, které vedou autory k vytváření profilů, zjistit reakce veřejnosti, vztah autorů k parodované straně apod. A u strany parodované naopak zjistit, jakým způsobem se staví k parodii vlastní osobnosti.

Součástí praktické části této práce bude i komparativní analýza dvou vybraných profilů – pomocí statistických metod srovnám falešný a oficiální profil Jiřího Ovčáčka, položím výzkumné otázky a pokusím se na ně uspokojivě odpovědět.

Jelikož falešné účty nejsou pouze fenoménem v českém prostředí, ale vyskytují se i v zahraničí, krátce se budu pro srovnání věnovat i cizojazyčným účtům.

Zajímavou oblastí je přejímání obsahu falešných profilů zpravodajskými médii, což bude obsahem poslední části práce.

Jistým specifikem tohoto tématu je jeho neustálý a rychlý vývoj. S tím souvisí i vyšší nároky na výběr knižních zdrojů a pramenů, jelikož některé informace v literatuře obsažené rychleji zastarávají. Při zpracování tématu je tedy nutné jednak pečlivě vybírat nadčasové knižní prameny a zároveň aktivněji pracovat s on-line zdroji a důsledně ověřovat určitá tvrzení a údaje, které lze najít ve starších knižních zdrojích. V mnohých případech totiž pouhé dva roky stará publikace obsahuje neaktuální informace. Rychlé zastarávání se částečně projeví i na některých výstupech této práce. Například statistiky profilů, které budou součástí jedné z kapitol, zastarávají téměř okamžitě, a tak se některé pasáže této práce nedají označit za „nadčasové“. Nicméně i zachycení statusu quo z doby vzniku této práce může být přínosem pro případ, že by se v budoucnu někdo rozhodl toto téma zpracovat.

1 Úvod do problematiky

Obsáhlý dvoudílný Velký slovník naučný z roku 1999 definuje slovo ‚satira‘ jako ‚báseň, prózu nebo drama vysmívající se nedostatkům ve společnosti nebo lidským pokleskům a chybám (...)‘⁵ a parodii jako ‚karikující literární žánr; zesměšňující, komickou nápodobu literárních děl (...) prostřednictvím některých jejich zvýrazněných charakteristických znaků‘.⁶ Pod heslem ‚sociální síť‘ najdeme prostou definici ‚souhrn opatření pro sociální podporu zajišťovanou státem‘.⁷ Je to důkaz toho, že zatímco první dva termíny jsou známé již dlouho dobu (jistě bychom je našli i v daleko starších slovnících), pojem ‚sociální síť‘ se před pouhými osmnácti lety používal v úplně jiném významu.

Tématem, na kterém je celá tato práce postavená, jsou internetové sociální sítě. Služby, které si získávají čím dál větší popularitu – např. mezi roky 2012 a 2017 vzrostl počet jejich uživatelů v České republice ve věkové skupině 16-74 let o téměř 12 procentních bodů na 48,2 %. Ačkoli se toto číslo zdá vysoké, stále je ČR pod průměrem EU (54 %) a velmi výrazně zaostáváme za lídrem tohoto žebříčku, kterým je Dánsko, kde je podíl uživatelů v dané věkové kategorii 75 %.⁸ Pro úplnost, na internet se v ČR připojuje 84,5 % občanů ve věku 16-74 let.⁹

I globálně počet uživatelů využívajících sociální sítě konstantně roste. Zatímco v roce 2010 dosáhl necelé jedné miliardy, v roce 2017 již dosáhl téměř dvou a půl miliardy a na rok 2021 je odhadováno překročení 3miliardové hranice počtu uživatelů.¹⁰

Lze tedy bezesporu konstatovat, že sociální sítě jsou fenoménem, který hýbe společností a i jednotlivci, kteří je přímo nevyužívají, se s nimi ve valné většině (alespoň v civilizovaném světě) setkávají denně minimálně nepřímou. A to ať formou přejímání obsahu ostatními médii (internetovými, tištěnými, televizí nebo rozhlasem), v marketingové komunikaci firem nebo institucí nebo i při běžném hovoru. Vliv těchto služeb na dnešní společnost je tedy nesporný a dá se předpokládat, že do budoucna se bude s vyšším počtem uživatelů ještě zvyšovat.

⁵ BENEŠOVÁ, Jitka. Velký slovník naučný. Praha: Diderot, 1999, s. 1300. Encyklopedie Diderot. ISBN 80-902723-1-2.

⁶ Dtto., s. 1083

⁷ Dtto., s. 1361

⁸ Informační společnost v číslech - 2018: Kapitola C: Jednotlivci, s. 18. ČSÚ [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/61601892/061004-18_C.pdf

⁹ Dtto., s. 4

¹⁰ Number of social media users worldwide 2010-2021. Statista.com [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

1.1 Internetové sociální sítě

Pro uvedení do tématu je nezbytné představit sociální sítě v obecné rovině a podrobněji také konkrétní služby, které budou pro tuto práci stěžejní. Kapitulu doplní pohled na opatření, které dané služby přijímají proti zneužití osobnosti, dále definice pojmů z názvu práce a zakončí ji úvaha o sociálních sítích jako prostředí politického soupeření.

1.1.1 Sociální sítě vs. sociální média – vymezení pojmů

Jak již bylo zmíněno, tato práce bude využívat pojem „sociální sítě“. Tento termín a termín „sociální média“ jsou velmi často používány jako synonyma. Někteří autoři jim však přiřkládají odlišný význam.

Na akademické půdě Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy bylo kdysi na jedné z přednášek možné zaslechnout názor,¹¹ že pro internetové služby by se mělo užívat výhradně označení „sociální média“, jelikož sociálními sítěmi se rozumí samotné sociální vazby, které nejsou omezené pouze na prostředí internetu.

V odborné literatuře se však lze nejčastěji setkat s poněkud jiným přístupem, a to že sociální média jsou širší pojem a zastřešují více kategorií. „Sociální média jsou média, která používáme, abychom byli sociální (společenská)“,¹² zní jedna z mnoha možných definic. Americký autor Lon Safko charakterizuje hned 15 druhů sociálních médií:

- sociální sítě
- publikování
- sdílení fotografií
- audio
- video
- mikroblování
- živé vysílání
- virtuální světy
- hraní
- aplikace pro produktivitu
- agregátory
- RSS

¹¹ přednáška Mgr. Pavla Hackera v předmětu Nová média, letní semestr 2013-2014

¹² SAFKO, Lon. The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success. 2nd ed. Hoboken, N.J.: Wiley, c2010, s. 3. ISBN 978-0-470-62397-8.

- vyhledávání
- mobilní služby
- služby přímé komunikace

Rozebírat všechny druhy by přesáhlo rámec této práce. Z tohoto výčtu lze však vyzorovat dvě zajímavá zjištění: sociální sítě jsou podmnožinou sociálních médií a některé weby nabízí více těchto služeb najednou.

Výše zmíněné dva pohledy sice jdou zdánlivě proti sobě, ale při bližším zkoumání vyplyne najevo, že se v podstatě pouze doplňují. Při detailnějším rozboru totiž i Safko uznává, že sociální sítě označují kromě specifických webových služeb i společenské okolí jednotlivce, jakéhosi pavouka mezilidských kontaktů. A ten se tvoří a vždy tvořil kolem každého člověka. Už když lidé žili v jeskyních, budovali si vzájemné vztahy, aby mohli společně pracovat, žít a navzájem se chránit. A právě toto společenské okolí každého jedince je jeho sociální sítí.¹³ Nové technologie pouze umožnily posunout tyto vazby na novou úroveň, překonat vzdálenost a čas. A právě díky novým technologiím vznikly sociální sítě ve své moderní podobě. Proto bude tato práce využívat tento pojem pro označení webových služeb, které slouží pro navazování vztahů a komunikaci mezi jedinci, institucemi a organizacemi, a to jakýmkoli směrem.

1.1.2 Charakteristika sociálních sítí

Způsobů, jak definovat internetové sociální sítě, je nespočet. Ve své podstatě se ale všechny shodnou na jistých základních attributech.

V obecné rovině lze identifikovat tyto hlavní prvky internetových sociálních sítí: jedná se o on-line služby, které umožňují uživatelům vytvářet, stahovat a sdílet obsah, zveřejňovat vlastní profil a osobní informace a spojovat se s ostatními.¹⁴ Integrují technologie, sociální interakci a obsah generovaný uživateli.¹⁵

Sociální sítě se do povědomí veřejnosti začaly dostávat intenzivněji přibližně kolem roku 2006 s tím, jak rostl Facebook a další služby. Jejich původ je však třeba hledat ještě o zhruba 10 let hlouběji do historie. V odborných zdrojích nejčastěji uváděnou první sociální sítí je SixDegrees, založená v roce 1997, následovaná službami LiveJournal (1999),

¹³ SAFKO, Lon. The social media bible. 2nd ed. Hoboken, N.J.: Wiley, c2010, s. 23. ISBN 978-0-470-62397-8.

¹⁴ SIAPERA, Eugenia. Understanding new media. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011, s. 202. ISBN 978-1-84860-779-8.

¹⁵ Dtto, s. 207

Friendster (2001) až po, svého času velmi oblíbený, MySpace (2003). Principem těchto služeb bylo zveřejnění vlastního profilu, který mohl obsahovat zájmy, koníčky a další údaje a zároveň umožnily spojování s ostatními uživateli.¹⁶ V českém prostředí byly na přelomu tisíciletí velmi populární služby Lidé.cz, xChat nebo Líbímseti, jejichž oblíbenost však začala prudce klesat s příchodem Facebooku.¹⁷

Právě sociální sítě přinesly nové fungování on-line komunit. Zatímco před jejich nástupem se uživatelé internetu od jeho rozšíření v 90. letech 20. století sdružovali převážně na základě společných zájmů (tematicky zaměřené blogy, specializovaná diskusní fóra a chatovací místnosti) středobodem sociálních sítí je jedinec, jeho sociální vazby a vztahy. Základem těchto služeb je tak spojení s přáteli, poznání nových lidí se stejnými zájmy. Např. MySpace se v dobách své největší popularity nazýval „Místem pro přátele“ („A Place for Friends“). Společné zájmy se tak staly až druhotným faktorem těchto nových služeb.¹⁸

Sociální sítě jsou často označovány jako jeden z prvků tzv. webu 2.0. Tento termín se začíná objevovat kolem roku 2005 a je připisován Timu O'Reillymu. Principem webu 2.0 je možnost všech uživatelů snadno se podílet na jeho obsahu, spoluvytvářet jej a sdílet informace, např. prostřednictvím právě sociálních sítí, wiki systémů, blogů, a dalších nástrojů. Tím vzniká tzv. uživatelsky generovaný mediální obsah.¹⁹ Web 2.0 je některými odborníky kritizován pro vágní definici a neurčitost samotného pojmu. Jiní tvrdí, že se jedná o nafouknutou bublinu. Objevují se i kritické názory, které poukazují na to, že je založen na využívání bezplatné práce tzv. contributorů, tedy přispěvatelů.²⁰ Bezesporu však lze konstatovat, že web je čím dál více otevřený vstupům svých uživatelů a každý má možnost se zapojit do tvorby obsahu bez toho, aby potřeboval hlubší znalosti.

Vzhledem k tomu, že sociální sítě umožňují snadno získávat i sdílet informace, jsou často autoritářskými režimy některých států blokovány, případně úřady přísně sledovány a uživatelé zveřejňující „závadný“ obsah mohou čelit hrozbě trestního stíhání. Dle zprávy americké nevládní neziskové organizace Freedom House vzrostl mezi lety 2013-2016

¹⁶ Dtto, s. 202

¹⁷ Služba Spolužáci.cz na konci srpna skončí. Marketing journal [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: https://www.m-journal.cz/cs/sluzba-spoluzaci-cz-na-konci-srpna-skonci__s288x13628.html

¹⁸ BOYD, Danah. It's complicated: the social lives of networked teens. S.l.: Yale University Press, 2015, s. 6-7. ISBN 9780300199000.

¹⁹ PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica, 2010, s. 83. ISBN 978-80-245-1742-1.

²⁰ FUCHS, Christian. Social media: a critical introduction. Los Angeles: SAGE, 2014, s. 33-34. ISBN 978-1-4462-5730-2.

počet zemí, které zakročily proti svým obyvatelům na základě obsahu zveřejněného na sociálních sítích, o 50 %. Důvody jsou různé, od zesměšňování královského psiho mazlíčka v Thajsku až po šíření ateismu v Saudské Arábii.²¹ Stejná organizace v nejnovější zprávě pak poukazuje na další znepokojující fakt – sociální média jsou některými vládami a jednotlivci (zdůrazněno je v tomto kontextu Rusko spolu s Čínou) využívána pro manipulaci informací a jsou tak nástrojem k ovlivňování veřejného mínění, následkem čehož je například negativní vliv na výsledek voleb v minimálně 18 zemích v celém světě, včetně Spojených států. Tento trend v posledních letech navíc dramaticky roste.²²

Tato práce se bude zabývat především sítěmi Facebook a Twitter, jelikož jsou pro téma falešných českých profilů nejrelevantnější. Nicméně pro úplnost a ilustraci diverzity těchto služeb je třeba zmínit i některé další z významných sociálních sítí, alespoň ve stručné podobě, rozdělené dle hlavního účelu. Čísla v závorce znamenají miliony aktivních uživatelů.²³

- **instant messaging a komunikace:** WhatsApp (1 500), Facebook Messenger (1 300), WeChat (980), Tencent QQ (783), Skype (300), Viber (260), Telegram (200)
- **sdílení multimédií:** YouTube (1500), Instagram (813), Snapchat (225), Pinterest (200)
- **microblogging:** Tumblr (794), Weibo (392)
- **univerzální sociální síť:** QZone (563), Google+ (300)²⁴
- **profesní sociální síť:** LinkedIn (260)

1.1.3 Facebook

Facebook lze definovat jako sociotechnický systém, který integruje technologickou infrastrukturu, technickou architekturu, konkrétní nástroje typu skupin nebo statusů (viz dále) spolu se sociologickými funkcemi jako podpora procesu aktivismu, tvorba názoru, vyjádření postojů, vytváření a udržování sociálních vazeb apod. Tvoří tak on-line veřejnou

²¹ Freedom on the Net 2016. Freedom House [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>

²² Freedom on the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy. Freedom House [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017>

²³ Global social media ranking 2018. Statista [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

²⁴ Facts About Social Media | Social Statistics for Businesses. Social Land [online]. [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://socialland.co.uk/facts.html>

sféru, která je ideálním prostředím pro formování veřejného názoru.²⁵

Facebook je v současnosti s výrazným náskokem na WhatsApp (aplikace pro instant messaging – zasílání zpráv; mimochodem od roku 2014 také vlastněný Facebookem) a videoserver YouTube, největší sociální sítí světa co do počtu aktivních uživatelů. Dle letošních statistik dosahuje jejich počet již více než 2 miliard (konkrétně 2,234 miliardy).²⁶

Založen byl v roce 2004 studentem Harvardovy univerzity Markem Zuckerbergem. Původně se jednalo o webový projekt pouze pro studenty této školy, ale postupně byl okruh možných uživatelů rozšiřován nejprve na ostatní univerzity v USA a dále do zahraničí, aby byl v druhé polovině roku 2006 otevřen pro všechny uživatele celosvětově.²⁷ Od té doby se stal jednou z nejcennějších firem světa (aktuálně 4. místo v žebříčku); současná hodnota značky činí dle magazínu Forbes 94,8 miliard amerických dolarů a vykazuje meziroční růst 29 %, což z ní dělá jeden z nejprogresivnějších brandů v žebříčku TOP100 nejcennějších značek.²⁸ Obrat Facebooku je založen na tradičním mediálním obchodním modelu, tedy prodeji reklamy nebo prodeji dat o uživateli pro marketingové účely.²⁹

O jeho významu a velikosti svědčí také fakt, že v současné době se jedná, po Google a YouTube, o třetí nejnavštěvovanější web na světě. Průměrný uživatel na něm stráví denně 10:08 minut.³⁰

Facebook se za léta své existence postupně vyvinul v komplexní platformu s mnoha službami. Středobodem z pohledu každého uživatele je tzv. zeď, na níž se uživatelé objevují příspěvky ostatních uživatelů z jeho sítě, případně příspěvky skupin, stránek, událostí, aplikací a dalších zdrojů, s nimiž je propojen, nebo které na něj naopak cílí.

Jelikož se jedná o sociální síť, tak základním stavebním kamenem jejího fungování je spojování uživatelů. To může být na Facebooku buď oboustranné (uživatel si přidá

²⁵ GIBSON, Rachel, Marta CANTIJOCH a Stephen WARD. *Analysing social media data and web networks*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014, s. 102. ISBN 978-1-137-27676-6.

²⁶ Global social media ranking 2018. *Statista* [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

²⁷ KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén facebook*. Kladno: BigOak, 2010, s. 9. ISBN 978-80-904764-0-0.

²⁸ The World's Most Valuable Brands. *Forbes.com* [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>

²⁹ SIAPERA, Eugenia. *Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011, s. 9. ISBN 978-1-84860-779-8.

³⁰ Alexa Top 500 Global Sites. *Alexa.com* [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <http://www.alexa.com/topsites>

druhého do přátel a ten toto spojení potvrdí), nebo jednostranné – jeden uživatel druhého přidá do sledování a má tak možnost vidět jeho vybrané příspěvky, aniž by kontakt byl vzájemný.

Mezi hlavní služby, které server nabízí koncovým uživatelům, patří možnost zveřejňování tzv. statusů, tedy převážně textových příspěvků, s ostatními uživateli ve vlastní síti kontaktů. Mezi další stěžejní funkce patří dále sdílení fotografií, videí, živého vysílání a dalšího multimediálního obsahu. Přímoou komunikaci mezi uživateli zajišťuje funkce Messenger, který je mimo jiné (po již zmíněném WhatsAppu) druhou nejpoužívanější aplikací pro instant messaging na světě.³¹ Postupně se totiž stal samostatnou aplikací a dokáže tak na mobilních zařízeních fungovat částečně nezávisle na Facebooku.

K dalším funkcím patří sdružování se ve skupinách (Groups) a na stránkách (Pages). Oba typy slouží ke spojování uživatelů s podobným zájmem, nicméně zatímco do skupiny mohou přispívat všichni uživatelé stejnou vahou a jejich příspěvky se pak zobrazují jejich jménem na zdi ostatních uživatelů, za stránku komunikuje pouze její správce a příspěvky se na zdi uživatelů zobrazují jménem stránky. Výhoda *skupin* je, že mohou být nastavené jako uzavřené, tudíž je třeba pro vstup požádat o členství. Z toho důvodu se jich v praxi využívá především jako uzavřených zájmových komunit, případně pro okruhy přátel/blízkých v reálném životě. Naopak *stránky* používají firmy, sportovní kluby, veřejně známé osobnosti a instituce, které potřebují komunikovat směrem ke svým odběratelům. I v rámci stránek je možná obrácená komunikace, tedy odběratele směrem ke stránce, nicméně je relativně skrytá, případně je možné ji správcem úplně zakázat a na rozdíl od komunikace v rámci skupiny se primárně nezobrazuje na zdi ostatním členům.

Téměř veškerý obsah je možné označit tlačítkem „Líbí se mi“ (Like) se zvednutým palcem, které reprezentuje vyjádření pozitivní reakce na něj - tedy zájem, zaujetí nebo souhlas. Jedná se o důležitý prvek interakce uživatele, snadný způsob, jak vyjádřit postoj. Navíc je snadno měřitelný a zároveň využitelný např. pro účely přesnějšího cílení reklamy. Pracuje s ním také mimo jiné algoritmus, který vybírá, které příspěvky se objeví konkrétnímu jednotlivci na zdi. Mezi uživateli se také často ozývalo volání po tlačítku opačného významu, které by vyjádřilo negativní emoce. Místo něj však byla v roce 2015 uvedena celá sada pěti nových reakcí, reprezentovaných různými emotikony.

³¹ Leading global social networks 2017. Statista.com [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

V současnosti je tedy možno na obsah, kromě „Líbí se mi“ reagovat i tlačítka „Super“ (anglicky Love), „Haha“, „Paráda“ (Wow), „To mě mrzí“ (Sad) a „To mě štve“ (Angry).

1.1.4 Twitter

Pro účely této práce je Twitter zásadní službou, jelikož mezi autory falešných profilů je daleko oblíbenější než Facebook.

„just setting up my twttr“ („jen nastavuji svůj twttr“) byl historicky první příspěvek („tweet“) na Twitteru. Napsal ho jeden ze zakladatelů služby, Jack Dorsey, 21. března 2006. Dorsey byl původcem myšlenky na vytvoření této služby, koncept vymyslel již v roce 2000. Zároveň byl jejím prvním programátorem. Spolu s ním Twitter zakládali Noah Glass, Evan Williams a Biz Stone.³²

Za krátko se tato mikroblogovací služba stala jedním z nejdůležitějších webů světa. A to přesto, že aktivních registrovaných uživatelů aktuálně vykazuje „pouhých“ 335 milionů, což jej řadí v rámci sociálních sítí až na 12. místo za méně známé nebo lokální služby jako QQ nebo QZone.³³ Podle starších statistik navíc celých 44 % registrovaných uživatelů nikdy na Twitteru nezveřejnilo žádný status.³⁴ Tyto údaje ale nejsou dostatečně vypovídající o významu této služby, jelikož pro zobrazení obsahu není třeba být registrovaným aktivním uživatelem. O velikosti tak lépe vypovídá jiný údaj, a to že se jedná aktuálně o 11. nejnavštěvovanější webovou stránku na světě.³⁵

Stejně jako je tomu v případě Facebooku, i příjmy Twitteru jsou založené na tradičním modelu financování médií, tedy většinu příjmu společnosti, která je obchodována na newyorské burze, tvoří prodej reklamního prostoru. Další zisky pak plynou z poskytování dat vyhledávačům.³⁶

Jak již bylo zmíněno, jedná se primárně o mikroblogovací službu. Základním principem je zveřejňování krátkých zpráv o maximální délce 280 znaků. Dlouhou dobu byl tento limit

³² Twitter slaví páté narozeniny, jak se vůbec narodil? Cnews.cz [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.cnews.cz/twitter-slavi-pate-narozneniny-jak-se-vubec-narodil/>

³³ Global social media ranking 2018. Statista [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

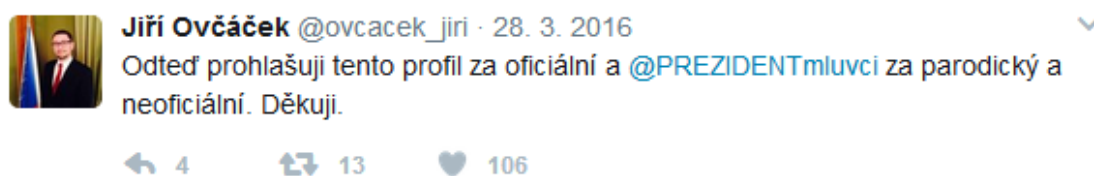
³⁴ Report: 44% of Registered Twitter Users Have Never Tweeted. Mashable [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <http://mashable.com/2014/04/11/twitter-users-dont-really-tweet/#JwwPHdi.dGq1>

³⁵ Alexa Top 500 Global Sites. Alexa.com [online]. [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: <http://www.alexa.com/topsites>

³⁶ Twitter Announces First Quarter 2017 Results. Twitterinc.com [online]. [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-2F526X/4441796065x0x939178/F2518C3F-B4E7-48F9-A787-65A384693C16/TWTR_Q1_17_Earnings_Press_Release.pdf

poloviční, tedy 140 znaků, a byl nastaven v začátcích služby kvůli příspěvkům zasílaným přes SMS. Ta je omezena 160 znaky. Zbýlých 20 bylo určeno pro zadání uživatelského jména. Po pozitivních výsledcích testování možnosti psát delší příspěvky byl limit v listopadu 2017 zdvojnásoben. V minulosti se hovořilo o možnosti jej zvýšit až na 10 000, nápad se však neujal a bylo přistoupeno pouze k dílčím úpravám, kdy z limitu byly vyňaty např. uživatelská jména a multimediální přílohy (fotografie, pohyblivé GIF soubory, videa, ankety).³⁷

Propojení mezi uživateli, tedy jedna ze základních náležitostí internetové sociální sítě, zde funguje dvěma základními způsoby. Jednak lze jiného uživatele zmínit ve vlastním příspěvku, tedy uvést v něm jeho uživatelské jméno, začínající znakem @ (příklad na Obrázku 1). Dotčenému se pak příspěvek zobrazí veřejně na zdi a může na něj reagovat; stejně tak mohou učinit i ostatní uživatelé.



Obrázek 1: Tweet se zmíněním jiného uživatele³⁸

Permanentní propojení pak zajišťuje tzv. sledování (follow). Uživatel může jiného sledovat tak, že si jej přidá příslušným odkazem mezi sledované. Od té chvíle se mu budou jeho příspěvky zobrazovat na zdi, spolu s příspěvky ostatních sledovaných. Na rozdíl např. od přátelství na Facebooku se však jedná o jednostranný akt, tudíž lze sledovat uživatele bez toho, aby sledoval nás. Počet sledovaných profilů (following) a profilů, které nás sledují (followers) lze najít v profilu každého uživatele.

Mezi TOP 10 nejsledovanější české profily patří především stránky osobností (1. Petr Čech - 1,8 milionu followers, 2. Petra Kvitová - 543 tisíc followers; dále např. Andrej Babiš, Jaromír Jágr a další), zábavná stránka (3. Vtipy na každý den - 410 tisíc followers) a stránka média (6. ČT24 - 341 tisíc followers).³⁹

Stejně tak v globálních statistikách vedou známé osobnosti (1. Katy Perry - 106 milionu

³⁷ Coming soon: express even more in 140 characters. Twitter Blogs [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://blog.twitter.com/express-even-more-in-140-characters>

³⁸ Zdroj obrázku: Jiří Ovčáček. Twitter [online]. [cit. 2017-04-19]. Dostupné z: https://twitter.com/ovcacek_jiri

³⁹ Most popular Twitter accounts in Czech Republic. Socialbakers [online]. [cit. 2018-06-23]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/czech-republic/>

followers; 2. Justin Bieber - 103 milionu followers; dále např. Barack Obama nebo Lady Gaga), do žebříčku se dostalo také médium, v tomto případě sociální (9. YouTube – 70 milionu followers) a na 7. místě je profil americké talk show Ellen DeGeneresové - 73 milionů followers).⁴⁰

Důležitou funkcí jsou tzv. hashtagy – slova v příspěvcích uvedená znakem #. Slovo takto uvedené (např. #téma) se stává slovem klíčovým a lze na něj kliknout, čímž se zobrazí další tweety, které obsahují stejný hashtag. Tato mimořádně užitečná funkce, která ale nepochází původně z Twitteru⁴¹ a využívají ji i jiné služby, je jedním z hlavních důvodů velkého významu, který Twitter zaujímá v dnešním světě. Pomocí hashtagů lze totiž snadno vyhledávat příspěvky na určité téma. To třeba v případě nečekaných událostí (teroristické útoky, přírodní katastrofy apod.) umožňuje získávat nejaktuálnější informace přímo z místa dění a je téměř pravidlem, že informace na Twitteru se objeví dříve, než ve zpravodajských médiích. Ta zprávy z této sociální sítě naopak čím dál častěji přejímají.

1.1.5 Ochrana osobnosti na sociálních sítích ve vztahu k parodickým účtům

Provozovatelé Twitteru a Facebooku, tedy dvou sítí, kterými se tato práce zabývá, přistupují k ochraně osobnosti v kontextu parodických účtů poněkud rozdílným způsobem.

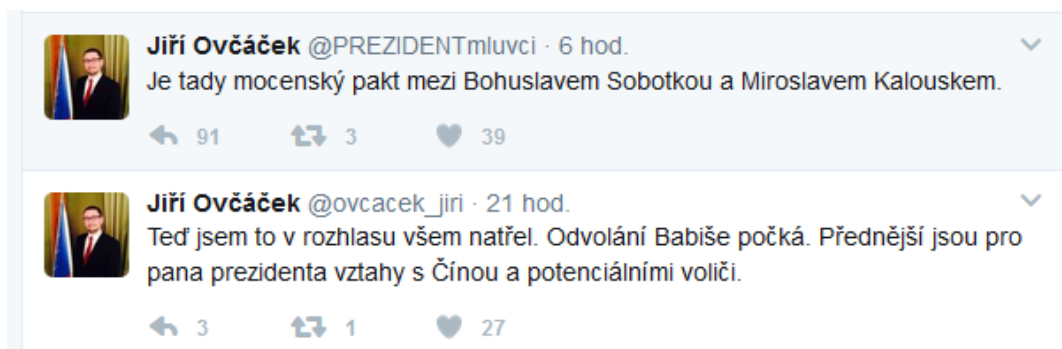
Twitter ve svých pravidlech výslovně povoluje tvorbu parodických, případně fanouškových účtů za předpokladu, že kromě dodržování obecných podmínek použití (Terms of Service) splní další dvě základní pravidla. Prvním z nich je, že Bio, tedy krátký úvodní popis účtu, bude explicitně uvádět, že se jedná o parodický, falešný nebo fanouškovský účet. Druhým pak podobný požadavek na uživatelské jméno. Z něj by mělo být na první pohled zřejmé, že se nejedná o skutečný účet dané osobnosti, čehož lze docílit např. použitím slov „not“, „fake“ nebo „fan“ v kombinaci se jménem.⁴² V praxi bývá dodržena pouze první podmínka, uživatelskými jmény se falešné profily od pravých zpravidla neodlišují – např. oficiální profil Karla Schwarzenberga je @schwarzenberg_k a falešný @schwarzenbergk. Jiří Ovčáček pak používá uživatelské jméno @PREZIDENTmluvci, zatímco největší parodický účet „tweetuje“ pod uživatelským

⁴⁰ Statistics of the top Twitter accounts. Socialbakers [online]. [cit. 2018-06-23]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/>

⁴¹ The History of Hashtags in Social Media Marketing [INFOGRAPHIC]. Adweek [online]. [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.adweek.com/digital/history-hashtag-social-marketing/>

⁴² Parody, commentary, and fan account policy. Centrum nápovědy Twitteru [online]. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <https://support.twitter.com/articles/106373#>

jménem @ovcacek_jiri. Na první pohled není snadné od sebe oba účty odlišit. V případě Jiřího Ovčáčka dokonce v současné době⁴³ jak falešný, tak oficiální účet využívají stejnou profilovou fotografii – viz Obrázek 2. U člověka, který není obeznámen s problematikou falešných profilů, může snadno dojít ke zmatení a záměně.



Obrázek 2: Stejná profilová fotografie falešného a skutečného profilu Jiřího Ovčáčka ⁴⁴

Jistou formou ochrany pro „reálné“ uživatele je tzv. ověření účtu. Ověřený účet je opatřen modrým znakem vedle uživatelského jména, který značí, že se jedná o účet, který prošel ověřovacím procesem. Jedná se o záruku pravosti, která dává ostatním uživatelům najevo, že se jedná o skutečný účet osobnosti a ne účet falešný nebo fanouškovský. Ne všechny osobnosti a instituce však ověření využívají, jak je vidět například na Obrázku 2, z něhož je patrné, že ani Jiří Ovčáček, nejparodovanější osobnost českého Twitteru, nemá v současné době ověřený účet.

Oproti Twitteru není Facebook falešným účtům ve svých podmínkách nakloněn. Vytvoření takového profilu na Facebooku je porušením zásad jeho používání. Každý uživatel pak má možnost jej nahlásit, na stránce je k tomu přímo specializovaný odkaz. Tato možnost ovšem nahrává těm, co by chtěli uškodit konkrétní osobě se skutečným profilem – pokud se totiž domluví více uživatelů, kteří profil nahlásí jako falešný nebo závadný, Facebook jej zablokuje. Pro oprávněného vlastníka pak je relativně zdoluhavé svůj profil získat zpátky.⁴⁵ Do této situace se v minulosti dostal např. aktivista a pozdější brněnský zastupitel Matěj Hollan,⁴⁶ mluvčí prezidenta Miloše Zemana Jiří Ovčáček⁴⁷ nebo politik, který je

⁴³ Prosinec 2018

⁴⁴ Zdroj obrázku: *Twitter* [online]. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: twitter.com

⁴⁵ Ochrana osobností v internetovém věku: sborník textů z právnické konference na Fakultě sociálních studií MU v Brně. Praha: MAFRA, 2013, s. 26. 120 let Lidových novin. ISBN 978-80-260-4903-6.

⁴⁶ Ditto, s. 25

⁴⁷ Ovčáček měl zablokovaný profil na Facebooku. Obvinil z toho pražskou kavárnu. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/ovcacek-ma-zablokovany-profil-na-facebooku-obvinil-z-toho-prazskou-kavarnu-16s-/lide.aspx?c=A151018_131700_lide_sk

známý mimo jiné svou aktivitou na sociálních sítích, Zdeněk Škromach.⁴⁸

V této souvislosti je třeba zmínit několik základních pravidel, které znemožňují vytvoření falešného profilu, resp. takovýto profil staví mimo pravidla pro používání služby. Tato pravidla jsou zakotvena přímo v podmínkách, jejichž odsouhlasení je podmínkou pro registraci účtu, konkrétně v odstavcích 4. a 5., níže z těchto odstavců vybrány pouze body relevantní k tématu ochrany osobnosti:⁴⁹

„4. Bezpečnost registrace a účtu

Uživatelé Facebooku poskytují svá skutečná jména a informace, a má-li to tak zůstat, potřebujeme vaši pomoc. Dále uvádíme několik vašich povinností vůči nám týkajících se registrace a zajištění bezpečnosti vašeho účtu:

1. Neposkytnete na Facebooku falešné osobní informace a ani bez povolení nevytvoříte účet pro nikoho jiného.

2. Nebudete vytvářet více než jeden osobní účet.

3. Pokud váš účet deaktivujeme, nevytvoříte bez našeho svolení jiný.

7. Své kontaktní informace budete udržovat přesné a aktuální.

10. Pokud vyberete pro svůj účet nebo stránku uživatelské jméno nebo jiný identifikátor, vyhrazujeme si právo jej odebrat nebo opakovat vznesení nároku, pokud jej budeme považovat za nevhodný (například v případě stížnosti vlastníka ochranné známky na uživatelské jméno, které nemá přímý vztah ke skutečnému jménu uživatele).

5. Ochrana práv ostatních uživatelů

Respektujeme práva druhých a od vás očekáváme to samé.

1. Nebudete na Facebooku zveřejňovat obsah ani podnikat žádné kroky zasahující do práv jiných osob nebo jinak porušující zákon.

2. Jsme oprávněni odebrat jakýkoli vámi zveřejněný obsah nebo informace na Facebooku, pokud se domníváme, že porušuje toto Prohlášení nebo naše zásady.

4. Jestliže odebereme váš obsah z důvodu porušení autorských práv někoho jiného a jste přesvědčeni, že byl odebrán omylem, máte možnost odvolat se.

5. Pokud budete opakovaně porušovat práva k duševnímu vlastnictví jiných osob, deaktivujeme vám účet (při splnění patřičných podmínek).“

⁴⁸ Facebook zrušil Škromachovi účet, prý neexistuje. *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/facebook-zrusil-skromachovi-ucet-pry-neexistuje-fbn-/lide.aspx?c=A110618_123846_lide_mev

⁴⁹ Podmínky. Facebook.com [online]. [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>

Od roku 2013⁵⁰ také Facebook poskytuje možnost veřejně známým osobnostem, značkám, firmám a médiím získat ke jménu/názvu symbol ověřeného (Verified) účtu. Ten se zobrazuje jak na timeline⁵¹ nebo hlavní stránce, tak u příspěvků či komentářů, které uživatel nebo stránka zveřejní. Díky tomu ostatní uživatelé vidí, že se bez pochyb jedná o skutečný profil. Tato možnost je poskytována pouze jako volitelná, tudíž osobnost nebo správce stránky ji (při splnění předpokladů pro udělení tohoto označení) může, ale nemusí využít. Obecně se dá říci, že se v lokálním prostředí zatím nejedná o příliš rozšířenou funkci. V zahraničí je ale ověření profilu relativně běžnou záležitostí.

Ochrana osobnosti na internetu je také upravena v zákonech České republiky, konkrétně v zákonu č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Věnovat se tomuto tématu dopodrobna by však přesáhlo rámec této práce. Za dostačující pro tento účel lze považovat stanovisko Úřadu pro ochranu osobních údajů: *„Pokud dochází fyzickou osobou k šíření nepravdivých, hanlivých nebo dehonestujících informací na sociálních sítích (sociální síť typu „lide.cz“ či Facebook) nebo diskuzích o jiné fyzické osobě, včetně zveřejnění jejich osobních fotografií (např. bývalých partnerů apod.), úryvků ze soukromé korespondence, jde primárně o problematiku týkající se ochrany osobnosti, která spadá do soukromoprávní oblasti. Poškozená osoba se musí bránit postupem nastíněným v § 82 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Zejména se může dle § 2951 občanského zákoníku domáhat, aby bylo upuštěno od neoprávněných zásahů do práva na ochranu osobnosti, aby byly odstraněny následky těchto zásahů a aby bylo dáno přiměřené zadostiučinění. Je tak nutné kontaktovat nejdříve „rušitele“, aby sjednal nápravu, nebo lze kontaktovat správce (provozovatele) stránek, na kterých jsou lživé informace uvedeny, s požadavkem na jejich odstranění. Pokud není dosaženo shody nebo nápravy, je nutné obrátit se na soud s žalobou na ochranu osobnosti.“*⁵²

1.1.6 Satira, parodie, politická satira

Pojmy satira, parodie a politická satira jsou v této práci klíčové, proto je třeba je krátce charakterizovat.

⁵⁰ Facebook Launches Verified Accounts. Mashable.com [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://mashable.com/2013/05/29/facebook-launches-verified-accounts/#3NNR7sTedmqr>

⁵¹ Hlavní stránka uživatelského profilu, zpravidla obsahuje zveřejněné příspěvky, příspěvky ostatních a informace o uživateli.

⁵² Jak mohu postupovat v případě šíření hanlivých a dehonestujících informací na sociálních sítích, v internetových diskuzích apod. o mé osobě? Úřad pro ochranu osobních údajů [online]. [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/jak-mohu-postupovat-v-pripade-sireni-hanlivych-a-dehonestujicich-informaci-na-socialnich-sitich-v-internetovych-diskuzich-apod-o-me-osobe/d-11338>

Satira je dle dr. Orlického „komický výtvar, který odsuzuje záporné společenské jevy“.⁵³ Jde o komický žánr, a ačkoli někteří autoři pracují i s pojmem „nekomická satira“, tak v moderním pojetí satira bez komiky není satirou, ale pouhým odsouzením.⁵⁴ Základem jednoho z nejstarších žánrů je kritický vztah k určité skutečnosti a předpokladem pak morální i intelektuální převaha nad zobrazovaným objektem, ústící v despekt vůči němu. Klíčovou roli hraje obraz nepřítele.⁵⁵

Oproti tomu parodie je „forma záměrného komična, jež líčí něco (skutečně či domněle) hodnotného snižujícím (a zesměšňujícím) způsobem.“⁵⁶ Kopíruje typické motivy a postupy svého vzoru, ale deformuje jejich smysl. Úspěch často těží právě z proslulosti své předlohy, společně s kterou ale zpravidla upadá v zapomnění. Podle postoje autora vůči předloze lze rozlišit parodii humoristickou a satirickou. Humoristická vyzdvihuje hravost a nemá za cíl polemický výpad, zatímco satirická směřuje ke kritice předlohy.⁵⁷ Ne tolik obvyklou formou pak je sebeparodie, která může, jak zmiňuje Jenkins,⁵⁸ být například součástí volební kampaně – cílem může být udělat si legraci ze sebe sama a vykreslit se tak v lidštějším světle a přiblížit se tím pomyslně voličům.

Většina falešných profilů, které fungují na českém internetu, se zaměřuje na současné politické představitele, případně jiné osoby s politikou úzce spjaté (např. Jiří Ovčáček, mluvčí prezidenta Miloše Zemana). Pojem „politická satira“ je tedy potřeba odlišit od satiry obecné a definovat jej zvlášť.

Politická satira je podskupinou satiry, jejímž objektem zájmu jsou političtí aktéři, strany nebo události. Je často formou vyjádření nesouhlasu a pro autory jde o způsob, jak na politická témata poukázat, reagovat a okomentovat je.

Oproti (politickému) humoru obecně je satira založena na nesouladu reality a ideálu. Její pochopení tak vyžaduje od příjemce znalost kontextu a je těsněji spjata s dobovými společenskými a morálními normami. Kromě toho, že svým obsahem reaguje na střídání

⁵³ ORLICKÝ, Jan. *Záhady komična: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu*. Praha: Futura, 2003, s. 119. ISBN 80-85523-93-0.

⁵⁴ Dtto, s. 120

⁵⁵ MOCNÁ, Dagmar a Josef PETERKA. *Encyklopedie literárních žánrů: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu*. Praha: Paseka, 2004, s. 612. ISBN 80-7185-669-x.

⁵⁶ ORLICKÝ, Jan. *Záhady komična: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu*. Praha: Futura, 2003, s. 120. ISBN 80-85523-93-0.

⁵⁷ MOCNÁ, Dagmar a Josef PETERKA. *Encyklopedie literárních žánrů: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu*. Praha: Paseka, 2004, s. 441. ISBN 80-7185-669-x.

⁵⁸ JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. [New ed.]. New York: New York University Press, 2008, s. 283. ISBN 9780814742952.

ideologií, tak se ale může zároveň stát i jejich nástrojem.⁵⁹

Žánr je zastoupen ve všech typech médií – z českého televizního prostředí lze zmínit např. satirický dvouměsíčník Česká soda, vysílaný v 90. letech v České televizi nebo pořady se Zuzanou Bubílkovou a Miroslavem Šimkem „S politiky netančím“, později pod názvem „Politické harašení“. V knižní podobě zmiňme např. knihu Štěpána Mareše Politické (o)bludy, v tisku se stále těší oblibě třeba v podobě satirických komiksů (významným počinem je v tomto směru třeba Zelený Raoul v časopisu Reflex; jeho autorem je taktéž Štěpán Mareš). V posledních letech je pak stále oblíbenější internetová tvorba. Tu, kromě falešných profilů, kterým se věnuje tato práce, zastupuje například velmi populární seriál Kancelář Blaník internetové televize Stream.cz nebo celé „zpravodajské“ servery typu Infobaden News, jejichž příspěvky jsou čistě fiktivní a satirické. Významnou roli na internetu také zastává politická satira ve formě fotomontáží/koláží. Zde v současnosti patří mezi nejvýznamnější autory grafik vystupující pod přezdívkou Vain, působící v on-line magazínu G.cz, nebo Tomáš Břínek, známý jako TMBK, v minulosti pak Teo Adamy (aTeo).

Internet, jako svobodné a otevřené médium, poskytuje prostor pro šíření podobného obsahu, což lze vnímat velmi pozitivně. Dalo by se totiž říci, že politická satira obecně pomáhá autorům i publiku vyrovnat se s některými negativními jevy politické scény tím, že je zlehčuje, paroduje a využívá je v humorném kontextu.

Zároveň, jak zmiňují Rill a Cardiel,⁶⁰ může vtipnost politické satiry podpořit i zájem veřejnosti o politiku samotnou a podnítit občanskou angažovanost v politických tématech. Tento názor však nesdílí všichni autoři a lze se setkat i s opačným pohledem, a to že politická satira může snížit zainteresovanost v politických tématech, protože přispívá k pocitu odcizení od politického procesu.⁶¹

1.1.7 Sociální síť jako nové prostředí politického soupeření

V následující kapitole vyjde najevo mimo jiné fakt, že falešné české profily na sociálních

⁵⁹ MOCNÁ, Dagmar a Josef PETERKA. *Encyklopedie literárních žánrů: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu*. Praha: Paseka, 2004, s. 612. ISBN 80-7185-669-x.

⁶⁰ RILL, Leslie A. a Christopher L. B. CARDIEL. Funny, Ha-Ha. *American Behavioral Scientist* [online]. 2013, 57(12), 1739 [cit. 2018-04-05]. DOI: 10.1177/0002764213489016. ISSN 0002-7642. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764213489016>

⁶¹ CHEN, HSUAN-TING, CHEN GAN a PING SUN. How Does Political Satire Influence Political Participation? Examining the Role of Counter- and Proattitudinal Exposure, Anger, and Personal Issue Importance. *International Journal of Communication* [online]. 2017(11), 1312 [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/6158/2098>

sítích se ve většině případů zaměřují na osobnosti politického života. Proto jsem se rozhodl vztahu sociálních sítí a politiky věnovat tuto krátkou podkapitolu.

Občanská společnost nikdy neměla tolik možností veřejně sdílet obsah, vést diskusi a vyjadřovat se veřejně k politickým otázkám, jako nyní. To, co bylo v minulosti výsadou téměř výhradně profesionálů, je nyní dostupné prakticky komukoli. A je to právě internet a sociální sítě, které toto umožňují. Vytvořily novou „architekturu pro participaci“ (*architecture for participation*) na veřejném životě, jakousi on-line veřejnou sféru a rozšířily tak možnosti pro svobodný projev, diskusi, zviditelnění témat, formování komunit a organizaci aktivit jako jsou protesty nebo petice.⁶²

Význam sociálních sítí v politickém soupeření tak bezesporu stále roste. Autoři v této souvislosti často zmiňují americké prezidentské volby v roce 2008. Profesorka Limor Shifman pro kampaň, která byla před těmito volbami vedena, použila označení „první Web 2.0 kampaň“ s tím, že jejím výrazným prvkem bylo významné množství politicky zaměřeného obsahu vytvořeného uživateli. Kromě toho v těchto volbách hrála důležitou roli sociální média, která byla intenzivně využívána všemi kandidáty. Inovativním způsobem je využil zejména Barack Obama, k jehož pozdějšímu vítězství přispěla.⁶³

Nicméně spojení sociálních sítí a politiky nejsou jen volební nebo průběžně vedené kampaně politických subjektů. V roce 2011 vyhlásil časopis Time „protestujícího“ jako „Osobnost roku“. V tomto roce totiž proběhla v mnoha zemích vlna rozličných politických protestů, např. *Occupy Wall Street* nebo *arabské jaro*.⁶⁴ A právě sociální sítě hrály v rámci těchto událostí důležitou roli – protestující je ve značné míře využívali pro organizaci, mobilizaci a celkovou komunikaci.⁶⁵ A tuto roli si sociální sítě drží i nadále – jejich otevřenost a decentralizovaná komunikace přináší dříve nevídané možnosti. Prakticky každý má dnes možnost relativně snadno svolat protest a vyjádřit tak nesouhlas (nejen) s politickou situací. Ani v našem českém prostředí nejsou výjimkou protesty, na nichž se sejdou tisíce až desetitisíce účastníků, často i ve více městech po celé republice. Jen mezi roky 2017 a 2018 se konaly četné obří demonstrace proti vládě, prezidentovi nebo

⁶² GIBSON, Rachel, Marta CANTIJOCH a Stephen WARD. *Analysing social media data and web networks*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014, s. 102-103. ISBN 978-1-137-27676-6.

⁶³ SHIFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, [2014], s. 121. ISBN 9780-262-52543-5.

⁶⁴ The Protester - TIME's People Who Mattered in 2011. TIME [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2101745_2102132,00.html

⁶⁵ SHIFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, [2014], s. 122. ISBN 9780-262-52543-5.

jmenování komunisty Zdeňka Ondráčka do čela Generální inspekce bezpečnostních sborů. Jen do posledně jmenovaných protestů se po celé zemi zapojilo podle odhadů na třicet tisíc lidí.⁶⁶ A bez pochyby právě sociální média sehrála (a sehrávají) v organizaci těchto akcí významnou roli. Opět na příkladu demonstrace proti Z. Ondráčkovi (který mimochodem nakonec podlehl tlaku a funkce se vzdal) – protest byl svolán právě prostřednictvím facebookové události a zájem o ní vyjádřilo přes padesát tisíc lidí.⁶⁷ A ačkoli o události v předstihu nakonec informovala i média, tak hlavním komunikačním kanálem zůstal Facebook.

Jak zmiňuje Jenkins, nová média fungují na jiném principu než vysílací média, která dominovala (nejen) americké politice po dlouhá desetiletí. Vzhledem k dostupnosti, možnosti participace, oboustrannosti a decentralizovanosti komunikace (peer-to-peer) lze očekávat, že i digitální demokracie bude decentralizována, nerovnoměrně rozložená, rozporuplná. Některé její prvky jsou známé již z minulosti – snaha ovlivňovat veřejný názor, sdružovat voliče, mobilizovat podporovatele nebo vyzdvihovat negativa protikandidátů. Přinese ale i elementy nové nebo dosud ne tak obvyklé – mezi jinými zmiňuje Jenkins i parodické zprávy nebo digitálně upravené obrázky a upřesňuje, že i tyto popkulturní prvky mají politický efekt.⁶⁸

Ačkoli se to tedy nemusí na první pohled zdát, i falešné profily politiků jsou jedním z prvků této „nové“ nebo „digitální“ demokracie. Nejen že mohou vzbudit zájem o politická témata, ale především jsou určitou formou protestu, mohou být vyjádřením politického názoru a mají potenciál dokonce ovlivnit svým obsahem mínění o parodované straně.

⁶⁶ Protesty proti Ondráčkovi přilákaly po celé zemi na třicet tisíc lidí. IDNES.cz [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/protest-ondracek-bilance-kscm-dkc-/domaci.aspx?c=A180306_094413_domaci_kop

⁶⁷ NE Ondráčkovi do čela komise pro GIBS. Facebook.com [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://www.facebook.com/events/2007995549518390/?active_tab=about

⁶⁸ JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. [New ed.]. New York: New York University Press, 2008, s. 219-220. ISBN 9780814742952.

2 Falešné profily v prostředí českých sociálních sítí – obecný pohled

2.1 Twitter

Na sociální síti Twitter v českém prostředí existuje velké množství falešných profilů. V dlouhém časovém horizontu jsem se zabýval jejich vyhledáváním a výběrem těch, které jednak odpovídají tématu práce a zároveň vykazují dostatečnou aktivitu v posledních dvou letech a nezanedbatelný počet sledujících. Byly tak vyřazeny marginální profily bez významnějšího zásahu.

Výsledkem je následující seznam nejvýznamnějších českých twitterových falešných profilů, seřazený podle počtu followerů.

Pořadí	Účet	Počet sledujících	Počet příspěvků	Založen	Ø příspěvků/den
1.	@schwarzenbergk	293 679	4 091	26.09.2011	1,55
2.	@kardinalvlk	11 591	947	02.09.2010	0,31
3.	@PrezidentZeman	9 343	1 071	17.01.2013	0,50
4.	@ovcacek_jiri	8 452	802	04.02.2015	0,57
5.	@vaclavklaus	7 675	229	29.09.2010	0,08
6.	@OVBparody	6 652	125	03.02.2015	0,09
7.	@Michal_Bilek	5 918	777	17.10.2012	0,35
8.	@jietienming	5 599	5 653	19.03.2018	21,09
9.	@Zeman_Milos	5 435	1 726	20.01.2013	0,80
10.	@andrej_z_prvej	5 154	1 350	24.08.2017	2,84
11.	@TomioOkamura	4 024	517	05.11.2012	0,23
12.	@JaroslavFalynek	3 944	2 884	05.07.2018	18,03
13.	@MiloslavRozner	3 410	839	28.10.2017	2,05
14.	@Tomio_Okamura	2 144	5 316	12.12.2012	2,43
15.	@PrezidentMilos	1 812	261	28.05.2012	0,11
16.	@PanAndrejBabis	1 750	806	21.02.2015	0,58
17.	@kajinek_jiri	1 556	204	13.05.2017	0,35
18.	@Milos_Zeman	1 288	1 963	11.01.2013	0,91
19.	@MalaTatana	1 198	629	14.05.2018	2,97
20.	@vladimirspidla	1 090	1 574	07.02.2012	0,63
21.	@dantok1234	867	99	27.10.2018	2,15
22.	@jiriparoubek	745	210	26.09.2010	0,07
23.	@vkmlnhrad	625	469	24.04.2017	0,79
24.	@ODS_CZ	574	209	13.09.2013	0,11
25.	@PREZIDENTmlufci	510	519	28.10.2016	0,67
26.	@MartinKonvicka	378	193	20.08.2015	0,16

Tabulka 1: Nejvýznamnější české falešné profily na Twitteru⁶⁹

Z tabulky je možné vyčíst několik zajímavých faktů.

⁶⁹ Zdroj: vlastní zpracování, aktualizováno k 12. 12. 2018

Na první pohled zaujme především enormní rozdíl mezi prvním a druhým místem. Vzhledem k tomu, že odhadovaný počet uživatelů Twitteru v ČR je 300-400 tisíc uživatelů,^{70 71} falešný účet Karla Schwarzenberga sleduje významná většina tohoto počtu.

Druhou zajímavostí je fakt, že, až na výjimky, jsou falešné profily zaměřeny na politická témata – ve výběru se nacházejí jen čtyři, které nesouvisí s politikou (profil Jiřího Kajínka, OVB, Kardinála Vlka a Michala Bílka). Na pomezí je ještě profil čínského podnikatele Jie Ťien-minga – ten je totiž zároveň poradcem prezidenta Zemana.

Třetím zajímavým faktem je to, že neexistuje přímá úměra mezi počtem příspěvků a počtem sledujících. Zatímco u @schwarzenbergk vychází na každého followera 0,014 příspěvku, u účtu @Tomio_Okamura je tento koeficient 2,48. Větší počet příspěvků tedy nutně neznamená více sledujících, neméně důležitou roli hrají další faktory (kvalita příspěvků, aktivní vyhledávání nových followers apod.).

V následující kapitole bude obsah vybraných profilů podroben detailnějšímu rozboru. Za tímto účelem bylo nutné zajistit export dat z Twitteru do podoby, která toto umožní. Využito bylo placeného nástroje v podobě rozšíření do prohlížeče Chrome „Twlets“. Ten umožňuje export tweetů daného účtu do formátu .xlsx. Kromě samotného textu zahrnuje výsledný soubor hypertextový odkaz na konkrétní tweet, datum a čas jeho zveřejnění, počet lajků a retweetů. Toto jsou základní charakteristiky každého příspěvku, na jejichž základě lze následně tvořit analýzy profilů. Jediným limitujícím faktorem je v tomto případě počet příspěvků, který lze pomocí tohoto nástroje vyexportovat. Ten je omezený na 3 200 nejnovějších a důvodem je omezení přímo ze strany Twitteru, který větší množství dávkově vyexportovat neumožňuje. Veškeré analýzy v této práci jsou tak založené na maximálním počtu 3 200 nejstarších příspěvků.

2.2 Facebook

Oproti Twitteru je český (ale i zahraniční) Facebook na falešné profily o poznání chudší. Důvodem jsou výše zmíněné restriktce a fakt, že falešné profily jsou po odhalení provozovateli rychle blokovány a mazány.

V současné době (srpen 2018) jsou jedinými významnějšími fungujícími parodickými

⁷⁰ Twitter v ČR stále zaostává za Facebookem, uživatelů ale přibývá. Mediahub [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/media/900591-twitter-v-cr-stale-zaostava-za-facebookem-uzivatelu-ale-pribyva>

⁷¹ Jak se daří jednotlivým sociálním sítím v České republice? AMI Digital [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://www.amidigital.cz/digikydy/jak-se-dari-jednotlivym-socialnim-siti-v-ceske-republice/>

stránkami na Facebooku, ve smyslu odpovídajícím tématu této práce, falešné profily Jiřího Kajínka⁷² s přibližně 35 tisíci „Líbí se mi“ a Jiřího Ovčáčka⁷³ s 93 tisíci „lajky“. Existuje ještě profil Expert na kulturu Miloslav Rozner⁷⁴, který se líbí necelým 9 tisícům lidí. Ten však v poslední době již nepublikuje. Pozoruhodné je, že tento relativně vysoký počet fanoušků dokázal získat během 18 dní, a to pomocí pouhých 40 statusů nebo aktualizací.

Stejný autor, který stojí za satirickou facebookovou stránkou hradního mluvčího Jiřího Ovčáčka, si v roce 2017 vybral za cíl Ruskou ambasádu v Praze, pod jejímž jménem zveřejňoval satirické příspěvky (příklad na Obrázku 3) a brzy získal tisíce označení „To se mi líbí“. Samotná ruská diplomacie však tuto aktivitu označila za "rafinovanou metodu hybridního vlivu na české veřejné vědomí" a stránka byla krátce nato zrušena.⁷⁵ Při rušení obdobné stránky na Slovensku udělali administrátoři Facebooku nejprve chybu a odstranili oficiální profil velvyslanectví.



Obrázek 3: Jeden z příspěvků na falešné stránce ruské ambasády⁷⁶

⁷² <https://www.facebook.com/jirikajinekunofficial>

⁷³ <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial>

⁷⁴ <https://www.facebook.com/ExpertNaKulturu>

⁷⁵ Ovčáčkovo lhaní si zesměšnit zaslouží, říká falešný mluvčí a vzkazuje: Nevěřte nikomu, nejen na síti. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/jde-o-me-skodolibepoteseni-ovcacek-si-uziva-ze-se-o-nem-pis/r~1422ee361f6a11e7afda0025900fea04/?_ga=1.201467156.480540654.1466603665

⁷⁶ Zdroj obrázku: GALERIE: Češi vtipkují o Rusech. Poskytneme vám pomoc, vzkazuje falešné velvyslanectví. In: *Forum24* [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://forum24.cz/galerie-cesi-vtipkuji-o-rusech-poskytneme-vam-pomoc-vzkazuje-falesne-velvyslanectvi/#4>

Ostatně i výše zmíněná falešná stránka Jiřího Ovčáčka měla problémy s existencí a byla na čas v létě roku 2018 vypnuta,⁷⁷ nicméně po několika týdnech se podařilo stránku obnovit a nyní pokračuje ve své tvrdé rétorice vůči prezidentu Zemanovi a jeho mluvčímu dál.

Za svůj cíl si internetoví vtipálci, jak autory falešných profilů často nazývají média, ale nevybírají pouze osobnosti politického života nebo instituce. Příkladem je falešný profil herce Miroslava Donutila, na které upozornil server Echo24.cz. Ten měl za cíl pošpinit hercovo jméno na základě pohádky, kterou namluvil a která podle některých propagovala multikulturalismus a migraci. Donutil zvažoval na autory podat trestní oznámení, jelikož jejich činnost považoval za „drzost největšího kalibru“.⁷⁸

Mezi starší aféry (rok 2013) patří falešný profil miliardáře Petra Kellnera, kterého si postupem času do přátel, v domnění, že se jedná o skutečný Kellnerův profil, přidalo asi pět set uživatelů Facebooku. Mezi nimi byli i významní byznysmeni, politici či novináři, např. někdejší ministr životního prostředí za ODS Tomáš Chalupa, poslanec hnutí Starostové a nezávislí Petr Gazdík nebo rozhlasový magnát, prezident společnosti Lagardère Active ČR, Michel Fleischmann. Profil byl po zásahu skupiny PPF, kterou Kellner vlastní, zrušen.⁷⁹

Z výše uvedených několika příkladů je zřejmé, že způsobů, jak autoři přistupují k falešným profilům, je mnoho. V obecné rovině lze rozlišit tři – jeden z nich má za cíl pobavit (viz příklad ruské ambasády), druhý uškodit (příklad Miroslava Donutila) a třetí zmást a nalákat k přátelství množství lidí (falešný profil Petra Kellnera).

2.3 Komparativní analýza dvou facebookových profilů

Jednou z důležitých součástí následující kapitoly je komparace dvou vybraných facebookových profilů. Základem komparace je hledání společných či shodných nebo naopak rozdílných vlastností zkoumaných jevů. Je třeba vymezit objekty a časové období (=výběr souboru), dále vytyčit cíle komparace a určit kritéria – stanovit proměnné a sledované vztahy mezi nimi. Základní typy přístupu ke komparativnímu výzkumu jsou

⁷⁷ RIP fake Ovce: satirický facebookový profil falešného Jiřího Ovčáčka to zabalil. *G.cz* [online]. [cit. 2018-09-01]. Dostupné z: <https://g.cz/rip-fake-ovce-satiricky-facebookovy-profil-falesneho-jiriho-ovcacka-to-zabalil/>

⁷⁸ Donutil jako zrádce národa? Herec chce podat žalobu - Echo24.cz. Echo24.cz [online]. [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/iziAT/donutil-jako-zradce-naroda-herec-chce-podat-zalobu>

⁷⁹ Na Facebooku je falešný Kellnerův profil. Ošálil politiky i byznysmeny - iDNES.cz. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/falesny-profil-petra-kellnera-na-facebooku-f2c-/ekonomika.aspx?c=A130807_203642_ekonomika_ert

dva: synchronní a diachronní.⁸⁰ Pro účel této práce bude zvolen synchronní, tedy paralelní výzkum více objektů (facebookových stránek) ve stejném časovém období. Diachronní přístup by naopak znamenal sledování vývoje jednoho objektu.⁸¹

Jedním z cílů bude ověření stanovených hypotéz a dále zodpovězení výzkumných otázek. Výzkumné otázky mohou být často formulovány jako jednoduché dotazy ohledně vztahu dvou nebo více proměnných, hypotézy pak jsou předpověďmi možných výstupů práce a cílem je je potvrdit, nebo vyvrátit.⁸²

Za tímto účelem byly vybrány profily Jiřího Ovčáčka @jiri.ovcacek1979 a jeho falešná identita @jiriovcacekunofficial. Tento výběr není náhodný – právě tyto dva jsem zvolil z toho důvodu, že jsou oba významné z pohledu aktivity a počtu fanoušků. Falešný profil patří k nejoblíbenějším výtvorům současné politické satiry u nás (viz ocenění Křišťálová lupa), oficiálně spravuje sám Jiří Ovčáček a je na něm významně aktivní. Často lze v diskusích pod příspěvky narazit na sarkastické komentáře narážející na to, zda byl příspěvek zveřejněn falešným nebo pravým profilem a ne jeden uživatel se nechal zmást, o čemž vypovídají snímky obrazovky, které občas zveřejňuje falešný profil – ostatně jeden má aktuálně (prosinec 2018) nastavený jako úvodní obrázek:



Obrázek 4: aktuální úvodní obrázek na falešném profilu⁸³

Za účelem provedení kvantitativní komparativní analýzy bylo nutné zajistit export příspěvků do formátu, který umožní jejich hromadné zpracování. K tomu byla využita facebooková aplikace „netvizz“, která jednak sama dokáže vypracovat určité grafy a analýzy vybrané stránky, ale hlavně umožní export veškerého jejího obsahu. Výstupem z aplikace je .zip soubor obsahující 2 .dat soubory, které lze následně snadno převést do MS Excel, kde je možné data dále zpracovávat. Prvním jsou denní statistiky profilu – kolik bylo daný den zveřejněno správcem příspěvků a kolik v součtu získaly lajků, reakcí,

⁸⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014, s. 389. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

⁸¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014, s. 388. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

⁸² WIMMER, Roger D. a Joseph R. DOMINICK. *Mass media research: an introduction*. 5th ed. Belmont [Calif.]: Wadsworth Pub., c1997, s. 228-229. ISBN 0-534-24474-2.

⁸³ Zdroj obrázku: Jiří Ovčáček – Hlavní stránka. *Facebook* [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial/photos/p.1192118257592904/1192118257592904/?type=1&theater>

komentářů a sdílení. Druhý soubor pak je seznam všech zveřejněných příspěvků spolu s dalšími charakteristikami – identifikace příspěvku, jeho typ (fotografie, status, poznámka atd.) odkaz na něj, znění, datum a čas uveřejnění, počet lajků a jednotlivých reakcí, komentářů a sdílení a další charakteristiky. Nástroj umožňuje i další práci s příspěvkem, např. výše popsaný export doplnit o TOP 200 komentářů u každého příspěvku apod., tyto funkce však nebyly využity. Pohled na zdrojová data, která jsou podkladem pro další analýzu, je v Příloze 1

Kromě výše uvedených dat bylo třeba pro zachycení určitých jevů získat i vývoj počtu fanoušků stránky v čase. Tyto údaje jsou snadno přístupné správci stránky, ale jejich veřejná přístupnost je problematická nebo nákladná. Jelikož ani konzultace s několika odborníky na Facebook nepřinesla řešení, čerpá práce v tomto směru s omezeným vzorkem. Ten se podařilo získat pomocí analytického nástroje Seekmetrics.com, který kromě jiných funkcí poskytuje právě i tyto požadované údaje, nicméně pouze za poslední rok. Z toho důvodu bude analýza určitých jevů omezena pouze na období od ledna do poloviny prosince 2018.

3 Představení a analýza vybraných falešných profilů

Hlavním cílem této práce je zmapování českého prostředí falešných profilů pomocí kvalitativních a kvantitativních metod. Za tímto účelem bylo z výše uvedených profilů vybráno s ohledem na aktuální aktivitu účtu 18 stále publikujících a jejich autoři byli během let 2016 až 2018 osloveni pomocí soukromých zpráv a tweetů se žádostí o spolupráci. Do vzorku, kterým se bude práce dále zabývat, byly následně zařazeny ty profily, jejichž autoři se spoluprací souhlasili. Celkem se takto podařilo získat 7 autorů, jejichž profily budou v následujících podkapitolách obecně představeny a následně podrobeny detailnější analýze.

Cílem kvalitativní části je zjistit motivaci k založení účtu, autorův vztah k osobnosti, kterou paroduje, reakce na tuto aktivitu apod. Za tímto účelem byl všem zaslán stejný dotazník, přičemž předpokladem bylo najít tímto způsobem případné paralely napříč všemi profily.

Otázek bylo celkem osm. Jednalo se o otázky otevřené, jejich plné znění je uvedeno v Příloze 2. Získané odpovědi na ně jsou stěžejním prvkem této práce a budou využity v následujících podkapitolách jako součást zkoumání jednotlivých profilů.

Tento přístup k tématu, tedy dotazování pomocí dotazníku, byl zvolen s ohledem na jeho charakter, níže zmíněné hlavní cíle a také nevelký vzorek (potenciálních) respondentů. Výzkumy, kde chceme porozumět zkušenosti jedinců, jsou velmi obtížně zachytitelné kvantifikovanými daty. Kromě toho, pro zkoumání nových fenoménů jsou kvalitativní postupy vhodnější.⁸⁴

Kromě autorů falešných profilů byly pak v zájmu úplnosti a také objektivity osloveny i parodované strany, tedy skutečné osoby nebo organizace. Cílem bylo zjistit jejich povědomí o aktivitě falešných profilů, jejich přijetí a případné konsekvence činnosti na falešných účtech.

Jak již bylo zmíněno dříve v kapitole 2.3, součástí práce je dále i komparace dvou profilů z kvantitativního hlediska. Cílem této části je srovnat falešný a pravý profil Jiřího Ovčáčka, odpovědět na výzkumné otázky položené níže a ověřit stanovené hypotézy.

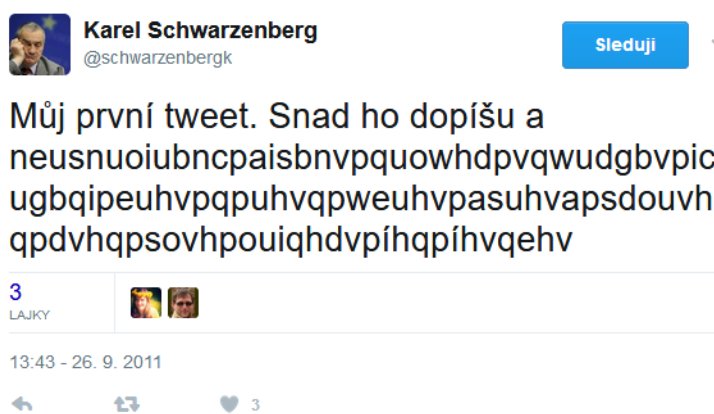
⁸⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, s. 396-397. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

3.1 Falešný profil Karla Schwarzenberga @schwarzenbergk

3.1.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

O profilu @schwarzenbergk již byla zmínka v této práci dříve. Jedná se s velkým náskokem o nejsledovanější účet tohoto typu. Profil se umístil v cenách českého internetu Křišťálová Lupa 2012 na 5. místě v kategorii One (wo)man show.⁸⁵ Mezi další úspěchy patří první místo v premiérovém (a zároveň posledním) ročníku internetové soutěže Tweet roku 2013, pořádané agenturou AC&C. Oceněn byl příspěvek „*S tureckou delegací jsem dnes musel jednat na chodbě. Slavnostní sál mi zabrala slečna Zemanová se spolužáky.*“⁸⁶ Ten má v současné době (listopad 2018) 164 lajků a 123 retweetů. Což mimochodem ilustruje to, jak velký progres od roku 2013 se na české twitterové scéně udál – současné nejúspěšnější tweety falešného Karla Schwarzenberga mají tisíce lajků. Ve stejné anketě se zároveň stal @schwarzenbergk účtem roku.

První příspěvek autor zveřejnil 26. září 2011 (viz obrázek 5). Od té doby (do listopadu 2018) stihl získat téměř 300 tisíc sledujících a zveřejnit přes 4 000 tweetů. Průměrná aktivita tedy je 1,6 příspěvku za den.



Obrázek 5: První příspěvek uživatele @schwarzenbergk

Autor píše ústy Karla Schwarzenberga. Jeho samého však nezsměšňuje ani neparoduje, až na několik výjimek, kdy poukazuje především na sklony k častému usínání během dne. Spíš než o parodii se tedy jedná o politickou satiru.

⁸⁵ Křišťálová Lupa 2012 - Výsledky. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://kristalova.lupa.cz/2012/vysledky/>

⁸⁶ Tweet roku poslal falešný Schwarzenberg. Česká televize [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1093892-tweet-roku-poslal-falesny-schwarzenberg>

Naprostou většinu tvoří příspěvky, které reagují na aktuální dění na politické scéně, a to všeobecně, bez zjevného zaměření na konkrétní osobnosti nebo strany. Pro hrubý nástin témat může sloužit „word cloud“ na Obrázku 6, kde jsou zachycena nejčastěji se vyskytující slova v příspěvcích.



Obrázek 6: Tzv. word cloud-koláž z nejčastějších slov ve všech příspěvcích na účtu @schwarzenbergk

Průměrný počet lajků⁸⁷ u příspěvků je téměř 170 (pro úplnost: medián, tedy střední hodnota, je 69) a průměrně každý příspěvek „retweetuje“, tedy sdílí, 20 uživatelů (medián 11). Oproti datům z poloviny roku 2017 (původní zpracování této práce) se průměrný počet lajků a jejich medián přibližně zdvojnásobil, zatímco počet sledujících se výrazně nezměnil. Z toho lze usuzovat, že autor v poslední době zveřejňuje atraktivnější příspěvky. Toto potvrzuje i pohled na nejúspěšnější příspěvky.

Přes tisíc lajků má celkem 87 příspěvků (v polovině roku 2017 jich bylo pouze 13), přičemž celých 51 z nich je z roku 2018. Níže tabulka s výběrem pěti nejúspěšnějších příspěvků z pohledu počtu lajků:

⁸⁷ „Lajk“ – oficiální český překlad slova Like na Twitteru, jedná se o označení příspěvků srdíčkem

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	5737	V olympijské vesnici vládne spokojenost. Slováci jsou rádi, že tam přijel jejich prezident a Češi jsou rádi, že tam jejich prezident nepřijel.	2018-02-09 9:44:51
2.	4545	Chudák kandidát, který postoupí do druhého kola. Bude tam s Moravcem dvě hodiny sám.	2018-01-11 21:08:01
3.	3189	Dobrá zpráva. Vedle u stolu si Filip konečně listuje v Ústavě. Trošku mě děsí, že v ní celkem hodně škrtá.	2018-07-14 9:33:13
4.	2773	Byl za námi Babiš, že chce vyjednávat o vládě. Dali jsme mu razítko pro Zemana, že u nás byl a poslali ho o dům dál.	2018-03-12 14:06:09
5.	2737	Topolánek kandiduje na prezidenta, Pospíšil na předsedu TOP09. Tak jsem se přihlásil na maraton v New Yorku.	2017-11-05 6:21:49

Tabulka 2: TOP 5 příspěvků účtu @schwarzenbergk z pohledu počtu lajků⁸⁸

Z pohledu počtu retweetů jsou nejúspěšnější tyto příspěvky:

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	708	V olympijské vesnici vládne spokojenost. Slováci jsou rádi, že tam přijel jejich prezident a Češi jsou rádi, že tam jejich prezident nepřijel.	2018-02-09 9:44:51
2.	497	Chudák kandidát, který postoupí do druhého kola. Bude tam s Moravcem dvě hodiny sám.	2018-01-11 21:08:01
3.	407	Svoboda jednotlivce končí tam, kde začíná mítink Miloše Zemana.	2015-11-17 15:31:03
4.	315	Volal mi Kajínek a děkoval za milost. Když jsem mu řekl, že prezidentem se stal Zeman, prohlásil, že ve vězení to vlastně tak hrozné není.	2017-05-12 14:31:00
5.	288	Dobrá zpráva. Vedle u stolu si Filip konečně listuje v Ústavě. Trošku mě děsí, že v ní celkem hodně škrtá.	2018-07-14 9:33:13

Tabulka 3: TOP 5 příspěvků účtu @schwarzenbergk z pohledu počtu retweetů⁸⁹

3.1.2 Pohledem autora

V květnu 2016 jsem oslovil autora tohoto profilu a podařilo se mi od něj získat souhlas se spoluprací na této DP. Byly mu tedy zaslány otázky, které jsou zmíněné v kapitole 3, na které reagoval 5. 5. 2016. Kdo tedy stojí za tímto velmi úspěšným profilem a jaká je jeho motivace? Níže kompletní komunikace (bez úprav):

Můžete alespoň naznačit, kdo jste, případně čím se zabýváte (profesně nebo i ve volném čase, pokud to souvisí s Vaší aktivitou na sociálních sítích)?

⁸⁸ Aktualizováno k 12. 12. 2018

⁸⁹ Aktualizováno k 12. 12. 2018

Jsem muž, řekněme v nejlepších letech. Mé zaměstnání s aktivitou na sociálních sítích nesouvisí prakticky vůbec.

Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?

Hlavním důvodem byla satira, chtěl jsem vtipně, nikoliv urážlivě, kritizovat kroky tehdejší pravicové vlády. Twitter jsem si vybral pro svou stručnost. Nebavilo by mě vymýšlet delší příspěvky a taky to byla výzva – humor, satira, ironie ve 140 znacích.

Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj? (chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)

Z tehdejších ministrů jsem si vybral osobu Karla Schwarzenberga asi jako nejznámější. Je v politice už dlouho, má své klady i zápory ale především je pro lidi zajímavý. Osobně ho neznám, nikdy jsem ho neviděl a jako k politikovi k němu mám ambivalentní vztah. Na jednu stranu má svou vizi a za tou jde, na druhou stranu mu zas tak nezáleží na prostředcích, kterým se k tomu cíli dostane. Tím míním jeho politickou turistiku a jeho roli maskota jako předsedy v TOP09 (dnes už pouze čestného)

Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?

Na TW ne, na FB sem tam něco podobně zaměřeného udělám, ale co, neprozradím. Mám i nějaké webovky, ale víceméně jsem tam svou činnost už utlumil.

Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?

Účet nepropaguji, je dostatečně znám. Začínal jsem od nuly, ale zaměřil jsem se na kvalitu (humor), tak si účet různými retwíty své fanoušky našel.

Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?

Ne.

Čelili jste snahám o zrušení účtu?

Ne.

Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíš s pozitivními nebo negativními? Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi?

Nebo naopak s něčím úsměvným?

Jen s pozitivními reakcemi. Dokonce od samotného Karla Schwarzenberga, který se v nějakém rozhovoru vyjádřil, že se mu to líbí a že by bylo potřeba víc takové srandy.

3.1.3 Přijetí falešného profilu Karlem Schwarzenbergem

S žádostí o reakci jsem oslovil přímo i skutečného Karla Schwarzenberga na jeho veřejně dostupném e-mailu, ale nebyl jsem úspěšný. Pro poslancovu reakci tedy bylo třeba využít veřejně dostupné zdroje. Na oficiálních stránkách TOP 09 lze najít oficiální stanovisko k existenci falešného profilu, které 20. 10. 2011 zveřejnila tehdejší mluvčí strany Alžběta Plívová: „Na internetu se 26. září objevil falešný twitterový profil předsedy TOP 09 Karla Schwarzenberga: <http://www.twitter.com/schwarzenbergk>. Ministr zahraničních věcí Karel Schwarzenberg se od všech výroků zveřejněných na tomto profilu distancuje a oznamuje, že ke komunikaci na této sociální síti bude používat svůj oficiální profil, který naleznete pod loginem http://www.twitter.com/schwarzenberg_k.⁹⁰

Ve starších zdrojích lze najít vyjádření samotného Karla Schwarzenberga, který tvrdí, že jej aktivity vtípalů nezajímají, nesleduje je a dosud o nich ani nevěděl. Mluvčí Plívová konstatuje, že neuvažují o zablokování falešného profilu a za dostatečné považují výše zmíněné stanovisko na webu strany. Dodává, že humor a nadhled do politické komunikace patří.⁹¹

Nicméně na základě výše uvedené odpovědi autora falešného profilu lze usoudit, že v současné době je Karel Schwarzenberg s obsahem satirického profilu již seznámen a přijímá jej pozitivně. Zmíněný rozhovor se však nepodařilo přes velkou snahu dohledat.

3.2 Falešné profily Jiřího Ovčáčka @ovcacek_jiri a

@jiriovcacekunofficial

3.2.1 Informace o profilu a analýza obsahu twitterového účtu

@ovcacek_jiri

Falešných profilů Jiřího Ovčáčka, ředitele Tiskového odboru a tiskového mluvčího

⁹⁰ TOP 09: Karel Schwarzenberg na Twitteru. TOP09.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-karel-schwarzenberg-na-twitteru-7575.html>

⁹¹ Stížnost ukončila falešného Vlka na Twitteru, knížecí recese jede dál. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. ISSN 1213-1385. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/kardinalova-stiznost-ukoncila-falesneho-miloslava-vlka-na-twitteru-knizeci-recese-jede-dal-gyq-/media.aspx?c=A120815_160322_ln-media_mev

prezidenta republiky, se na sociálních sítích vyskytuje velké množství. Ovčáček, spolu s Milošem Zemanem, jsou nejvíce napodobovanými osobnostmi Twitteru. Jen po zadání výrazu „Jiří Ovčáček“ do vyhledávání je výsledkem 30 profilů, které využívají identity prezidentova mluvčího. Většina z nich ale publikuje velmi málo nebo vůbec.

Pro účely této práce byl zvolen nejvýznamnější falešný profil Jiřího Ovčáčka s uživatelským jménem @ovcacek_jiri. Největším je z pohledu množství sledujících i počtu tweetů. Od srpna 2017 však autor nezveřejňuje nové příspěvky.

Popis profilu zní „*Tiskový mluvčí tiskového mluvčího prezidenta republiky a ředitel Tiskového odboru Kanceláře prezidenta republiky. Kandidát na prezidenta v roce 2018.*“ a profilová fotografie je použita stejná, jakou má skutečný Jiří Ovčáček na svém oficiálním profilu @PREZIDENTmluvci. Nejsou tedy dodržena pravidla Twitteru pro označení parodického profilu. Kromě toho je v údajích o profilu uveden odkaz na oficiální stránky Hradu, což podporuje dojem autentičnosti. V případě, že by někdo vyvinul snahu nechat profil zrušit, pravděpodobně by byl úspěšný. Z četných příspěvků uživatelů Twitteru, kteří píšou reakce na tento účet, je zřejmé, že v mnoha případech skutečně dochází k omylům a lidé jej považují za oficiální. Tento dojem podporuje i to, že autor píše v první osobě jednotného čísla.

První tweet byl na stránce zveřejněn 4. února 2015. Od té doby autor zveřejnil celkem 802 tweetů, průměrná frekvence tedy je dosud (listopad 2018) 0,58 tweetu/den. Účet aktuálně sleduje 8 440 uživatelů.

Profil se vyznačuje velkou interakcí s dalšími uživateli Twitteru. Konkrétně hned polovina ze všech příspěvků jsou odpovědi, tedy začínají uživatelským jménem jiného profilu. Příliš časté naopak není využívání hashtagů.

Tematicky je profil velmi různorodý. Níže uvedený seznam nejúspěšnějších tweetů (tabulky 8 a 9) je důkazem rozmanitosti témat. Ústředním motivem většiny příspěvků je však parodie samotného Jiřího Ovčáčka. Jeho ústy reaguje na aktuální události a aféry, ale vrací se i ke starším. V některých příspěvcích je patrná snaha napodobit styl psaní skutečného Jiřího Ovčáčka, což se daří až do takové míry, že server aktuálně.cz zveřejnil v březnu 2017 pro čtenáře kvíz na rozpoznání příspěvků skutečného Jiřího Ovčáčka od

jeho parodického profilu.⁹²

Relativně častým prvkem, v porovnání s předchozími profily, je zveřejňování obrázků. Ve většině případů se jedná o humorné fotomontáže, jejichž tématem je Miloš Zeman nebo Jiří Ovčáček.

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	540	S panem prezidentem se ředitel závodu @skodacz domluvil na dalších názvech příštích modelů: Škoda Koňaq, Kardiaq a Kuřaq. https://t.co/TYoo9WoIIv	2017-07-20 13:21:18
2.	372	Povaleči z kaváren do polí a továren!	2015-10-02 10:50:53
3.	260	Proč už půl roku nebyla vidět ani paní Ivana Zemanová, ani manželka Kima Čong Una? Dozvíte se v dalším díle Výměna manželek.	2016-11-02 15:39:23
4.	177	Přejeme vám s panem prezidentem hezkého Valentýna! https://t.co/ow7ertb0DD	2016-02-14 9:35:31
5.	139	Moje jméno v čínštině je Jiří Sü-Šulin.	2017-07-17 19:31:43

Tabulka 4: TOP 5 příspěvků účtu @ovcacek_jiri z pohledu počtu lajků⁹³

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	104	S panem prezidentem se ředitel závodu @skodacz domluvil na dalších názvech příštích modelů: Škoda Koňaq, Kardiaq a Kuřaq. https://t.co/TYoo9WoIIv	2017-07-20 13:21:18
2.	49	Ještě jedna fotografie z vysílání Vánočního poselství. https://t.co/BbxGYL2luk	2016-01-03 14:36:36
3.	48	Povaleči z kaváren do polí a továren!	2015-10-02 10:50:53
4.	46	Proč už půl roku nebyla vidět ani paní Ivana Zemanová, ani manželka Kima Čong Una? Dozvíte se v dalším díle Výměna manželek.	2016-11-02 15:39:23
5.	45	Přejeme vám s panem prezidentem hezkého Valentýna! https://t.co/ow7ertb0DD	2016-02-14 9:35:31

Tabulka 5: TOP 5 příspěvků účtu @ovcacek_jiri z pohledu počtu retweetů⁹⁴

⁹² Kvíz: Kdo je velekněz antizemanovské sekty? Vyzkoušejte si, zda poznáte pravého Ovčáčka od falešného. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/kviz-sledujete-bedlive-socialni-site-jiriho-ovcacka-rozeznat/r~2e67a6feeee311e6a3fa002590604f2e/>

⁹³ Zdroj: vlastní zpracování, aktualizováno k 12.12.2018. Vynechány retweety a příspěvky s obrázky

⁹⁴ Zdroj: vlastní zpracování, aktualizováno k 12.12.2018. Vynechány retweety a příspěvky s obrázky

3.2.2 Pohledem autora

V roce 2016 jsem přes Twitter oslovil autora tohoto falešného profilu se žádostí o spolupráci na diplomové práci. Odpovědi na otázky, které jsem od něj získal, uvádím níže (bez úprav).

Můžete alespoň naznačit, kdo jste, případně čím se zabýváte (profesně nebo i ve volném čase, pokud to souvisí s Vaší aktivitou na sociálních sítích)?

Jsem studentem žurnalistiky na vysoké škole a přispívám do některých médií.

Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?

Ovčáček ještě tenkrát účet na Twitteru nebyl, a proto bylo super to založit. Tenkrát mi na to skočili i někteří novináři, než si mluvčí doopravdy založil svůj Twitter.

Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj? (chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)

Ovčáček dělá svou práci mluvčího velmi dobře. Ale vadí mi, že se do některých věcí zapojuje příliš nebo až příliš osobně. Také nesouhlasím s některými (!) z jeho názorů.

Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?

Nemám další účty. A mimo sociální sítě? Občas ho imituji, ale ještě ho nemám nacvičeného tak, jako Miloše Zemana.

Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?

Na začátku stačilo plácnout cokoliv „blbýho“. Tenkrát to fakt frčelo. ☺ Teď je to ale daleko složitější, protože to, co Ovčáček někdy na ten Twitter postne je opravdu perla.

Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?

To se mi zatím nestalo. K ovlivňování mám, řekl bych, docela imunitu.

Čelili jste snahám o zrušení účtu?

Zatím ne.

Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíš s pozitivními nebo negativními?

Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi? Nebo naopak s něčím úsměvným?

Je opravdu jen pár lidí, kteří vědí, kdo jsem. Většinou byli spíš překvapení. Negativní názory jsem nedostal.

3.2.3 Informace o profilu a analýza obsahu facebookového profilu Jiří Ovčáček

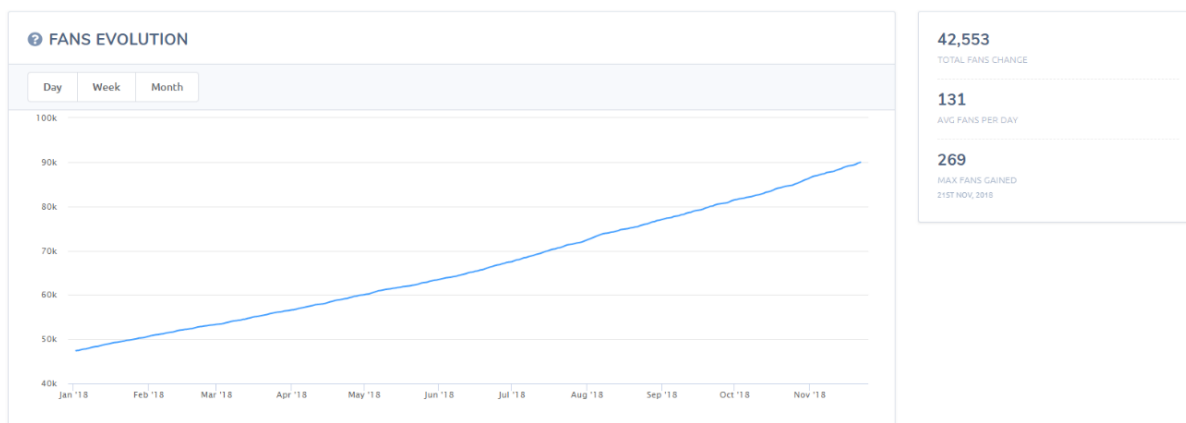
Falešných profilů nejen Jiřího Ovčáčka je na Twitteru nespočet. Unikátním na současné české scéně je však falešný profil na sociální síti Facebook. Nazvaný je jednoduše Jiří Ovčáček, uživatelské jméno @jiriovcacekunofficial. První příspěvek byl zveřejněn v lednu 2015. Autorem je třicetiletý student postgraduálního studia Masarykovy univerzity v Brně.⁹⁵ Popisek stránky jasně uvádí, že se jedná o „Nekorektní, neoficiální a satirický fanclub profesionála v politickém PR dění Jiřího Ovčáčka. (...)“ a odkazuje na Impressum, kde je mimo jiné uvedeno, že veškerý obsah je fikcí a stránka je provozována za účelem zábavy jako politická satira.⁹⁶

Jedná se o stránku (page) zařazenou do kategorie Komunita. Dle statistik služby Socialbakers je v této kategorii s 98 tisíci „Líbí se mi“ na 121. místě v ČR.⁹⁷ Počet fanoušků stránky stále rychle roste. Jak je patrné z Obrázku 7, jen od začátku roku 2018 do konce listopadu jich přibylo konstantním tempem více než 42 tisíc.

⁹⁵ Ovčáčkově lhaní si zesměšnit zaslouží, říká falešný mluvčí a vzkazuje: Nevěřte nikomu, nejen na síti. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/jde-o-me-skodolibepoteseni-ovcacek-si-uziva-ze-se-o-nem-pis/r~1422ee361f6a11e7afda0025900fea04/?_ga=1.201467156.480540654.1466603665

⁹⁶ Jiří Ovčáček - Informace. Facebook.com [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/jiriovcacekunofficial/about/?ref=page_internal

⁹⁷ Facebook stats of popular Community pages in Czech Republic. Socialbakers [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/czech-republic/community/page-9-13/>



Obrázek 7: Nárůst fanoušků stránky Jiří Ovčáček v průběhu roku 2018⁹⁸

O oblíbenosti profilu svědčí i to, že se umístil na prvním místě kategorie One (wo)man show v populární čtenářské anketě Křišťálová lupa 2018 – Cena českého internetu.

Z vlastní analýzy⁹⁹ všech dosavadních více než 1 000 příspěvků vyplývá, že každý z nich získá průměrně 2 534 reakcí, tedy Líbí se mi (+ dalších reakcí typu Haha, Paráda atd.), komentářů a sdílení. Průměrná denní aktivita je 0,77 příspěvku.

Obsahově se jedná o politickou satiru. Autor pohledem Jiřího Ovčáčka převážně reaguje na aktuální události na české politické scéně. Především v začátcích bylo časté sdílení článků z on-line zpravodajských médií a jejich komentování. V poslední době převažuje sdílení obrázků, nejčastěji fotomontáží, a textového komentáře k nim. Autor neváhá použít vulgarismy, ne však jako invektiva proti konkrétním osobám.



Z hlediska typu příspěvků autor zveřejňuje odkazy (8 %), obrázky (46 %), textové statusy (45 %) a videa (1 %), přičemž největší ohlas, tedy počet reakcí, komentářů a sdílení, vykazují videa (průměrně 3 254). Příspěvky s největším ohlasem uvádím v tabulce 6.

Pořadí	Počet reakcí	Text	Zveřejnění
1.	18608	Čemu konkrétně jste na mé výzvě jděte volit a nemyslete u toho prdelí nerozuměli?	21.10.2017 15:16
2.	14860	Ano na jednu stranu přiznávám že pan prezident složil slib aniž by položil ruku na Ústavu. Ale na druhou stranu kdo z vás by byl ochotný sáhnout si na hadr se kterým si předtím opakovaně vytřel prdel?	08.03.2018 17:36
3.	13236	Angela Merkel byla radami pana prezidenta nadšená. Rozhodla se že po vzoru Česka s platností od 1. října v Německu uzavře hranice sníží všechny mzdy na třetinu z dálnic nechá otevřenou jen jednu (ale zadělá ji stavebními uzavírkami) na desetinu Němců uvalí	21.09.2018 16:29

⁹⁸ Zdroj obrázku: *Seekmetrics* [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z:

<https://seekmetrics.com/insights/facebook/485320041606066/2018-01-02/2018-11-22>

⁹⁹ Vypracována na základě exportu příspěvků a souvisejících dat do formátu MS Excel .xls. Export vytvořen pomocí analytického nástroje *netvizz*.

		<p>nesplacitelné exekuce jídlo v regálech obchodů nahradí průmyslovými zbytky se slušivými obaly úspěšné firmy nechá napůl rozkrást a napůl prodat do zahraničí zakáže obnovitelné zdroje energie a místo nich rozmrdá Německo povrchovými uhelnými doly losem náhodně vybranou polovinu univerzit nahradí učňáky nechá vykácet bavorskou část Šumavy zajistí zpoždění poblití a rozbití všech vlaků Deutsche Bahn (včetně demontáže klimatizace) z krajiny nechá vykácet veškeré stromy a křoví aby z ní byla holá placka co neudrží vodu a nic na ní nevyroste a nakonec se vzdá svého kancléřského křesla ve prospěch libovolného uzenkového miliardáře s původem někde z východní Evropy disponujícího zkušenostmi komunistického práškače. Německo čeká zlatá éra.</p>	
4.	13220	<p>Dneska budeme koupat.</p> 	20.03.2018 10:21
5.	13192	<p>Pan prezident se v rámci družby našich národů rozhodl podepsat do návštěvní knihy v Nankingu čínským znakovým písmem.</p> 	16.05.2017 11:53

Tabulka 6: Příspěvky stránky Jiří Ovčáček, které získaly v součtu nejvíce reakcí.¹⁰⁰

3.2.4 Pohledem autora

S autorem stránky jsem se za účelem spolupráce na této práci spojil poprvé v roce 2016. Finálně jsme se domluvili v květnu 2017, následně jsem od něj obdržel obsáhlou odpověď na zasláné otázky (bez úpravy):

¹⁰⁰ Zdroj: vlastní zpracování, aktualizováno k 12.12.2018.

Můžete alespoň naznačit, kdo jste, případně čím se zabýváte (profesně nebo i ve volném čase, pokud to souvisí s Vaší aktivitou na sociálních sítích)?

Pocházím z východních Čech, je mi třicet let, mám rodinu, na Masarykově univerzitě studuji postgraduální studium. Aktuálně mě živí práce v projektu jednoho z ministerstev.

Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?

Tak jako velká část příslušníků mé generace, i já prokrastinuji na sociálních sítích. Čtu, komentuju, zakládám skupiny a stránky. To, že jsem založil fejkový účet Jiřího Ovčáčka nebylo nikterak plánované. Prostě se mi chtělo. Pravděpodobně to tehdy bylo v reakci na nějaký jeho kousek, ale přesně už si to nepamatuju, jsou to už víc než tři roky. Že bude tato stránka úspěšná tak, jak je, jsem nečekal. Podobných legráček mám na kontě hromadu. Osobně popularitu účtu nepřikládám ani tak vlastní výjimečné vtipnosti jako spíš poptávce po parodování skutečného Ovčáčka.

Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj? (chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)

Jiří Ovčáček jako soukromá osoba mě upřímně nezajímá, není ničím zajímavý (snad jen úspěchem dostat se navzdory své neschopnosti a průměrnosti na tak vysoký post, jaký zastává). Fenomén Jiřího Ovčáčka jako mediální chiméru ale považuju příznačný vzhledem k současným posunům (nejen) v české politice. Jeho způsob práce s informacemi a fakty je tak tragický, až je to (občas) třeslutě legrační. Často nevím, jestli jsem za jeho dosazení do funkce na prezidenta zlobím nebo jestli ho lituju.

Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?

Podobných účtů mám víc, jak už jsem uvedl výše. Za zmínku stojí například účet falešné ruské ambasády, který vešel ve známost před několika týdny a který zamotal hlavy pracovníkům ruského ministerstva zahraniční. To už byla akce výrazně plánovanější než parodování mluvčího prezidenta. Mimo sociální sítě se dezinformacím věnuju ve své dizertaci, kde je samozřejmě nechápu už jen jako zdroj zábavy, ale jako reálné riziko pro současnou společnost.

Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?

Když zakládám na facebooku novou stránku, používám dva nástroje, které mi umožňují na ni upozornit: jednak jejím jménem komentuji významnější stránky, jednak používám své úspěšnější stránky, po kterých vypustím zmínku, která už si své čtenáře najde. Nikdy jsem nepoužil placenou reklamu, veškerý zájem o mé stránky byl čistě virální.

Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?

Jiří Ovčáček mě nikdy nekontaktoval, ani já jeho. Tlaky ale přicházely – jak od běžných anonymních uživatelů sítě, kteří více či méně úspěšně nahlašují mé nepohodlné příspěvky a snaží se o jejich odstranění, tak od konkrétní lidí, kterých jsem se nějakým příspěvkem dotkl (například jsem zveřejnil konverzaci s nimi). Psal jsem si i právníky, bylo mi opakovaně vyhrožováno žalobou (jestli byla nějaká nakonec podána, nevím, ale ke mě samotnému se od Policie nic nedostalo; jsem přesvědčený, že ani dostat nemůže, dávám si dobrý pozor na to, abych nedošel za hranu zákona)

Čelili jste snahám o zrušení účtu?

K účtu Jiřího Ovčáčka už jsem se vyjádřil v otázce výše (tj. tlak přicházel od různých soukromých osob). Oficiální tlak jsem zažil při provozování účtu falešné ruské ambasády. Tam zapůsobil samotný Roskomandzor, instituce ruské vlády zaměřená na cenzuru internetu. A tlak to musel být mimořádně silný, celkově dosáhli tří odstavení stránky a nakonec jejího úplného odstranění (tzn. aktuálně se k obsahu zrušené stránky už nedostanu ani já jako administrátor, stránka kompletně zmizela, jako by nikdy nebyla). A to je něco, co považuju za mimořádně nebezpečné, když může vláda země šířící dezinformace rušit satirické stránky v jiných zemích.

Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíš s pozitivními nebo negativními? Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi? Nebo naopak s něčím úsměvným?

Na tuto otázku jsem částečně odpověděl už výše. Častěji se setkávám s pozitivními reakcemi, ale to je do určité míry dáno i tím, že lidi, kteří mi vadí, většinou jednoduše blokuju. Je mi celkem jedno, co si o tom kdo myslí, nejsem veřejná instituce, která musí mít k dispozici knihu přání a stížností. Tím chci říct, ze svých haterů si kromě legrace nic nedělám, беру je jako otravnou součást reality na sociálních sítích a umím si s nimi poradit.

3.2.5 Přijetí falešných profilů Jiřím Ovčáčkem

Skutečný hradní mluvčí Jiří Ovčáček je aktivním příspěvatelem na sociálních sítích. Znamé jsou minimálně 3 jeho účty na Twitteru: @PREZIDENTmluvci, @CUTIZpravy a @ovcacek. Dle samotného Ovčáčka, který profily spravuje sám¹⁰¹, je první profil jeho oficiálním, druhým „politicky nekorektně“ reaguje na aktuální dění a třetí je jeho privátním. Na Facebooku měl delší dobu pouze neveřejný osobní profil, v lednu 2016 však začal publikovat veřejně i zde, na stránce @jiri.ovcacek1979. Všechny jeho profily jsou soukromé z toho pohledu, že vyjadřují pouze soukromé názory a komentáře osoby Jiřího Ovčáčka a nejedná se tak o oficiální komunikační kanály Hradu ani jiné instituce.

Za účelem zjištění názoru Jiřího Ovčáčka na aktivity anonymních autorů, kteří na internetu využívají jeho identitu, jsem mluvčího prezidenta v roce 2016 oslovil na jeho veřejně dostupné e-mailové adrese se žádostí o spolupráci. Ta se však nedočkala reakce, proto jsem ji zopakoval o rok později. Tentokrát se podařilo vyjádření Jiřího Ovčáčka získat, jeho přepis proto zveřejňuji níže (bez úpravy).

Víte o existenci „falešných“ profilů na sociálních sítích, které píší Vaším jménem a tím Vás parodují?

O těchto falešných profilech na Facebooku a Twitteru vím. Pokud probíhá politická krize, zvyšují aktivitu a přibývá jich. Ale to není nic nestandardního.

Jak tyto profily vnímáte? Uráží Vás, nebo Vás naopak baví?

V moderní době jsou nedílnou součástí politického prostoru. Někdy jde o vtipné poznámky. Tudíž mne tyto aktivity neuráží.

Způsobili Vám tvůrci těchto profilů svou aktivitou někdy nějaké potíže? (Např. musel jste někdy vysvětlovat, že příspěvky na těchto profilech nepochází od Vás?)

Žádné závažné potíže. Snad jen jednou jsem musel ozřejmit situaci jedné novinářce. Veřejnost sama mne na falešné profily upozorňuje.

Podnikl jste proti existenci těchto profilů nějaké kroky? Jaké? Případně zvažujete to?

Nepodnikl a nehodlám nic takového činit.

¹⁰¹ Politická korektnost: Ovčáček spustil nekorektní účet na Twitteru. Jeho účel není jasný. HlídacíPes.org [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/politicka-korektnost-ovcacek-spustil-nekorektni-ucet-na-twitteru-jeho-ucel-neni-jasny/>

3.2.6 Kvantitativní komparativní analýza falešného a oficiálního facebookového profilu Jiřího Ovčáčka

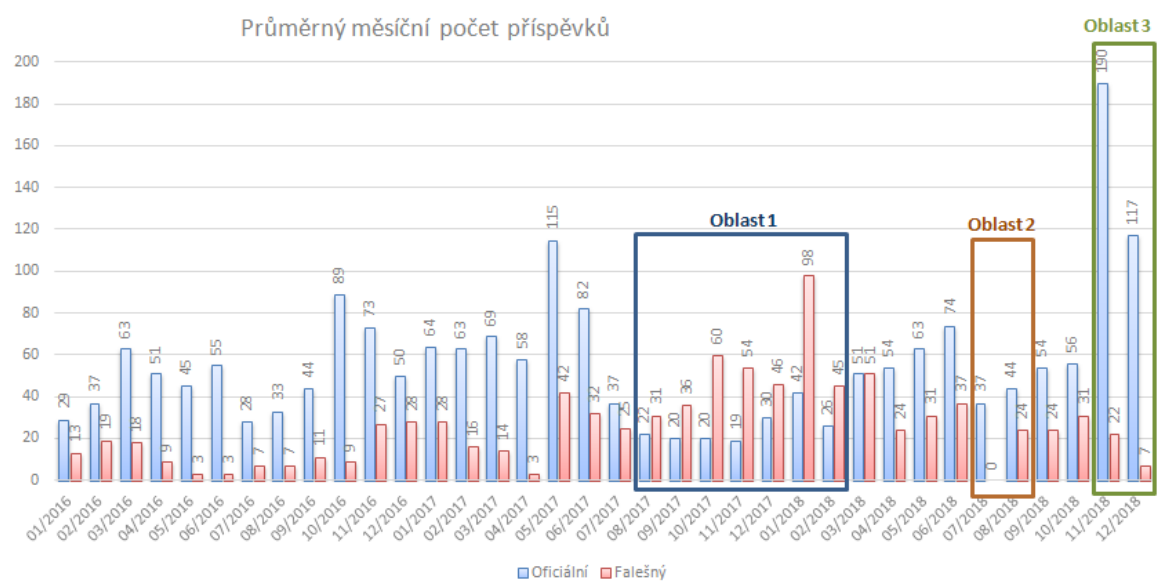
Tato kapitola má za cíl na základě kvantitativních dat získaných metodou popsanou v části 2.3 srovnat dva facebookové profily a interpretovat výsledky.

Vzorkem pro tuto analýzu jsou všechny příspěvky, které zveřejnili autoři obou zmíněných facebookových skupin v období od 7. 1. 2016 – 16. 12. 2018. Toto rozmezí bylo vybráno z toho důvodu, že existovaly souběžně oba profily (oficiální byl založen 6. 1. 2016, falešný existuje delší dobu).

Na začátek je třeba stanovit výzkumné otázky, na které chceme touto analýzou odpovědět.

- 1) Který z profilů vykazuje vyšší aktivitu.
- 2) Projevilo se období prezidentských a parlamentních voleb na aktivitě obou autorů?
- 3) Skutečný Jiří Ovčáček je profesionál, který komentuje (i když soukromě) záležitosti pracovního charakteru a dalo by se tak očekávat, že bude aktivnější v pracovní dny, zatímco o víkendu bude chtít od politických témat odpočívat. Falešný profil pak je volnočasová aktivita a je tak možné očekávat vyšší procento příspěvků o víkendu. Je tato hypotéza pravdivá?
- 4) Dle stejné úvahy jako u otázky č. 2 lze očekávat, že skutečný Jiří Ovčáček bude aktivnější během dne, zatímco falešný profil bude aktivnější večer. Lze potvrdit tuto hypotézu?
- 5) Liší se nějak typ příspěvků, který oba autoři zveřejňují?
- 6) Který z profilů vyvolává větší počet reakcí u zveřejněných příspěvků?

Stručná odpověď na otázku ohledně obecně aktivnějšího profilu je relativně jednoduchá. Zkoumané období je dlouhé 1074 dní nebo 36 měsíců (po zaokrouhlení). Za tuto dobu zveřejnil oficiální profil 2001 příspěvků a falešný 1083. Skutečný Jiří Ovčáček tak vykazuje o 85 % vyšší průměrnou aktivitu. Tímto bychom mohli odpověď ukončit. Nicméně je třeba vzít v potaz fakt, že falešný profil byl, jak bylo zmíněno dříve, na určitou dobu pozastaven – konkrétně v období 27. 6. – 10. 8. 2018. Vyjmeme tedy ze vzorku skutečného profilu příspěvky zveřejněné v této periodě. Dostaneme číslo 1954, což představuje pokles o 5 procentních bodů v ukazateli průměrné aktivity.



Obrázek 8: Průměrný měsíční počet příspěvků¹⁰²

Při pohledu na sloupcový graf s detailnějším rozpracováním aktivity autorů po jednotlivých měsících lze pak vypočítat tři abnormální oblasti. Zvýrazněná oblast od srpna 2017 do února 2018 se vymyká tím, že aktivnější je v tomto období naopak falešný profil. To je způsobeno jednak podprůměrnou aktivitou Jiřího Ovčáčka (měsíční průměr za celé sledované období je zhruba 55 příspěvků, těch nedosáhl ani v jednom z těchto měsíců) a na druhou stranu nadprůměrnou aktivitou autora falešného profilu (dlouhodobý měsíční průměr 30 příspěvků, ten je překročen v každém z těchto měsíců). Důvod je nasnadě a odpovídá zároveň na další z položených otázek – jednalo se o období před prezidentskými volbami a těsně po nich a zároveň v tomto období probíhaly volby parlamentní. Dá se tak usuzovat, že Jiří Ovčáček se v této periodě více věnoval pracovním povinnostem a správa soukromého profilu nebyla jeho prioritou. Naopak tvůrce falešného profilu, jehož neaktivnějším měsícem z celého období byl právě volební leden 2018, měl dostatek témat pro politickou satiru.

Oblast 2 poukazuje na zmíněné období, kdy byl falešný profil zrušen. Tento fakt tak vysvětluje nulový počet příspěvků v červenci 2018, který je z grafu patrný.

Oblast 3 pak znázorňuje nebývale vysokou aktivitu Jiřího Ovčáčka v posledních dvou měsících roku 2018, přičemž data zachycují pouze polovinu prosince. Tento výkyv v počtu příspěvků v závěru roku nelze pozorovat v jiném roce zkoumaného období. Zevrubný pohled na témata Ovčáčkem zveřejňovaná v tomto období nenasvědčuje tomu, že by

¹⁰² Zdroj obrázku: vlastní zpracování

některé z nich výrazněji rezonovalo a vytvořilo tak tento prudký nárůst. Vysvětlení tak je možné hledat v porovnání Ovčáčkovy aktivity na dvou sociálních sítích v tomto období. A zde již výsledky patrné v tabulce naznačují, že za nárůstem na Facebooku je propad na hlavním twitterovém účtu mluvčího @PREZIDENTmluvci. Je patrné, že v obou měsících zvýšené aktivity na Facebooku nedosahuje průměr počtu příspěvků vyšších hodnot než ve zbylých měsících¹⁰³. Zákonitě tak celkový průměrný počet příspěvků za předchozí měsíce převyšuje celkový průměrný počet příspěvků v těchto dvou měsících, a to téměř o polovinu.

měsíc	Ø příspěvků denně	Ø denní aktivita v období
květen '18	16,00	14,49
červen '18	12,83	
červenec '18	17,58	
srpen '18	11,87	
září '18	13,40	
říjen '18	15,52	10,00
listopad '18	10,07	
prosinec '18	9,90	

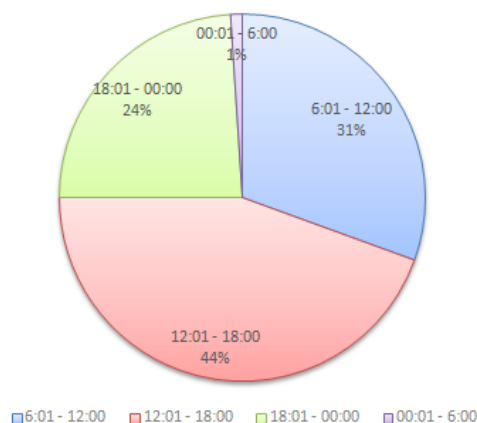
Tabulka 7: Průměrný počet příspěvků za den na účtu @PREZIDENTmluvci¹⁰⁴

Až následující měsíce napoví, zda se jedná o krátkodobý výrazný výkyv, nebo Jiří Ovčáček skutečně přesouvá své internetové aktivity na Facebook na úkor Twitteru.

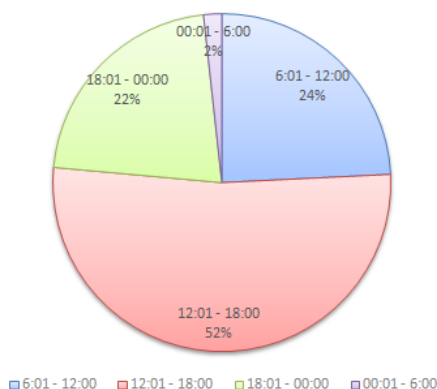
Dalším cílem je potvrdit nebo vyvrátit stanovenou hypotézu o aktivitě v průběhu denní doby. Pro větší vypovídající hodnotu byly ze vzorku odstraněny příspěvky zveřejněné o víkendu. Zbylé příspěvky ze všedních dnů byly rozděleny do čtyř stejně dlouhých časových období reprezentujících dopoledne, odpoledne, večer a noc. Na základě tohoto rozdělení pak byly vypracovány grafy prezentované na obrázcích 9 a 10.

¹⁰³ z důvodů omezení dostupných nástrojů, které zmiňuji dříve v této práci, je v tomto případě vzorkem posledních 3200 příspěvků profilu, přičemž nejstarší je z května 2018

¹⁰⁴ Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 9: Falešný profil - příspěvky dle části všedního dne¹⁰⁵



Obrázek 10: Skutečný profil - příspěvky dle části všedního dne¹⁰⁶

První pohled na grafy ukáže, že rozložení publikace příspěvků je u obou autorů podobné. Nepříliš překvapivé je zjištění, že nejmenší procento příspěvků je zveřejňováno v nočních hodinách. Shodně nejvyšší aktivitu naopak vykazují oba autoři odpoledne, přičemž mezi 12. a 18. hodinou je o 8 procentních bodů aktivnější Jiří Ovčáček. Druhé nejplodnější období u obou autorů je ráno, o 7 procentních bodů vyšší podíl publikace vykazuje naopak falešný profil. Nicméně hypotézu o významně vyšší aktivitě autora satirické stránky se potvrdit nepodařilo, jelikož na obou vychází zhruba $\frac{3}{4}$ příspěvků v pracovní části dne (s určitou tolerancí). Za zmínku na okraj pak stojí fakt, že vzhledem k výše uvedenému publikují oba autoři s největší pravděpodobností během své pracovní doby, ačkoli ani pro jednoho se nejedná o pracovní aktivitu.

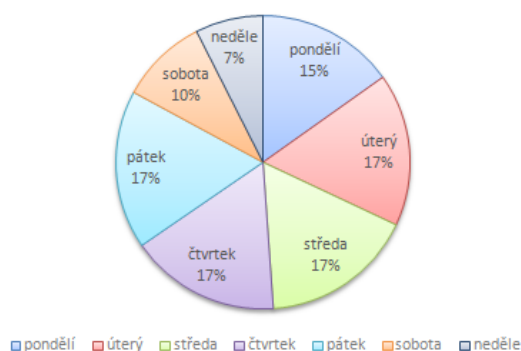
Obdobným způsobem byly podrobeny analýze příspěvky z hlediska dne v týdnu, kdy byly publikovány – viz obrázky 12 a 13. Podíl víkendových dní je u obou profilů shodný, pouze s opačným poměrem soboty a neděle. I rozložení v rámci ostatních dnů je u

¹⁰⁵ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

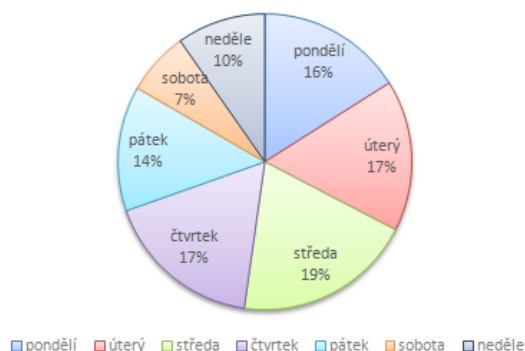
¹⁰⁶ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

obou autorů navzájem podobné, stejně tak nijak výrazněji nevybočuje aktivita v některém z pracovních dnů. Zajímavé je, že v součtu dvou víkendových dní publikují oba autoři podobně jako během jednoho dne pracovního. To s největší pravděpodobností vypovídá o trávení volného času mimo dosah sociálních sítí.

Nepodařilo se tedy ověřit hypotézu, že Jiří Ovčáček bude aktivnější ve všední dny a autor falešného profilu o víkendech.



Obrázek 11: Falešný profil – příspěvky dle dnů v týdnu¹⁰⁷



Obrázek 12: Skutečný profil – příspěvky dle dnů v týdnu¹⁰⁸

Dále byla předmětem analýzy otázka na poměr jednotlivých typů příspěvku. Oba autoři shodně využívají čtyři – odkaz, obrázek, status a video. Jak je možné vidět na obrázcích 13 a 14, shodně nejméně využívaným typem je video.

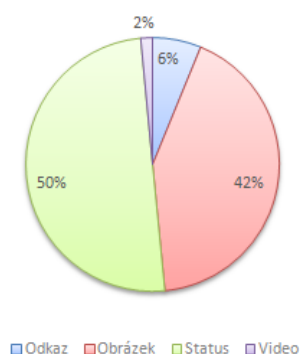
Na opačném konci pak je u Jiřího Ovčáčka obrázek – často, v průměru téměř přesně jednou za den, zveřejňuje fotografie, převážně z aktuálních cest a setkání prezidenta Zemana. Druhým nejčastějším typem je odkaz – převládají odkazy na zpravodajské weby, mezi nimiž mají nejčastější zastoupení parlamentnilisty.cz a novinky.cz. Zprávy často doplňuje svým krátkým komentářem nebo citací z článků. Mezi dalšími odkazy jsou

¹⁰⁷ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

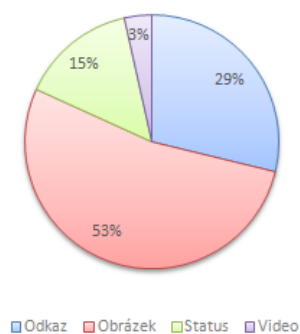
¹⁰⁸ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

významně zastoupeny ty vedoucí na hradní stránky, kde jeho obor zveřejňuje tiskové zprávy.

Falešný profil naopak nejčastěji, konkrétně z 50 %, sdílí textové statusy, které jsou z výrazné většiny původní, tedy nejedná se o přejímání existujícího obsahu.¹⁰⁹ 42 % příspěvků pak tvoří obrázky. Zde se nejčastěji objevují fotomontáže nebo koláže, v mnoha případech pravděpodobně také autorské, nicméně kvůli množství sdílení není vždy možné dohledat jejich původ. Druhým častým typem obrázků pak jsou satirické komentáře u autorem nijak neupravených fotografií Miloše Zemana.



Obrázek 13: Falešný profil – rozložení příspěvků dle typu obsahu¹¹⁰



Obrázek 14: Skutečný profil – rozložení příspěvků dle typu obsahu¹¹¹

Poslední část této analýzy se bude zabývat aktivitou komunity kolem obou stránek. Jak již bylo uvedeno dříve, fanoušků stránky skutečného Jiřího Ovčáčka je aktuálně¹¹² násobně méně – při zaokrouhlení je poměr zhruba 1:6 a i v minulosti byl tento poměr výrazně nakloněn ve prospěch satirické stránky¹¹³. Projevuje se tento rozdíl i v reakcích na zveřejněné příspěvky?

¹⁰⁹ Ověřeno na namátkou vybraných 35 statusech metodou vyhledávání podobného obsahu.

¹¹⁰ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

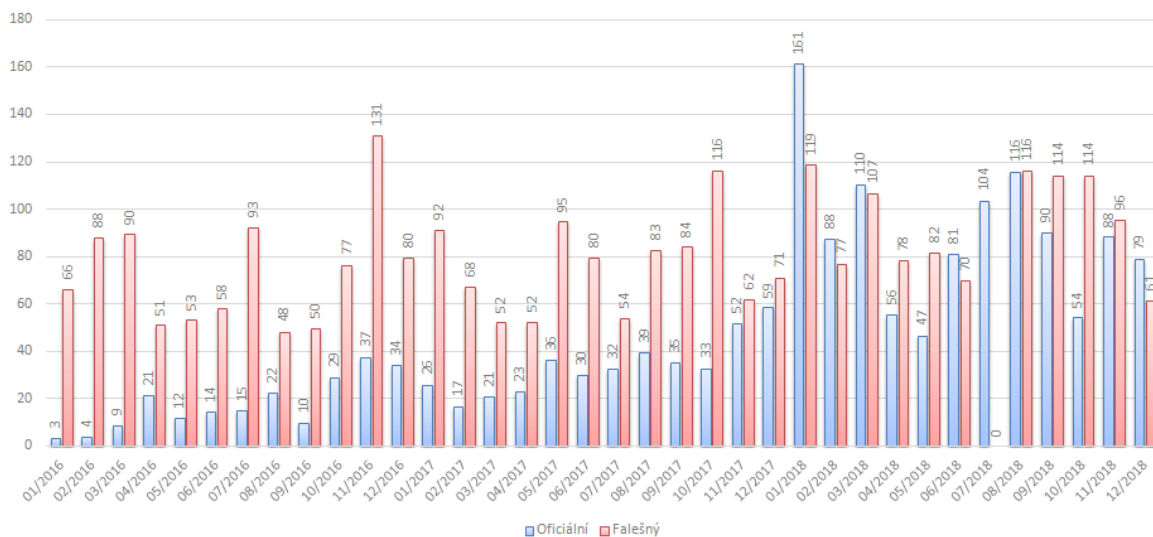
¹¹¹ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

¹¹² prosinec 2018

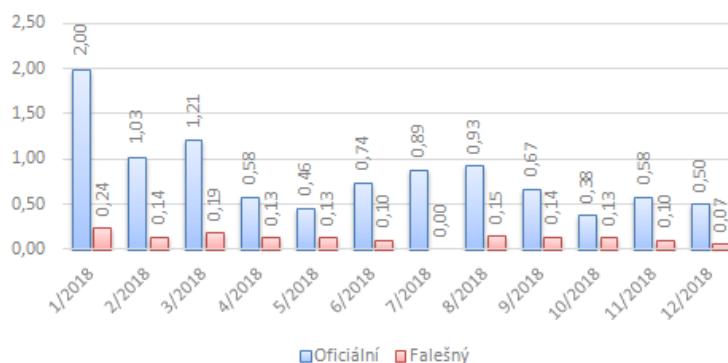
¹¹³ dle vlastního pozorování autora

Z grafu na obrázku 15 lze vypočítat, že množství komentářů nereflexuje šestinový počet fanoušků u skutečného profilu. Jinými slovy, že na oficiálním profilu probíhá aktivnější diskuse v porovnání s falešným. Patrné je to hlavně od listopadu 2017, kdy začalo období, v němž přes šestinovou fanouškovskou základnu má v průměru jeden příspěvek na oficiální stránce srovnatelný počet komentářů jako na satirické.

Detail roku 2018 na obrázku 16 pak poskytuje ještě přesnější pohled, z něhož je patrné, že např. v lednu tohoto roku komentovali každý příspěvek Ovčáčkova profilu 2 fanoušci ze 100, zatímco u falešného toto číslo dosahuje téměř desetinové hodnoty. I průměrný počet komentářů na 100 fanoušků vyznívá v každém měsíci po celý rok výrazně příznivěji pro oficiální účet.



Obrázek 15: Průměrný počet komentářů na jeden příspěvek¹¹⁴

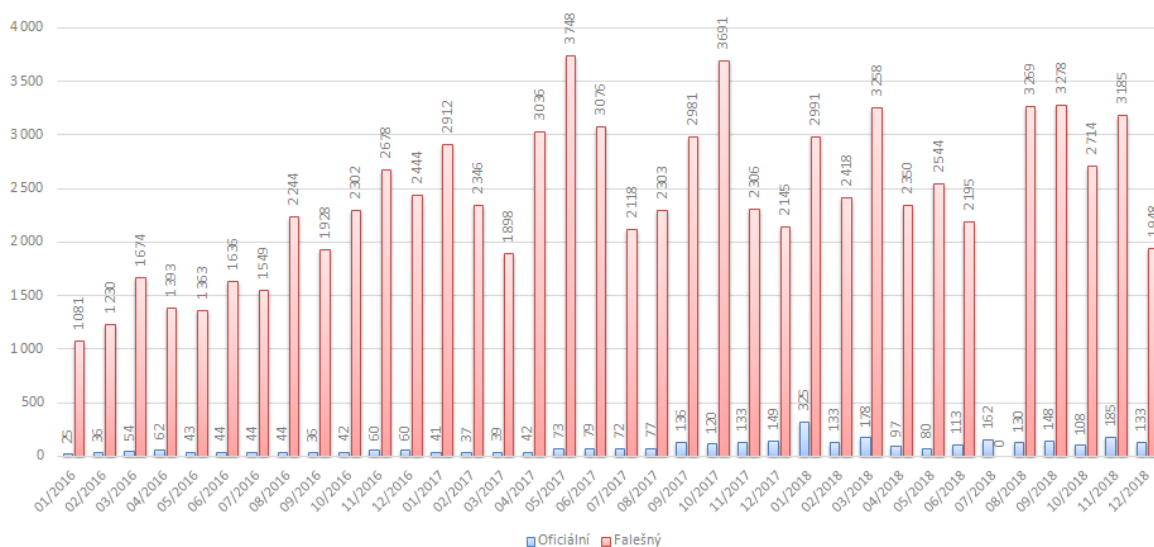


Obrázek 16: Průměrný počet komentářů k příspěvku na 100 fanoušků – detail 2018¹¹⁵

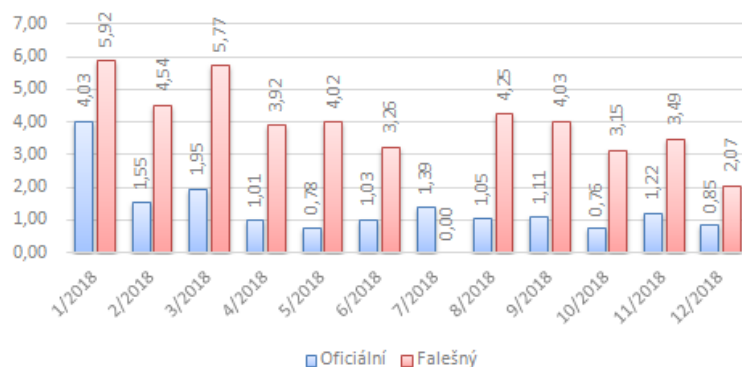
¹¹⁴ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

Podobnému rozboru teď podrobíme reakce u příspěvků, tedy lajky a další emotikony, kterými lze každý ohodnotit. Z grafu na obrázku 17 je na první pohled patrné, že zde je situace opačná a vyznívá příznivěji pro falešný profil, který má v průměru řádově tisíce reakcí, zatímco oficiální profil hradního mluvčího pouze desítky nebo nižší stovky. Jedinou výjimkou je červenec 2018, kdy byl ale satirický profil pozastaven.

Relevantnější data poskytuje detail roku 2018 v grafu na obrázku 18, jelikož bere v potaz i aktuální počet fanoušků v daném měsíci. I ten ale potvrzuje výše uvedené – konstantně vyšší počet reakcí vykazují příspěvky na satirickém profilu – například v květnu tu ze 100 fanoušků na každý příspěvek 4 lidé, zatímco oficiální profil „zaujal“ jen 0,78 fanouška ze 100.



Obrázek 17: Průměrný počet reakcí na jeden příspěvek¹¹⁶



Obrázek 18: Průměrný počet reakcí u příspěvku na 100 fanoušků¹¹⁷

¹¹⁵ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

¹¹⁶ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

Metrika využitá v grafech na obrázcích 15 a 17 je podobná tzv. metrice „engagement rate“ (s tím rozdílem, že do ní často bývá započítán součet všech komentářů, reakcí a sdílení) a je často využívána v marketingu nebo analýzách sociálních médií. Bohužel nelze dostupnými metodami odlišit, zda reakci nebo komentář zanechal fanoušek stránky nebo někdo, kdo mezi fanoušky není a příspěvek se k němu dostal jiným způsobem. Nicméně vzhledem k tomu, že tyto podmínky jsou shodné u obou zkoumaných profilů, lze popsané výsledky s určitou mírou tolerance považovat za vypovídající a dostačující pro účel tohoto typu analýzy.

3.3 Falešný profil Kardinála Vlka @kardinalvlk

3.3.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

Druhým největším falešným twitterovým profilem je @kardinalvlk, který publikoval jménem kardinála Miloslava Vlka. Sleduje jej 11,6 tisíce uživatelů (data ke konci roku 2018; o zhruba 1000 uživatelů méně, než v první polovině roku 2017). Sám Vlk, který osobně byl na sociálních sítích aktivní, tento falešný profil sledoval.¹¹⁸

V lednu 2017, kdy se začalo veřejně mluvit o kardinálově onemocnění rakovinou plic, se autor rozhodl z respektu k němu v této činnosti nepokračovat a nové příspěvky tak již nezveřejňuje. Profil je však stále funkční, i přes Vlkovu smrt v březnu 2017.

První příspěvek byl na profilu zveřejněn 2. září 2010. Mezi roky 2012 a 2014 však byl účet pozastaven na základě nahlášení samotným Miloslavem Vlkem. Ten původně bral tuto recesi s úsměvem, postupem času mu však došla trpělivost a autora profilu měl dokonce v úmyslu žalovat za poškozování jména. Nakonec však přistoupil pouze k žádosti o blokaci profilu, které provozovatelé sociální sítě vyhověli.¹¹⁹

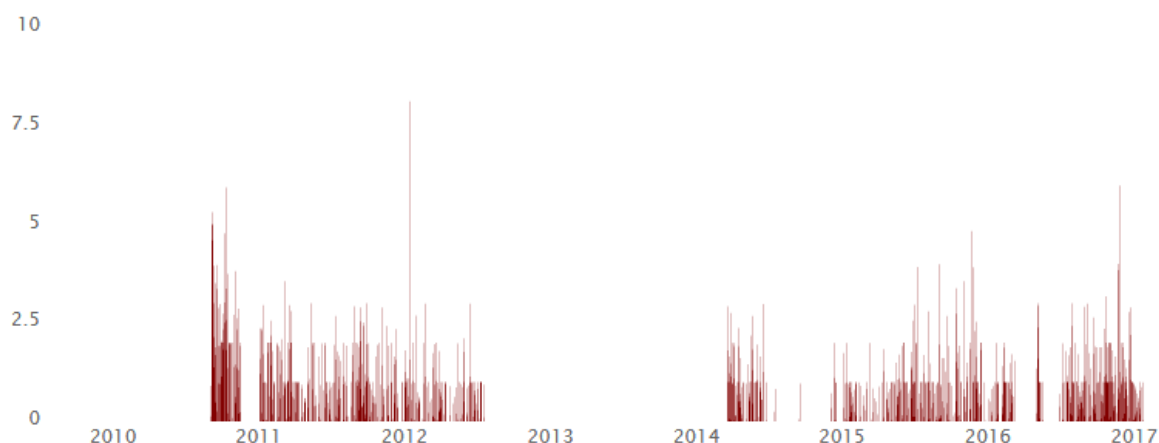
O oblíbenosti tohoto profilu vypovídá i to, že o jeho zrušení informoval například i jeden z největších českých zpravodajských serverů Lidovky.cz. Skutečný kardinál Vlk pak získal v cenách českého internetu Křišťálová Lupa 2012 5. místo v kategorii Anticena za zrušení

¹¹⁷ Zdroj obrázku: vlastní zpracování

¹¹⁸ Skutečný kardinál Vlk: Účet @kardinalvlk na Twitteru sleduji, zvažoval jsem žalobu. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/skutecny-kardinal-vlk-ucet-kardinalvlk-na-twitteru-sleduji-zvazoval-jsem-zalobu/>

¹¹⁹ Stížnost ukončila falešného Vlka na Twitteru, knížecí recese jede dál. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. ISSN 1213-1385. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/kardinalova-stiznost-ukoncila-falesneho-miloslava-vlka-na-twitteru-knizeci-recese-jede-dal-gyq-/media.aspx?c=A120815_160322_ln-media_mev

tohoto profilu.¹²⁰



Obrázek 19: Graf počtu zveřejněných příspěvků za den se zjevným výpadkem mezi roky 2012 a 2014¹²¹

Za celou dobu existence stránky autor publikoval 943 příspěvků. Každý z nich získal v průměru 30 lajků (medián pouze 7) a byl téměř dvanáctkrát retweetnut (medián 12). Průměrně profil vykazoval 0,3 příspěvku za den, na tomto čísle se ale projevila zmíněná dvouletá nečinnost.

S velkým náskokem nejúspěšnějším příspěvkem je ten poslední, kterým autor oznamuje ukončení činnosti profilu. Níže žebříčky dalších populárních tweetů z pohledu lajků a retweetů.

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	1135	Člověk by měl vědět, kdy přestat. Panu Kardinálovi přeji vše nejlepší a vám sbohem. Měl jsem vás rád! ♥♥♥ https://t.co/lXfla1EEeJ	2017-01-23 08:34:25
2.	629	Elektronická evidence hříchů (EEH) je nový systém, od něhož si církev slibuje především účinnější správu pokání a lepší výběr odpustků. #EET	2016-11-28 09:43:41
3.	578	Co teprve U Fleků v roce 1560. Člověk měl v měsíci groš, v puse 3 zuby, ale pečený holub chutnal jako holub a místo éček řádil v ulicích mor.	2017-01-16 13:42:00
4.	441	Na to zareaguje slušný katolík jediným způsobem: #JeSuisLidl https://t.co/bywP73tfhh	2017-01-04 12:57:25
5.	336	Dám 100.000 tomu, kdo v Bibli objeví větu, že je Satan džentlman. S jistotou jsem ji četl, ale biskup Malý ji nemůže, nebo nechce, najít :(2015-06-25 07:20:28

¹²⁰ Křišťálová Lupa 2012 - Výsledky. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <https://kristalova.lupa.cz/2012/vysledky/>

¹²¹ Zdroj obrázku: *Free Twitter analytics* [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: tweetchup.com

Tabulka 8: TOP 5 příspěvků účtu @kardinalvlk z pohledu počtu lajků¹²²

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	288	Neznám nic lepšího než spustit uprostřed kázání "Lorem ipsum dolor sit amet..." lidé se křížují, mumlají a my se máme čím večer bavit u vína	2012-06-20 13:33:01
2.	183	Říkám si, že když Ježíš nasýtil hladový dav chlebem a dvěma rybami, šlo o takový biblický prototyp torrentu. Pekaře a rybáře jistě nepotěšil	2012-02-06 11:09:13
3.	175	Elektronická evidence hříchů (EEH) je nový systém, od něhož si církve slibuje především účinnější správu pokání a lepší výběr odpustků. #EET	2011-12-28 9:43:41
4.	172	Můj návrh mazat hříchy za check-in v kostele či na významném poutním místě se nesetkal s pochopením. Duka prý na gamifikaci církve nevěří :(2011-12-08 16:08:14
5.	146	Dám 100.000 tomu, kdo v Bibli objeví větu, že je Satan džentlman. S jistotou jsem ji četl, ale biskup Malý ji nemůže, nebo nechce, najít :(2015-06-25 07:20:28

Tabulka 9: TOP 5 příspěvků účtu @kardinalvlk z pohledu počtu retweetů¹²³

Při důkladnějším pohledu na obsahovou stránku profilu vychází najevo, že rozsah témat, kterým se autor věnuje, je velmi široký. Oproti falešnému profilu Karla Schwarzenberga se nejedná o úzké zaměření na aktuální politické události. Spíše s inteligentním humorem a nadsázkou komentuje aktuální témata z mnoha oblastí – od počasí, přes sport, až po aktuální trendy typu hry Pokémon GO nebo operační systémy mobilních zařízení, což ve spojení se jménem vysokého církevního představitele působí poněkud bizarně.

Ve většině příspěvků ale lze najít spojení s církevní tematikou, přičemž náboženskou terminologii autor zjevně ovládá velmi dobře. Samotný Miloslav Vlk se v jednom z rozhovorů vyjádřil, že podle jeho podezření se může jednat přímo o „člověka zevnitř“. To se mi však podařilo prakticky vyvrátit, jelikož autor se v dotazníku, který vznikl za účelem této práce, přímo vyjádřil, že toto podezření jej pobavilo a že sám má k náboženství a církvím spíše antipatický vztah a k samotnému Vlkovi zpočátku kritický, až nenávislný.

Při srovnávání počtu lajků a retweetů konkrétních příspěvků s daty z první poloviny roku 2017 (předchozí verze práce) je možné vypořádat jejich částečný úbytek, převážně v řádu jednotek – např. nejoblíbenější příspěvek měl 14. 5. 2017 1 150 lajků a při aktualizaci v prosinci 2018 jich má 1 135. Je velmi nepravděpodobné, že by uživatelé

¹²² Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

¹²³ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

manuálně odebírali příspěvkům dříve udělené srdíčko nebo rušili retweet. Zřejmé vysvětlení je tak jiné – Twitter ruší po určité době neaktivity svým uživatelům účty¹²⁴, tudíž tento kvantitativní úbytek je způsoben zrušením těch, jejichž majitelé na dané příspěvky reagovali. Stejnou situaci lze vyzorovat i u dalších falešných profilů a lze tímto také částečně vysvětlit postupný úbytek počtu followerů u některých profilů z výběru TOP.

3.3.2 Pohledem autora

V květnu 2016 jsem přes Twitter a následně e-mailem oslovil autora tohoto profilu se žádostí o spolupráci na této práci. Po odsouhlasení mu byly zaslány stejné otázky, jako ostatním autorům, na které 5. 5. 2016 zaslal odpovědi. Níže nabízím doslovné znění (bez úprav).

Můžete alespoň naznačit, kdo jste, případně čím se zabýváte (profesně nebo i ve volném čase, pokud to souvisí s Vaší aktivitou na sociálních sítích)?

Jsem muž na hranici středního věku s 2 dětmi a 2 kočkami. Profesně se věnuji digitálnímu marketingu a komunikaci – obojí mě živí již několik let. Aktivity kolem Kardinála jsou čistě soukromou rozjařilou aktivitou, osobním rozptýlením.

Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?

V době, kdy jsem účet zakládal, nebyly falešné účty na twitteru normou. V rámci českého twitteru jsem byl jeden z těch vůbec prvních, ne-li první. Na jednu stranu v tom byl právě profesní zájem, vyzkoušet si, zda a jak by něco takového v ČR fungovalo. Nechtěl jsem ale klasického politika, spíše politika netradičního, v tomto případě církevního představitele. Motivací byl i fakt, že k náboženství a církvím, mám spíše kritický vztah.

Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj? (chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)

Kardinála Vlka jsem vždy považoval především za politika – dáno i tím, že se společenské debaty účastnil na české poměry poměrně aktivně. Můj vztah byl z počátku krajně kritický, na hranice nepřátelství, ale prošel jistou evolucí. Nevím jak to přesně popsat, ale svým způsobem jsem si ho oblíbil. Racionálně samozřejmě chápu, že jde o projekci a že jsem si oblíbil především satirické alter ego, které jsem vytvořil, ale i tak mě to v rámci vztahu ke

¹²⁴ Inactive account policy. Twitter [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/inactive-twitter-accounts>

skutečnému kardinálovi ovlivnilo ☺

Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?

Ne. Několik lidí se mě k tomu snažilo přemluvit, občas to lákalo i mě samotného, ale úspěšně jsem pokušení odolal.

Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?

Čistě organicky. Nikdy jsem to nijak aktivně nešířil. K rozšíření došlo vesměs spontánně. Jak jsem již psal v době, kdy jsem začal fungovat, nebyly v ČR satirické účty na twitteru běžné. K rozšíření došlo rychle i tím, že se mnou začal interagovat poměrně vlivný uživatel, kterého v prvním momentu účet zmátl, což spustilo to, že se celá věc šířila virálně.

Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?

Ne. Několikrát se objevili nekonkrétní návrhy, zda bych účet nechtěl odprodat (pravděpodobně pro účely spamu ;), což jsem ale nikdy nezvažoval. Zároveň se po mně snažilo pátrat i Arcibiskupství a některá média. Překvapivě neúspěšně, protože mou identitu zná poměrně široký okruh lidí.

Čelili jste snahám o zrušení účtu?

Ano. Účet byl také po jisté době zrušen. Obnovení bylo poměrně složité a zdlouhavé, upřímně sám vlastně ani nevím, jak se mi to podařilo a obnovením účtu po X neúspěšných pokusech a dopisováním si s Twitterem jsem byl ve finále sám docela zaskočen.

Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíš s pozitivními nebo negativními? Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi? Nebo naopak s něčím úsměvným?

Především s pozitivními, byť chápu, že míra vkusnosti je u podobného účtu krajně subjektivní a spoustu lidem musí hýbat žlučí. Nejvtipnější v rámci reakcí a toho, co proběhlo tiskem je fakt, že lidé z Arcibiskupství v rámci nějaké paranooi věřili, že jde o někoho „zevnitř“, což celému příběhu dodává vtipné a bizarní kontury

3.3.3 Přijetí falešného profilu kardinálem Miloslavem Vlkem

Reakci samotného Vlka se mi v roce 2016 nepodařilo získat a v roce 2017 jsem již ze zjevných důvodů neměl možnost svůj pokus opakovat. Postoj kardinála je nicméně zřejmý z uvedených zmínek v médiích.

V roce 2012 v rozhovoru pro server Lupa.cz Vlk uvedl: „Samozřejmě recesistický účet kardinálvlk znám a již delší dobu ho se svými přáteli sleduji. V poslední době jsem se svými přáteli, mediálními odborníky a právníky zvažoval některé kroky, poněvadž to, co mi falešný uživatel účtu vkládal do úst, bylo často dehonestující, takže mohu mít oprávněné podezření, že mě chce poškodit...“¹²⁵ Jak již bylo zmíněno, svou snahu dokonál, jelikož krátce nato byl profil skutečně zablokován.

Z uvedených odpovědí autora je zřejmé, že obnovení profilu bylo výsledkem jeho snahy upravit jej tak, aby vyhovoval pravidlům Twitteru, tedy nebylo výsledkem domluvy s kardinálem. Vlkovu reakci na obnovení profilu se nepodařilo ve veřejně dostupných zdrojích dohledat.

3.4 Falešný profil OVB Allfinanz, a. s. @OVBparody

3.4.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

OVB Allfinanz, a.s. je mezinárodní firma, která poskytuje finanční služby a poradenství. V tomto oboru se v ČR jedná o jednu z největších společností. V minulosti se však nevyhnula několika aférám a žalobám hlavně kvůli klamavým obchodním praktikám a kontroverznímu chování některých zaměstnanců.^{126 127 128} V poslední době se OVB objevovala v médiích především v souvislosti se jménem dokumentaristy Jakuba Charváta a jeho filmem z roku 2015 Rada nad zlato, který je často uváděn s podtitulem „OVB je zlo“. Charvát v něm dokumentuje praktiky finančních poradců této společnosti. Ta se proti

¹²⁵ Skutečný kardinál Vlk: Účet @kardinalvlk na Twitteru sleduji, zvažoval jsem žalobu. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/skutecny-kardinal-vlk-ucet-kardinalvlk-na-twitteru-sleduji-zvazoval-jsem-zalobu/>

¹²⁶ Finanční poradci OVB dostali pětimilionovou pokutu. Za klamání klientů. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/financni-poradci-ovb-dostali-petimilionovou-pokutu-za-klamave-praktiky-1o5-/ekonomika.aspx?c=A160315_212828_ekonomika_nio

¹²⁷ Zemětřesení v OVB. Kvůli skandálům poradců končí tři vysokí manažeri. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/zemetreseni-v-ovb-kvuli-skandalum-poradcu-konci-tri-vysoci-manazeri-1i3-/zpravy-domov.aspx?c=A160914_153600_ln_domov_jzl

¹²⁸ OVB čelí žalobě ze strany sdružení Klienti Helvag. Investujeme.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/kratke-zpravy/ovb-celi-zalobe-ze-strany-sdruzeni-klienti-helvagu/>

filmu ohradila a na autora podala žalobu.¹²⁹

Na tomto místě považuji za vhodné konstatovat, že není účelem této práce ověřovat pravdivost stereotypů, které se v souvislosti s OVB nebo finančním poradenstvím obecně, mezi veřejností vyskytují. Stejně tak není cílem jakkoli kriticky hodnotit služby OVB, ani konkurenčních firem z oboru.

Účet @OVBparody byl založen 3. února 2015, jeho základy však sahají hlouběji do minulosti. Je totiž nástupcem profilu @OVBfinance. Ten byl tematicky zaměřen naprosto totožně. Do širšího povědomí se dostal po tom, co na něj upozornil server Markething.cz. Do jeho redakce byl zaslán e-mail od ředitele marketingu a PR OVB Dušana Pavlů, v němž důrazně žádá o zamezení promování parodického účtu na tomto webu, který mimochodem vzniká na Fakultě sociálních věd UK. Redakce tento e-mail veřejně sdílela na svém Facebooku, což mělo z pochopitelných důvodů naprosto opačný efekt, než který požadovala společnost OVB – parodický profil měl zajištěnou publicitu a počet followerů strmě narostl. Několik dní nato, na přelomu ledna a února 2015, však byl po zásahu společnosti OVB pozastaven. V té době měl přes 4 tisíce sledujících.¹³⁰ Hned v následujících dnech pak vznikl účet nový, který již byl v souladu s pravidly Twitteru pro falešné účty. Bohužel, archiv tweetů původního profilu již není možné v současné době dohledat, stejně tak ani další bližší údaje.

Na aktuálním profilu @OVBparody je celkem 125 příspěvků. Sleduje jej přes 6 600 uživatelů. Na základě analýzy kompletní historie tweetů lze konstatovat, že v průměru získá každý příspěvek 136 lajků, což je v porovnání s ostatními účty vysoké číslo – připomeňme, že u profilu @schwarzenbergk to je 80 a @kardinalvlk pak 30. Za zmínku stojí, že i nejméně úspěšný příspěvek má 24 lajků, což není u ostatních profilů obvyklé. Průměrný počet retweetů je 19. Od poloviny roku 2016 je však aktivita na účtu zanedbatelná a počet sledujících klesá.

Obsahově je účet založen na obecně rozšířených stereotypech o fungování finančně poradenských firem a je tak do značné míry monotematický. Tweety jsou psány v první

¹²⁹ OVB je zlo, tvrdí mladík. Za svůj film o finančních poradcích jde k soudu. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/dokument-jakuba-charvata-kritizuje-praktiky-ovb-f6a-/test.aspx?c=A160826_101149_test_nio

¹³⁰ Markething.cz. [Na Twitteru nás včera pobavil účet parodující společnost OVB...] In: Facebook [online]. 23. ledna 2015 18:01 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/markething.cz/photos/a.219330581489054.55296.182102028545243/806714486083991/?type=3&theater>

osobě jednotného čísla, tedy z pohledu finančního poradce. Autoři v některých příspěvcích zasazují tyto stereotypy do kontextu skutečných událostí nebo aktuálních společenských témat. Například v době projednávání protikuřáckého zákona vyšel příspěvek "K protikuřáckému zákonu: Naše budova je teď striktně nekuřácká. Uvidíme, jak se to změní, až zase budeme mít prachy na cigára."¹³¹. Na začátku letních prázdnin pak autoři zveřejnili narážku na nízký věk finančních poradců: „Počínaje zítřkem nám prořídnu pracovní řady. Většinu našich kolegů rodiče posílají na letní tábor nebo k babičce.“¹³²

Hlavním pojícím tématem, na němž je založena většina příspěvků, je parodie finančních poradců. A to na základě přesvědčení části veřejnosti (a s největší pravděpodobností i autorů profilu) o jejich odborné nepřipravenosti, neprofesionalitě, nízkém věku a určité emoční nevyspělosti. V příspěvcích se často objevují narážky na pyramidové fungování firmy, nabízení nevýhodných produktů pouze za účelem co největších provizí pro zaměstnance, vysoké očekávání co se týče výdělků na pozici finančního poradce, časté praxe získávání klientů z řad rodiny, známých a okolí apod.

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	513	Dostal jsem kopačky. Přítelkyně u mě našla seznam 150ti žen včetně emailu a telefonických čísel. Radši jsem přiznal nevěru, než práci u OVB.	2015-05-28 12:07:49
2.	501	Přihlásil jsem se do pořadu Prostřeno. Vařit neumím, ale mám připravenou skvělou hru: Země, město, jméno, hrubý příjem, rodné číslo.	2015-02-20 14:58:58
3.	474	Naši poradci zaplní prázdná místa na slavnosti na Pražském hradě. Obleky máme, morálku ne.	2016-10-26 19:18:34
4.	420	Jsem zpátky! Nepadnoucí obleky, nevkusný kravaty a to kafe si po schůzce zaplatíte sami! A tentokrát jsem si účet pojistil proti zrušení!	2015-02-03 10:38:35
5.	373	Chtěli jsme se jako firma také zapojit do Movemberu, ale jediný komu u nás rostou vousy, jsou údržbář a rumunská uklízečka.	2015-10-27 10:20:49

Tabulka 10: TOP 5 příspěvků účtu @ovbparody z pohledu počtu lajků¹³³

¹³¹ @OVbparody. [K protikuřáckému zákonu: ...] In: Twitter [online]. 26. května 2016 15:18 [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <https://twitter.com/OVBparody/status/735822409723416577>

¹³² @OVbparody. [Počínaje zítřkem nám prořídnu ...] In: Twitter [online]. 30. června 2015 10:44 [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <https://twitter.com/OVBparody/status/615803022904442881>

¹³³ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	205	Jsem zpátky! Nepadnoucí obleky, nevkusný kravaty a to kafe si po schůzce zaplatíte sami! A tentokrát jsem si účet pojistil proti zrušení!	2015-02-03 10:38:35
2.	103	Přihlásil jsem se do pořadu Prostřeno. Vařit neumím, ale mám připravenou skvělou hru: Země, město, jméno, hrubý příjem, rodné číslo.	2015-02-20 14:58:58
3.	101	Dostal jsem kopačky. Přítelkyně u mě našla seznam 150ti žen včetně emailu a telefonických čísel. Radši jsem přiznal nevěru, než práci u OVB.	2015-05-28 12:07:49
4.	80	Naši poradci zaplní prázdná místa na slavnosti na Pražském hradě. Obleky máme, morálku ne.	2016-10-26 19:18:34
5.	75	Letošní maturanti jsou ideálními adepty na práci v OVB. Obleky už mají a zrádce Jidáš jim nic neříká.	2015-05-05 17:31:28

Tabulka 11: TOP 5 příspěvků účtu @ovbparody z pohledu počtu retweetů¹³⁴

3.4.2 Pohledem autora

Autory profilu jsem opakovaně přes Twitter oslovil se žádostí o spolupráci. Bohužel se nepodařilo navázat kontakt, a tak v této části budu vycházet z veřejně dostupných informací.

S autory se v roce 2015 sešel publicista Hospodářských novin Miloš Čermák. Schůzka dala vzniknout rozhovoru, z něhož vyplývá, že za profilem stojí tři mladí muži a jedna žena. Spekuluje se o tom, že jsou určitým způsobem spjati se serverem Markething.cz, tedy s Fakultou sociálních věd.

Správci profilu popírají, že by za jeho existencí stál konkurenční boj. Svou aktivitu vnímají jako zábavu a jejich motivací je prý vtipně poukázat na některé nekalé komunikační a marketingové praktiky, které se v tomto oboru finančního poradenství vyskytují.¹³⁵

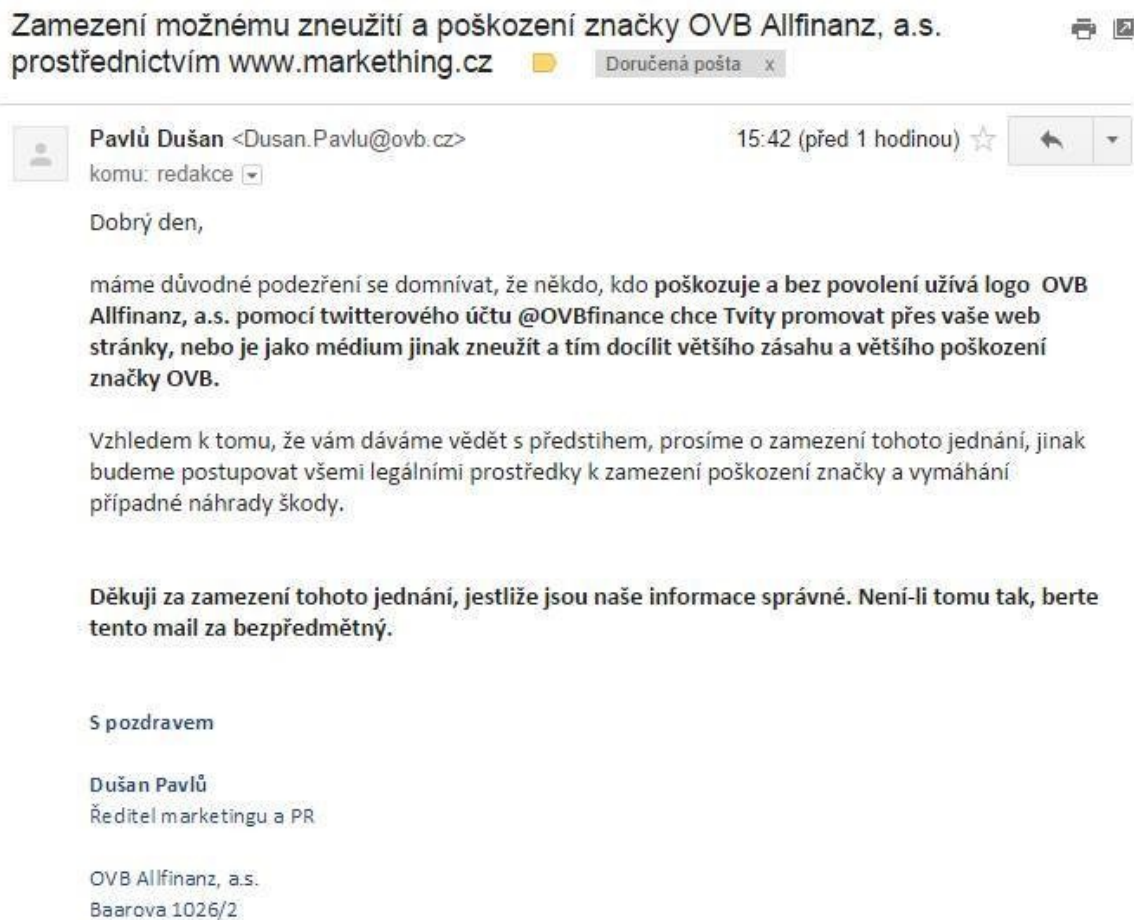
3.4.3 Reakce firmy na falešný profil

Jak již bylo zmíněno, společnost OVB Allfinanz, a.s. se proti původnímu parodickému účtu postavila negativně (viz e-mailová zpráva redakci Markething.cz na Obrázku 20) a zajistila jeho pozastavení. Účet @OVBfinance nesplňoval požadavky Twitteru na odlišení falešného účtu – kromě lehce pozměněného loga neobsahoval žádné informace o tom, že

¹³⁴ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

¹³⁵ Sociální síť Miloše Čermáka: Pozor, teď si budeme trochu vymýšlet!. Ihned.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-63480380-socialni-site-milose-cermaka-pozor-ted-si-budeme-trochu-vymyslet>

se nejedná o oficiální účet firmy.



Obrázek 20: screenshot e-mailové zprávy, kterou zaslal ředitel marketingu a PR¹³⁶

Se žádostí o komentář k současnému parodickému účtu jsem se obrátil v roce 2016 přímo na ředitele marketingu a PR OVB, Dušana Pavlů. Konverzace předkládám níže (bez úprav):

Víte o existenci „falešného“ profilu na Twitteru @ovbparody, který píše jménem OVB?

Ano víme. Od jeho začátku. Předcházela mu účet, který vytvářel dojem, že je oficiálním účtem OVB. Proti jeho existenci jsme se ohradili a Twitter ho stáhnul.

Jak jej Vaše společnost vnímá? Uráží Vás, nebo Vás naopak baví?

Satira patří k sociálním sítím. Bereme ji jako jejich součást, respektuje-li základní pravidla, pokud jde o obsah a formu.

¹³⁶ Markething.cz. [Na Twitteru nás včera pobavil účet parodující společnost OVB...] In: Facebook [online]. 23. ledna 2015 18:01 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/markething.cz/photos/a.219330581489054.55296.182102028545243/806714486083991/?type=3&theater>

Způsobili Vám tvůrci svou aktivitou někdy nějaké potíže? (Např. musel jste někdy vysvětlovat, že příspěvky na nepochází od Vás?)

Spolupracovníci jeho existenci zaznamenali. Pochopili, že příspěvky nepochází od nás. Více tuto satiru neřeší.

Již se Vám podařilo docílit zrušení původního účtu. Podnikli jste nějaké kroky proti existenci i tohoto? Jaké? Případně zvažujete to?

Tzv. původní účet nesplňoval požadavky pro tzv. parodické účty na Twitteru, mimo jiné bez našeho souhlasu používal název firmy a zaměnitelné logo. Do současné doby jsme žádné kroky nepodnikli.

3.5 Falešný profil Miloše Zemana @PrezidentZeman

3.5.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

Se satirickými a parodickými příspěvky na téma současné hlavy státu Miloše Zemana je možné se setkat na celé řadě účtů na sociálních sítích. A to nejen na výše zmíněných falešných profilech, ale napříč dalšími humoristickými stránkami a profily. Prezident je jedním z nejoblíbenějších cílů současné politické satiry. Je tedy pochopitelné, že se na internetu objevují i jeho falešné profily.

Nepříliš známé je, že Zeman má i svůj oficiální twitterový účet @MZemanOficialni. Založen byl v červenci 2013, ale od té doby publikoval pouze 13 tweetů, přičemž poslední je z října stejného roku. Přesto má více než 6 400 followerů. Intenzivní komunikace naopak probíhá na prezidentově facebookové stránce *Miloš Zeman - prezident České republiky* s uživatelským jménem @prezidentcr. Zde má aktuálně přes 114 tisíc fanoušků.

Pro účely této práce jsem vybral největší falešný profil hlavy státu @PrezidentZeman, který má aktuálně přes 9 300 sledujících. Založen byl paradoxně ještě dříve, než byl Zeman zvolen prezidentem (první příspěvek je ze 17. ledna 2013, výsledky voleb byly známy až 26. ledna stejného roku). V popisu profilu je explicitně uvedeno, že se jedná o falešný účet.

Za dobu existence do prosince 2018 bylo autorem zveřejněno 1 071 příspěvků, frekvence tedy je 0,49 příspěvku za den. Průměrný počet lajků u příspěvku je 34, retweetů pak 5.

Příspěvky jsou psané v první osobě jednotného čísla pohledem Miloše Zemana. Nejčastěji obsahují reakce na politické dění v ČR i zahraničí a na události kolem prezidenta. Často se

věnují kontroverzím a aférám, které se Zemana týkají a jeho ústy se k nim v satirickém tónu vyjadřují. Oproti jiným profilům působí více tweetů na tomto účtu hrubým až vulgárním dojmem a v některých příspěvcích přímo pomocí zmínek uráží jiné uživatele. Ostatně jak je vidět z TOP tweetů v tabulce 12 a 13, které uvádím bez cenzury v původním znění, autor používá také vulgarismy. Nicméně toto lze považovat za určitou pózu autora, který tímto způsobem napodobuje chování skutečného prezidenta.

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	3086	Do prdele, dalších 5 let, co musím spravovat tenhle účet..	2018-01-27 22:35:34
2.	1146	Jsem na naši zemi hrdý. Jinde bych s demencí byl v ústavu, zde jste mě zvolili prezidentem..	2018-03-09 6:49:12
3.	976	Veselé Vánoce, vy kundy!	2017-12-24 13:17:22
4.	951	#metoo	2018-01-12 15:09:21
5.	669	Po dnešní debatě mám jasno. Dám to Drahošovi. Jasně lepší kandidát..	2018-01-25 20:47:48

Tabulka 12: TOP 5 příspěvků účtu @PrezidentZeman z pohledu počtu lajků¹³⁷

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	187	#metoo	2018-01-12 15:09:21
2.	175	Do prdele, dalších 5 let, co musím spravovat tenhle účet..	2018-01-27 22:35:34
3.	163	Ty krávo, do píci. Ono to šlo živě..	2014-11-02 17:12:05
4.	138	Veselé Vánoce, vy kundy!	2017-12-24 13:17:22
5.	108	Jste mi před kámoši udělali pěknou ostudu, kretění..	2014-11-17 14:19:42

Tabulka 13: TOP 5 příspěvků účtu @PrezidentZeman z pohledu počtu retweetů¹³⁸

3.5.2 Pohledem autora

Autora falešného profilu @PrezidentZeman jsem se žádostí o odpovědi na otázky ohledně jeho aktivit požádal v roce 2016. Odpovědi byly stručné, proto je nebudu doslovně citovat, ale pouze parafrázovat.

Vyšlo z nich, a z našeho dalšího rozhovoru přes soukromé zprávy, najevo, že se jedná o člověka, který se profesně věnuje on-line marketingu. Provozuje více falešných účtů celkově o více než 20 tisících sledujících. Mezi jeho dílo patří kromě jiného i další profil z TOP 15, kterou jsem vytyčil na začátku této práce – @TomioOkamura. Některé z jeho účtů již byly zrušeny, příkladem je falešný účet kardinála Dominika Duky. Účty zakládá

¹³⁷ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

¹³⁸ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

z důvodů, že v nich vidí potenciál a příležitost. Za dobu jeho aktivit na sociálních sítích se jej nikdo z dotčených, ani z veřejnosti, nesnažil ovlivnit.

Znalost účtů mezi lidmi podporuje vzájemnými retweety příspěvků a pomáhají mu i novináři, kteří občas zveřejní některý z jeho příspěvků v domnění, že se jedná o oficiální profil. Čas od času se ozvou i žurnalisté ze zahraničí, kterým je třeba vysvětlit, že se nejedná o oficiální profil – s tímto se setkává převážně u falešného Tomia Okamury.

3.6 Falešný profil Michala Bílka @Michal_Bilek

3.6.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

Dalším z falešných profilů, které mají za cíl bavit české uživatele na sociální síti Twitter, je ten, který se věnuje bývalému fotbalistovi, v současnosti trenérovi, jenž trénoval i českou reprezentaci, Michalu Bílkovi.

Bílek byl, především v době svého působení u reprezentace, známý svým negativním vztahem k novinářům, který vyústil v několik konfliktů. Redaktory mimo jiné nazval neobjektivními kritiky¹³⁹ nebo je osočil, že se zabývají nesmysly, když poukazovali na množství faulů Milana Baroše na evropském šampionátu 2012.¹⁴⁰

Nejen kvůli svému neobratnému vystupování v médiích, ale také z důvodu vyznávání defenzivního stylu fotbalu (odtud známé spojení „Bílkova tvrz“, které se v příspěvcích často objevuje) a kolísavých trenérských výsledků si nezískal přílišnou oblibu u fotbalových fanoušků a již od začátku své kariéry trenéra národního mužstva byl mnohými zatracován, což je také zřejmým důvodem vzniku tohoto falešného profilu.

Ten byl založen v říjnu 2012 a za dobu jeho existence na něm bylo publikováno 777 příspěvků s průměrnou frekvencí 0,34 příspěvku/den. Průměrný počet lajků je 25, retweetů pak 8.

Ve tweetech se autor zaměřuje téměř výhradně na sportovní tematiku. Ústy bývalého reprezentačního trenéra komentuje aktuální události ve fotbale, případně v dalších sportech. Obsahově se jedná o, místy až absurdní, parodii Michala Bílka. V příspěvcích je

¹³⁹ Podrážděný Bílek v konfliktu s novináři: Jste neobjektivní kritici. Týden.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/sport/fotbal/reprezentace/podrazdeny-bilek-v-konfliktu-s-novinari-jste-neobjektivni-kritici_204010.html

¹⁴⁰ Trenér Bílek litoval Barošova konce. A vynadal novináři. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: http://sport.lidovky.cz/bilek-v-barosovi-nam-odchazi-obrovska-persona-moc-me-to-mrzi-pqu-/fotbal-me2012.aspx?c=A120622_171351_euro2012_vlh

zřejmé, že mu autor připisuje značnou dávku egoismu. Často vyzdvihuje snahu získat uvolněné místo trenéra v různých klubech, od Plzně po Manchester United – viz Tabulka 14. V mnoha případech je možné vycítit posměšný tón, který pisatel vůči Bílkovi zvolil. Často naráží na již zmiňovaný defenzivní styl, který trenér vyznával – spojení „Bílkova tvrz“ je užito celkem 88krát.

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	342	Do poslední chvíle jsem se rozhodoval mezi Realem Madrid a Zlínem, ale nakonec zvítězila chuť navázat na fantastickou práci Vlasty Petržely. Větroplacha RONALDA ať si krotí jiní.	2018-06-01 9:38:02
2.	263	Tak co, mám to vzít? #repre	2018-09-11 14:04:00
3.	256	Odpusťte, že jsem dlouho netweetoval. Jsem naprosto okouzlen Andreou Stramaccionim. Scházejí mi slova. Génus.....	2017-09-21 18:53:22
4.	222	Ahoj Sparto! Číslo na mě máte.	2018-03-04 19:07:07
5.	213	Krpálek vyhrál 0:0. A pak že to nejde...	2016-08-11 14:47:34

Tabulka 14: TOP 5 příspěvků účtu @Michal_Bilek z pohledu počtu lajků¹⁴¹

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	501	Dear Al Ittihad fans: this is a FAN ACCOUNT! Good luck.	2014-01-03 10:42:14
2.	177	Again: dear Al Ittihad fans, this is NOT Michal Bilek's account, this is only fan account. Good luck to your beloved club! #bilkovatrz	2014-01-03 12:52:35
3.	79	Průšvih. Arméni prý také hrají v jedenácti lidech. Dnes už fakt není slabých soupeřů.	2013-03-24 19:27:02
4.	50	Prý se uvolnilo místo v Plzni? #vzdyprpraven	2013-11-18 17:19:58
5.	45	Jinak samozřejmě na práci v poušti bych se těšil. Zákopy mezi dunami - to byl vždycky můj sen.	2014-01-03 10:54:31

Tabulka 15: TOP 5 příspěvků účtu @Michal_Bilek z pohledu počtu retweetů¹⁴²

3.6.2 Pohledem autora

Autora falešného profilu Michala Bílka jsem oslovil se žádostí o spolupráci v květnu 2016 přes Twitter. Na položené otázky odpověděl následovně (publikováno bez úpravy):

Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?

Motivace: bavit se. K založení účtu mě vedlo utkání Česko – Bulharsko v říjnu 2012

Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj?

¹⁴¹ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018

¹⁴² Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018; vynechány retweety

(chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)

Michal Bílek je nešťastník, který si systematicky podřezával větev ani ne tak výkony týmu, ale příšernými mediálními výstupy. Jeho účet na Twitteru v tom jen pokračuje.

Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?

Ne

Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?

Nijak nešířím, nijak tomu nepomáhám. Doba tomu asi přála, cestu „mezi lidi“ si to našlo samo.

Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?

Ne, jen občas podobný dotaz, jako je ten váš.

Čelili jste snahám o zrušení účtu?

Ne, dodržuji víceméně většinu pravidel Twitteru pro parodické účty.

Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíše s pozitivními nebo negativními? Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi? Nebo naopak s něčím úsměvným?

Reakce jsou spíše pozitivní, fanoušci klubů jsou ale samozřejmě citlivější. Úsměvné bylo, když se spekulovalo, že Bílek bude trénovat v Saúdské Arábii, načež mi během pár dnů přibyla asi tisícovka followerů, kteří se těšili na „mé“ angažmá. Vystoupil jsem tehdy z role a výslovně jsem tweetoval, že jde o parodický účet.

3.6.3 Přijetí falešného profilu parodovanou stranou

Reakci samotného Michala Bílka na jeho falešný profil jsem nezískal. Ve článku na serveru Lidovky.cz, který o falešném profilu informoval, se k existenci profilu vyjádřil Jaroslav Kolář, ředitel PR oddělení Fotbalové asociace ČR: „Ať si to dělá kdo chce a jak chce. Tyto věci nesledujeme a rozhodně se tím nezabýváme. Čím více se těmto

exhibicionistům věnuje pozornost, tím větší mají radost.“¹⁴³

3.7 Falešný profil Martina Konvičky @MartinKonvicka

3.7.1 Informace o profilu a analýza jeho obsahu

Posledním českým falešným profilem, kterému se bude tato práce stručně věnovat, je účet @MartinKonvicka. Jak je z uživatelského jména patrné, autor se vydává za aktivistu, entomologa a docenta působícího na Jihočeské univerzitě, Martina Konvičku. Konvička je jednou z nejvýraznějších tváří odporu proti islámu, je mimo jiné představitelem iniciativy Islám v České republice nechceme. A právě tyto Konvičkovy aktivity byly příčinou vzniku falešného profilu. V současné době však již Martin Konvička ani iniciativa IvČRN nejsou ve srovnání s obdobím let 2015 a 2016 v protiuprchlické tematice aktivní a zájem o ně upadá, jak dokazuje například analýza vyhledávacích dotazů Google.¹⁴⁴

První příspěvek zveřejnil autor 20. srpna 2015. Od té doby získal 378 sledujících a publikoval celkem 192 tweetů, průměrně tedy 0,15 za den. Tyto údaje, spolu s průměrným počtem 1,46 lajku a 0,70 retweetu, korespondují s tím, že se jedná o nejmenší profil v žebříčku TOP, který jsem stanovil ve 2. kapitole práce. Nicméně vzhledem k tomu, že se mi podařilo získat pohled jak autora, tak samotného Martina Konvičky, rozhodl jsem se je využít a profilu také věnovat samostatnou stručnou podkapitolu.

Při pohledu na archiv příspěvků je zřejmé, že se autor pokouší podpořit počet followerů, jelikož téměř polovina příspěvků jsou odpovědi u tweetů na profilech jiných uživatelů.

Obsahově se jedná o parodii Martina Konvičky, z příspěvků je cítit snaha zesměšnit jeho názory, vykreslit je v absurdním světle. Časté je používání retweetů a sdílení článků, které se týkají Martina Konvičky nebo islámské tematiky. K těm autor přidává vlastní komentáře. V tabulce níže jsou uvedeny nejúspěšnější příspěvky profilu. Vzhledem k malému množství reakcí u příspěvků jsem u tohoto profilu vybral TOP 5 příspěvků podle součtu lajků a retweetů.¹⁴⁵

¹⁴³ Falešný Bílek baví Twitter: Čtyři obránci a brankář je málo. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: http://sport.lidovky.cz/falesny-bilek-bavi-twitter-ctyri-obranc-i-a-brankar-je-malo-pm8-/fotbal.aspx?c=A130324_141639_in-fotbal-repre_vrb

¹⁴⁴ Martin konvička, ivčrn - Prozkoumat. Trendy Google [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=CZ&q=martin%20konvi%C4%8Dka,iv%C4%8Drn>

¹⁴⁵ Ze seznamu byly vynechány příspěvky, které jsou retweety z jiných profilů. V tomto případě se totiž počítá počet retweetů, které získal původní příspěvek, psaný jiným autorem. Nejedná se tedy o údaj, který by ukazoval úspěšnost příspěvku autora analyzovaného profilu.

Pořadí	Lajky + retweety	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	49	Chtěl bych upozornit, že takhle to nebylo. Je to sestříhaná podlá kampaň proti mé osobě. Zvažuju žalobu na ČTTV. https://t.co/qz8JwXWOpW	2015-10-22 08:24:05
2.	13	Doneslo se mi, že na některých vysokých školách operuje teroristická skupina Al Gebrá!	2015-11-10 13:15:11
3.	10	Až vyhraje volby v Praze, přejmenujeme Ortenovo náměstí na Ortelovo.	2016-09-09 12:24:43
4.	9	Nevíte, jestli se v kriminálu dostanu na internet?	2015-11-24 15:56:08
5.	8	Jistě, muslimové mohou lhát bezvěrcům. My ateisti našťestí můžem lhát vždy a všude. I to se v boji proti Islámu, největšímu zlu, hodí.	2015-10-21 06:15:53

Tabulka 16: TOP 5 příspěvků účtu @MartinKonvicka z pohledu součtu lajků a retweetů¹⁴⁶

3.7.2 Pohledem autora

Autora falešného profilu jsem oslovil se žádostí o spolupráci v květnu 2016. Podařilo se mi získat stručné odpovědi, které krátce shrnu.

Autor se představil jako člen tajné organizace pražská kavárna, podle svých slov se živí granty z ambasády USA a programováním. Podnětem pro založení účtu bylo volné uživatelské jméno @MartinKonvicka. Jedná se o jediný falešný profil, který provozuje. Vzhledem k nízké odezvě na příspěvky a klesajícímu zájmu o osobu Martina Konvičky v poslední době svoji aktivitu utlumuje. O Konvičkovi tvrdí, že je složité na parodickém profilu předčít jeho skutečné výroky.

3.7.3 Přijetí falešného profilu Martinem Konvičkou.

Docenta Konvičku jsem opakovaně kontaktoval na jeho veřejně dostupné e-mailové adrese, kterou vlastní na doméně cas.cz, tedy Akademie věd ČR. V květnu 2017 se mi od něj podařilo získat reakci, kterou vkládám níže (bez úprav).

Víte o existenci „falešných“ profilů na sociálních sítích, které píší Vaším jménem a tím Vás parodují?

Vím, respektive tuším - před časem jsem "věděl" a zajímal se, nyní už to moc nesleduji.

Pokud ano, jak tyto profily vnímáte? Uráží Vás, nebo Vás naopak baví?

Nesleduji, protože mě to prostě nezajímá. Zpočátku .. bych nehovořil ani tak o urážení. Prostě mě to štvalo. Nyní už ne, už ani nevím, co "druhá strana" vlastně vyvádí. Možná to nebaví mě, ale když to baví někoho...

¹⁴⁶ Zdroj: vlastní zpracování. Aktualizováno k 12. 12. 2018; vynechány retweety

Způsobili Vám tvůrci těchto profilů svou aktivitou někdy nějaké potíže? (Např. musel jste někdy vysvětlovat, že příspěvky na těchto profilech nepochází od Vás?)

Ano. Byla doba, tak 4 roky zpátky, kdy tyto "falešné" příspěvky byly vyloženě sprosté (ještě horší, než falešný Konvička píšící o Konvičkovi, byly např. falešné "Konvičkovy studentky" píšící o Konvičkovi - s profilovými fotkami ukradnými skutečným osobám. Podal jsem tehdy pár trestních oznámení a medializoval to. Pak věc ustala ,resp. se uklidnila.

Podnikl jste proti existenci těchto profilů nějaké kroky? Jaké? Případně zvažujete to?

Viz výše

4 Falešné profily v zahraničí

Falešné satirické nebo parodické profily pochopitelně nejsou záležitostí pouze českého prostředí. V zahraničí jich také vzniká velké množství. Mezi nejznámější patří falešné profily Marka Zuckerberga, britské Královny Alžběty II., Ježíše Krista, herce Chucka Norrise nebo filmových postav Lodra Voldemorta či Darth Vadera. Největším ze všech je účet God (@TheTweetOfGod), který publikuje sarkastické příspěvky jménem samotného Boha.

V porovnání s českými falešnými profily jsou ty zahraniční tematicky pestřejší – nezaměřují se převážně na politiky, ale na celou řadu skutečných i fiktivních osobností. Mezi nimi jsou herci, zpěváci, sportovci, firmy, ředitelé významných firem či firmy samotné, politici a další.

Pro srovnání s českými profily jsem ze zahraničních vybral dva, které podrobím stejnému rozboru, jako v předchozí kapitole profily české.

4.1 Falešný profil Baracka Obamy @ThePresObama

Parodický účet bývalého prezidenta USA Baracka Obamy @ThePresObama se často umísťuje v různých přehledech nejlepších falešných účtů, ačkoli počet followerů není nijak závratný (konkrétně 90,6 tisíce) a úspěšnější v tomto směru je i největší český parodický účet @schwarzenbergk. Pro účely této práce jsem jej zvolil z toho důvodu, že se jedná o účet politika, stejně jako většina těch, kterým se věnovala kapitola 3.

Pro srovnání, oficiální účet Baracka Obamy je s více než 88 miliony po Katy Perry a Justinu Bieberovi třetím nejsledovanějším účtem na světě.¹⁴⁷ Podle údajů z roku 2013 však až 53 % z jeho sledujících jsou falešné účty¹⁴⁸ a dalších 27 % jsou účty neaktivní.¹⁴⁹

Účet @ThePresObama byl založen v listopadu 2011, tedy téměř tři roky po tom, co se Obama stal prezidentem (20. ledna 2009). Za tuto dobu zveřejnil 2 383 tweetů, denní frekvence tedy je 1,19 příspěvků. Průměrný počet lajků činí 35. Zajímavé je, že průměrný

¹⁴⁷ Top 100 Most Followed Users on Twitter. Twitter Counter [online]. [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://twittercounter.com/pages/100>

¹⁴⁸ Falešnými profily se v tomto případě rozumí něco jiného, než ty, o kterých pojednává tato práce. Jedná se o účty vytvořené specializovanými marketingovými firmami, které nabízí umělé navýšení počtu fanoušků na sociálních sítích. Služeb těchto firem využívají převážně komerční subjekty, které tak navenek demonstrují větší oblíbenost.

¹⁴⁹ Barack Obama has 19.5 MILLION fake Twitter followers. Daily Mail Online [online]. [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2430875/Barack-Obama-19-5m-fake-Twitter-followers.html>

počet retweetů je několikanásobně vyšší, každý příspěvek je v průměru sdílen 123×.

Obsahově jsou příspěvky značně různorodé. Ústy Baracka Obamy komentují satiricky aktuální politické události v USA i ve světě, ale také život celebrit, sport, kulturní události a další. Objevují se zde také narážky na samotného Obamu, nejedná se ale o urážlivé příspěvky, spíše sarkasmus. Především v poslední době byly nejčastějším tématem příspěvků sarkastické poznámky na prezidentského kandidáta a později zvoleného Obamova nástupce Donalda Trumpa. Autor využívá hovorovou angličtinu, výjimečně i vulgarismy.

Vzhledem k tomu, že žebříčky TOP 5 z pohledu počtu lajků a z pohledu počtu retweetů obsahují téměř stejné příspěvky, nemá smysl uvádět oba. Tabulka 17 tedy obsahuje nejúspěšnější tweety na základě součtu lajků a retweetů.

Pořadí	Lajky + retweety	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	29639	The only reason I haven't started a Twitter War with @realDonaldTrump...thanks, @MichelleObama #wiretap #russiagate... https://t.co/XKCeFzgybq <i>Překlad: Jediný důvod, proč jsem nezačal twitterovou válku s @realDonaldTrump...děkuji @MichelleObama #odposlechy #russiagate</i> <i>Doplnění:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Odkaz na konci příspěvku vede na pohyblivý obrázek .gif, který zachycuje scénku, na které Obamova manželka rázně sebere exprezidentovi telefon - #russiagate je hashtag označení aféry napojení Donalda Trumpa na Rusko 	2017-03-05 16:57:14
2.	11464	*drops the mic* #ReElected #TwoTermz <i>Překlad: *upouští mikrofon* #znovuzvolený #DvěFunkčníObdobí</i>	2012-11-07 04:14:03
3.	8806	You know what time it is America? TWO TEEEEERMZ!! #TwoTermz <i>Překlad: Víte, jaký je čas v Americe? DVĚ FUNKČNÍ OBDOBÍÍÍ!! #DvěFunkčníObdobí</i>	2012-11-07 03:50:56
4.	4612	Kim Jong IL is dead but his role in Team America World Police will forever be cherished. <i>Překlad: Kim Čong Il je mrtvý, ale jeho role ve filmu Team America: Světovéj policajt navždy zůstane v našich srdcích</i>	2011-12-19 03:25:07
5.	3942	They hate when I blast No Flex Zone on the White House intercom. But they need to be reminded. <i>Nemají rádi, když do interkomu v Bílém domě pouštím (písničku) No Flex Zone. Ale je třeba jim jí připomínat.</i>	2015-03-22 19:26:06

Tabulka 17: TOP 5 příspěvků účtu @ThePresObama z pohledu součtu lajků a retweetů¹⁵⁰

¹⁵⁰ Zdroj: vlastní zpracování.

4.2 Falešný profil královny Alžběty II. @Queen_UK

Jedním z největších falešných profilů na světě je ten, na němž autoři publikují jménem britské královny Alžběty II. Název je Elizabeth Windsor, používá uživatelské jméno @Queen_UK a v popisu účtu stojí „Královna všech míst, které chcete navštívit“. V současné době má 1,38 milionu followerů. Zájem o tento profil je tak velký, že autoři dokonce vydali na jeho základě dvě knihy – „Gin O'clock“ a „Still Reigning“ a k těmto knihám prodávají i reklamní předměty.

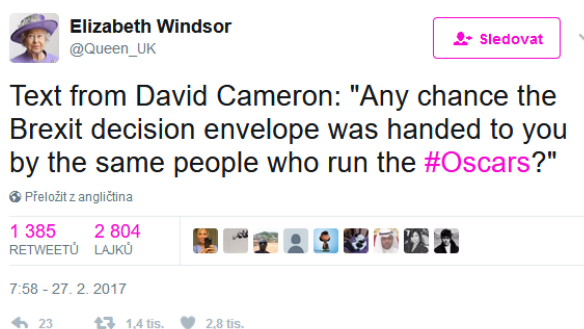
Účet byl založen v květnu 2010 a dosud publikoval 10 260 tweetů. Vzhledem k tomuto vysokému počtu není možné je všechny podrobit kvantitativní analýze, jelikož Twitter umožňuje exportovat pouze 3 200 posledních tweetů.¹⁵¹ Následující údaje a tabulka neúspěšnějších příspěvků tak budou založené pouze na tomto počtu.

Z analýzy těchto příspěvků, z nichž nejstarší je z 18. května 2013, vyplývá, že průměrný počet lajků u tweetu je 675 a srovnatelně vysoké číslo, konkrétně 632, je průměrem počtu retweetů. Ačkoli se jedná o relativně vysoká čísla, je třeba si uvědomit, že se jedná o profil s celosvětovým zásahem. Oproti tomu český @schwarzenbergk je záležitostí lokální české scény, přesto jsou jeho výsledky (viz kapitola 3.1.1) pouze několikanásobně slabší.

Autor (autoři) suchým britským humorem komentuje aktuální dění v Británii i ve světě, naráží na britský kolonialismus, stěžuje si na sportovní výsledky klubů nebo reprezentace, promlouvá ke světovým vůdcům i obyvatelům ostatních zemí či nachází neotřelá řešení světových problémů. Dává také nahlédnout do královnina (smyšleného) soukromí. Komicky, v kontextu s tím, že se jedná o slova pronášení ústy 92leté královny, působí příspěvky, kde hovorovým jazykem láteří nad počasím, nad tím, že je opět pondělí (úterý, středa, neděle) nebo nad výsledkem pěvecké soutěže Eurovize.

Zajímavé je, že některé příspěvky se ve stejném znění po určitém časovém období opakují. Autor také opakuje určité šablony příspěvků, například hned několik stovek jich začíná „Text from“, tedy „Zpráva od“, následuje jméno osobnosti, citace (fiktivní) zprávy a případně i královnina reakce – příklad na Obrázku 21.

¹⁵¹ GET statuses/user_timeline. Twitter Developers [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: https://dev.twitter.com/rest/reference/get/statuses/user_timeline



Obrázek 21: Příklad satirického tweetu účtu @Queen_UK^{152 153}

Pořadí	Počet lajků	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	11922	Revoking American Independence with immediate effect. #USElection2016 <i>Překlad: s okamžitou platností ruším americkou nezávislost. #USvolby2016</i>	2016-11-09 07:02:22
2.	10689	Someone find David Attenborough. Wrap him in bubble wrap. Put him somewhere safe until 2016 is over. #2016SodOff <i>Překlad: Najděte někdo Davida Attenborougha. Zabalte ho do bublínkové folie. Uložte ho někam do bezpečí, dokud neskončí rok 2016. #2016JdiDoPr*ele</i>	2016-12-27 18:10:53
3.	10231	Awkward when you invite the new neighbour over and then realise he's a total psychopath. <i>Překlad: Nepříjemné, když pozvete nového souseda a pak si uvědomíte, že je to úplný psychopat.</i>	2017-01-29 13:28:05
4.	8042	Kim Jong Un on the phone. Very upset that he's no longer the world's craziest leader. #Trump <i>Překlad: Mám na telefonu Kim Jong Una. Je znepokojený z toho, že už není nebláznivějším světovým lídrem. #Trump</i>	2017-02-04 13:04:38
5.	7993	Dear Mr Cameron. Take a look at Laura Trott for the kind of person to get an honour, not your wife's bloody hairdresser. #TeamGB #Rio2016 <i>Překlad: Drahý pane Camerone. Podívejte se na Lauru Trott, to je člověk, který si zaslouží účtu. Ne zatracená kadeřnice vaší manželky. #TýmVB # Rio2016</i>	2016-08-16 21:04:31

¹⁵² Zdroj obrázku: Elizabeth Windsor. In: *Twitter* [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z: https://twitter.com/Queen_UK/status/836108339650113537

¹⁵³ Překlad: Zpráva od Davida Camerona: Je nějaká šance, že obálku s výsledky referenda o Brexitu vám předali stejní lidé, kteří vyhlašovali Oscary?

Tabulka 18: TOP 5 příspěvků účtu @Queen_UK pohledu součtu lajků¹⁵⁴

Pořadí	Počet retweetů	Text	Datum a čas zveřejnění
1.	10117	There is no such thing as 'American English'. There is English. And there are mistakes. <i>Překlad: Neexistuje nic jako americká angličtina. Je prostě jen angličtina. A chyby.</i>	2014-06-11 07:43:28
2.	8260	Revoking American Independence with immediate effect. #USElection2016 <i>Překlad: s okamžitou platností ruším americkou nezávislost. #USvolby2016</i>	2016-11-09 07:02:22
3.	7661	Don't worry about voting for the UK, Europe. Just give us a call when you need us to pop over and sort out a war or something #Eurovision <i>Překlad: Neobtěžujte se tím, že byste hlasovali pro VB, Evropo. Jen nám pak zkuste zavolat, až budete potřebovat, abychom vyřešili nějakou válku nebo tak něco. #Eurovize</i>	2014-05-10 22:12:03
4.	7336	Text from Ed Miliband: "Delighted Catherine has joined labour. Together we will rebuild Britain" Absolute idiot. <i>Překlad: Zpráva od Eda Milibanda: „Potěšená Catherine se zapojila do práce. Spolu předěláme Evropu“. Je to absolutní idiot</i>	2013-07-22 06:47:05
5.	7288	Well that's the second time Wales have taken Northern Ireland out of Europe in the last 48 hours. #WALNIR <i>Překlad: To je za posledních 48 hodin podruhé, co Wales vyjmul Severní Irsko z Evropy #WALNIR (pozn. zkratka pro sportovní utkání Walesu a Severního Irsku)</i>	2016-06-25 18:03:52

Tabulka 19: TOP 5 příspěvků účtu @Queen_UK pohledu součtu retweetů¹⁵⁵

¹⁵⁴ Zdroj: vlastní zpracování.

¹⁵⁵ Zdroj: vlastní zpracování

5 Přejímání obsahu falešných českých profilů do médií

Fakt, že příspěvky na falešných profilech čas od času využijí žurnalisté jako zdroj informací pro svoje výstupy v médiích, poukazuje na problém s ověřováním informací. V minulosti, než se více rozšířilo povědomí o fenoménu falešných profilů, se toto faux pas novinářům stávalo častěji. Příkladem může být článek v internetové verzi magazínu Reflex z 16. května 2015.¹⁵⁶ Reflex, který patří do jednoho z největších českých mediálních domů Czech News Center a má dlouholetou tradici, zařadil do článku o twitterových profilech světových lídrů i informaci, že z českých politiků má druhý největší počet sledujících Karel Schwarzenberg s profilem @schwarzenbergk. Autor článku tak považuje falešný profil za oficiální komunikační kanál tehdejšího předsedy TOP 09. Obdobného omylu se v roce 2013 dopustily i Hospodářské noviny, resp. server ihned.cz.¹⁵⁷

Dá se předpokládat, že v současné době je již většina novinářů s existencí „alternativních“ účtů seznámena, proto tyto omyly již nejsou tak obvyklé. Přesto se ale stávají. Tato kapitola nabídne pohled na vybraných několik z nich.

5.1 Falešný Jiří Ovčáček a jeho „rozhovor“ pro Svobodný vysílač

První případ nepopisuje přímo převzetí informace z falešného profilu, nicméně poukazuje na to, jak snadno dokáže zástupce média (ačkoli se jedná o médium okrajové) uvěřit autenticitě satirického profilu. Jedná se o bizarní situaci, kdy si redaktor proruského internetového rádia Svobodný vysílač domluvil s autorem falešného profilu Jiřího Ovčáčka na Facebooku (viz kapitola 3.2.3) rozhovor. Případ se udál v únoru 2016 a veřejnost se o něm dozvěděla díky tomu, že autor profilu zveřejnil kompletní komunikaci¹⁵⁸, která mezi ním a redaktorem Martinem Marcikánem proběhla pomocí soukromých zpráv na Facebooku.

Falešný Ovčáček sám oslovil Martina Marcikána na základě jeho komentáře u jednoho z příspěvků na stránce @jiriovceekunofficial. Nabídnul mu možnost nahrát rozhovor pro Svobodný vysílač. Nejprve s ním samotným, jako mluvčím Hradu, a do budoucna

¹⁵⁶ Ze světových lídrů má nejvíce sledujících na Twitteru Obama, posiluje papež. V Česku vede Babiš. Reflex.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/64115/ze-svetovych-lidru-ma-nejvice-sledujicich-na-twitteru-obama-posiluje-papez-v-cesku-vede-babis.html>

¹⁵⁷ Schwarzenberg chce přesvědčit venkovany. Starostové zaklepají na jejich dveře. IHNED.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: [http://domaci.ihned.cz/politika/c1-59121920-schwarzenberg-zeman-volba-prezident](http://domaci.ihned.cz/politika/c1-59121920-schwarzenberg-zeman-volba-prezidenthttp://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59121920-schwarzenberg-zeman-volba-prezident)

¹⁵⁸ Jiří Ovčáček. [Dnes vám budu vyprávět příběh o tom...] In: Facebook [online]. 22. února 2016 16:38 [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/jiriovceekunofficial/posts/629500507188018>

potenciálně i s prezidentem Zemanem. S tímto Marcikán nadšeně souhlasil, i za podmínky, že znění otázek připraví prezidentův mluvčí. Domluvili si proto schůzku na Hradě s tím, že po příchodu má redaktor hradní strážní nebo recepce sdělit tajné heslo, že „nese pytlík sušených švestek do ovčína“ (viz Obrázek 22). Ačkoli při této bizarnosti začal Marcikán pochybovat, falešnému Jiřímu Ovčáčkovi se podařilo jeho pochybnosti vyvrátit. Příběh vyvrcholil tím, že redaktor opravdu z Kadaně přijel na recepci Hradu, kde sdělil ono tajné heslo.



Obrázek 22: Úryvek z konverzace falešného Jiřího Ovčáčka a Martina Marcikána¹⁵⁹

Celý tento případ je důkazem toho, jak je dnešní doba díky internetu příznivě nakloněná prakticky komukoli, kdo chce veřejně publikovat. Martin Marcikán je, jak sám přiznal v konverzaci, vystudovaný stavbař a pracuje u městské policie. To by jej samo o sobě nediskvalifikovalo z role dobrovolného novináře. Nicméně styl jeho komunikace, pravopis plný chyb a hlavně fakt, že nekriticky přijímal informace, které byly zjevně nepravdivé a mnohdy až absurdní, svědčí o tom, že nemá pro tuto roli předpoklady.

¹⁵⁹ Jiří Ovčáček. In: *Facebook* [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: facebook.com/jiriovcacekunofficial

Konkrétně Svobodný vysílač má na Facebooku přes 12 000 fanoušků. Jedná se o stránku a související internetové rádio, které podporuje konspirační teorie, příklon k Rusku a podobné kontroverzní názory a postoje. A zdaleka se nejedná o jediné internetové médium s podobným zaměřením. Tzv. *občanská* nebo *komunitní* média existují ve formě rozhlasových nebo televizních stanic, elektronických nebo tištěných médií. Jsou charakteristické nezávislostí na vládě a politických stranách, komerčních a náboženských institucích a jejich činnost je zpravidla nezisková. S rozvojem možností šíření obsahu roste i jejich rozvojový potenciál a všeobecný dosah¹⁶⁰ Možnost publikovat je nyní dostupná všem bez ohledu na vzdělání, odbornost nebo jakoukoli jinou způsobilost, což s sebou ale přináší zjevná rizika.

5.2 Příklad falešného účtu Miroslava Ransdorfa

Na začátku prosince 2015 bylo jedním z hlavních témat českých médií zatčení tehdejšího komunistického europoslance Miroslava Ransdorfa při pokusu o vybrání stamilionů Euro ve švýcarské bance.¹⁶¹

V této souvislosti bylo na Twitteru účtem @RansdorfM zveřejněno prohlášení: „Informace o tom, že jsem chtěl podvodem získat 350 mil € , je lež. Jde o cílenou diskreditaci mé osoby. V tuto chvíli nemohu více napsat.“¹⁶² (viz Obrázek 23). Zdálo se, že se jedná o oficiální vyjádření politika k aktuálním událostem. Tento tweet využilo jako zdroj informací hned několik zpravodajských serverů, mezi nimi i TN.cz, kde je v současné době sice již článek s upraveným zněním, ale podle jeho webové adresy je zřejmé, že původní verze nekriticky informaci z twitterového účtu převzala.¹⁶³ Na základě příspěvku na falešném profilu publikovaly článek i servery iDNES.cz, Blesk.cz nebo Novinky.cz, kde však vyjádřili pochybnosti o pravosti profilu.¹⁶⁴

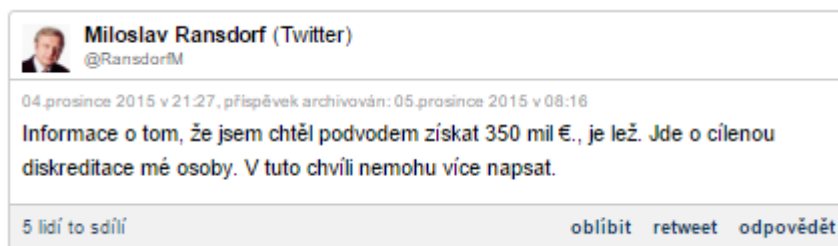
¹⁶⁰ JAKUBOWICZ, Karol. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum, 2013, s. 170. ISBN 978-80-87500-37-8.

¹⁶¹ Ransdorfa zatkla švýcarská policie, v bance chtěl vybrat stamiliony eur. IDNES.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/policie-zatkla-ve-svycarsku-ransdorfa-dhn-/domaci.aspx?c=A151204_153130_domaci_cen

¹⁶² Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. Pooh.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>

¹⁶³ 350 milionů eur jsem nekradl, tvrdí na Twitteru falešný Ransdorf!. TN.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/350-milionu-eur-jsem-nekradl-tvrdi-ransdorf-vse-pry-vysvetli.html>

¹⁶⁴ Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. Pooh.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>



Obrázek 23: Tweet falešného profilu Miroslava Ransdorfa¹⁶⁵

Následující den, v sobotu 5. prosince 2015, zveřejnil stejný twitterový účet další příspěvek: „Základním principem žurnalistiky je ověření informací ze dvou zdrojů... Tohle je samozřejmě FAKE profil“¹⁶⁶ Na jeho základě zpravodajské servery upravily původní články, do nichž zakomponovali sdělení, že se jednalo o informace z falešného profilu. Ten byl krátce nato zablokován.

Tento případ je důkazem toho, jak snaha o co nejrychlejší publikování zpráv má za následek nedostatečné ověřování informací. Překážkou v převzetí tweetu, nebo alespoň podnětem k ověření informace, některým novinářům nebylo ani to, že založený byl ve stejný den, kdy inkriminovaný příspěvek zveřejnil.¹⁶⁷

5.3 Falešný účet KFC urážející zákazníky

Falešné účty často reagují na aktuální společenská témata. Pokud se jim podaří odolat snahám o zrušení, tak jejich aktivita skončí ve chvíli, kdy už o dané téma není zájem.

Ukázkou takto jednoúčelového profilu, který byl velmi rychle zrušen, je facebooková stránka KFC.CZ. Ta se objevila ve chvíli, kdy v českých médiích a hlavně na sociálních sítích rezonovala kauza rychlého občerstvení KFC, které začalo nabízet rozvoz jídla zdarma, který ale ve skutečnosti zákazníci zaplatili vyšší cenou za pokrmy.¹⁶⁸

Všeobecného zájmu o tuto aféru využil v této době (červen 2016) neznámý autor, který založil účet KFC.CZ. Jako profilovou fotografii využil reálné logo KFC a s tímto uživatelským jménem začal provokovat a nevybíravým způsobem urážet diskutující na oficiálním facebookovém účtu KFC. Tato aktivita vyvolala u mnohých dojem, že se jedná

¹⁶⁵ Zdroj obrázku: Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. In: *POOH.CZ* [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>

¹⁶⁶ Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. Pooh.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>

¹⁶⁷ ¹⁶⁷ Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. Pooh.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>

¹⁶⁸ Viz např.: Rozvoz kuřat z KFC zdarma, který není zdarma, baví internet. Nachytali se zákazníci i Hitler. Aktualne.cz [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/rozvoz-kurat-z-kfc-zdarma-ktery-neni-zdarma-bavi-internet-na/r~131bdb702bcc11e68afb002590604f2e/>

o komunikaci správce pravého profilu. Tomuto uvěřil mimo jiné politik a teplický radní Dominik Feri nebo bulvární deník eXtra.cz, který publikoval článek „Začali urážet zákazníky! KFC má v Česku obrovský problém!“¹⁶⁹ kde uveřejnil obrázky vybraných komentářů falešného profilu. Feri později uznal svůj omyl, redaktori eXtra pouze článek bez omluvy modifikovali.¹⁷⁰

Jedná se o další příklad toho, jak snaha publikovat články co nejdříve vede k chybám a zveřejňování informací nepravdivých.

5.4 Falešný výrok Davida Ratha

Posledním příkladem převzetí informace z falešného profilu budiž případ internetového zpravodajského deníku Eurozprávy.cz.

Ten v lednu 2017 ve článku „*Polít se benzínem a škrtnout sirkou není odvážné. Jít do politiky ano, tvrdí o Palachovi Rath*“¹⁷¹ citoval falešný profil exhejtmana Středočeského kraje, bývalého politika a současného lékaře Davida Ratha (viz Obrázek 24). Autor v něm zlehčuje čin sebeupálení Jana Palacha a v narážce na Rathovu kariéru vyzdvihuje jeho vlastní úspěchy.



Obrázek 24: Kontroverzní příspěvek na falešném profilu Davida Ratha.¹⁷²

Od předchozích případů je tento odlišný v tom, že článek je stále v nezměněné podobě na internetu.

¹⁶⁹ Začali urážet zákazníky! KFC má v Česku obrovský problém!. Extra.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.extra.cz/zacali-urazet-zakazniky-kfc-ma-v-cesku-obrovsky-problem>

¹⁷⁰ KFC se omlouvá za "falešný" rozvoz zdarma. Zákazníkům nabídne jako odškodnění poukaz na jídlo. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kfc-se-omlouvava-za-rozvoz-zdarma-zakaznikum-kteri-si-koupili/r~0d0a14e2cae1e69966002590604f2e/>

¹⁷¹ Polít se benzínem a škrtnout sirkou není odvážné. Jít do politiky ano, tvrdí o Palachovi Rath. Eurozprávy.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://domaci.eurozpravy.cz/politika/179814-polit-se-benzinem-a-skrtnout-sirkou-neni-odvazne-jit-do-politiky-ano-tvrdi-o-palachovi-rath/>

¹⁷² Zdroj obrázku: Palach nebyl hrdina. Falešný profil Ratha pobouřil veřejnost i exhejtmana. In: *Echo24.CZ* [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/iLS6g/palach-nebyl-hrdina-falesny-profil-ratha-pobouril-verejnost-i-exhejtmana>

Závěr

Cílem této práce bylo zmapovat fenomén, který se v posledních letech objevuje na sociálních sítích Facebook a Twitter – falešné profily skutečných osobností, firem nebo institucí. V převážné většině se jedná o profily zaměřené na politická témata. Jsou tak významným prvkem na poli české politické satiry, o čemž svědčí nejen jejich vysoká obliba, kterou dokazují statistická data profilů, ale také různá ocenění pro ty nejúspěšnější z nich – jedním z nejvýznamnějších je nedávné vítězství falešné facebookové stránky Jiřího Ovčáčka v populární čtenářské anketě Křišťálová lupa 2018, ve stejné anketě se v minulosti umístil na předním místě i falešný profil Karla Schwarzenberga. Sociální sítě tak vytvářejí příhodné prostředí pro tento významný žánr, který, jak je v práci popsáno, má potenciál ovlivňovat dokonce i politické názory veřejnosti a potažmo pak i její rozhodování při volbách.

V zájmu uvedení do tématu bylo nejprve nezbytné představit obecně problematiku sociálních sítí, jejich historii, současnost a také specifikovat, jakým způsobem se ve svých podmínkách pro užití vypořádávají s ochranou osobnosti. Jinými slovy, jak chrání osoby před zneužitím jejich jména. Z tohoto pohledu vyplynulo, že benevolentnější je v tomto směru Twitter, který parodické profily výslovně povoluje za předpokladu, že dodrží přesně daná pravidla, která mají za cíl jasně odlišit falešné profily od skutečných. Facebook je v tomto směru striktnější, proto také na této službě existuje výrazně menší počet falešných profilů a zpravidla když je nějaký založen, brzy je jeho existence nuceně ukončena. Tuto část práce zakončuje pasáž věnovaná pojmu „politická satira“ a jeho zasazení do kontextu tématu, a to z toho důvodu, že většina českých falešných účtů jsou právě účty politiků nebo osob s politikou spjatých.

Následoval již bližší pohled na téma práce, kdy byl obecně představen fenomén falešných profilů, jejich historie a současnost a zároveň byl nabídnut pohled na toto téma v kontextu Facebooku a Twitteru. Byl zde také prezentován žebříček nejvýznamnějších satirických účtů, který se stal základem pro následující kapitulu.

Ta je stěžejní částí celé práce. Nabízí detailní pohled na konkrétní falešné profily v prostředí českých sociálních sítí. Jde o účty píšící pod jménem Karla Schwarzenberga, kardinála Vlka, společnosti OVB Allfinanz, a.s., Jiřího Ovčáčka, Miloše Zemana, Michala Bílka a Martina Konvičky.

Každý z těchto účtů je obecně představen, nastíněny jsou okolnosti jeho vzniku, přijetí publikem a další detaily. Jsou prezentovány kvantitativní charakteristiky každého z nich – počty sledujících a další statistiky profilu, rozboru jsou také stručně podrobeny příspěvky, které autoři píšou. U každého profilu jsou citovány ty nejúspěšnější, což má za cíl představit styl, který daný autor pro svou tvorbu zvolil.

Hlavním přínosem práce pak jsou rozhovory s autory a v kontrastu s nimi rozhovory s napodobovanou stranou. Podařilo se nashromáždit tyto podklady např. od skutečného Jiřího Ovčáčka, Martina Konvičky nebo Tomia Okamury, z autorů profilů se vyjádřili mimo jiné autoři dvou nejvýznamnějších českých twitterových účtů a podrobnou výpověď poskytl i autor populární facebookové parodie Jiřího Ovčáčka.

Z odpovědí vyplývá mnoho zajímavých faktů, třeba že proti činnosti autora falešného profilu Jiřího Ovčáčka zakročila ruská vládní organizace nebo že známý satirický účet kardinála Vlka zakládal člověk, který k němu měl z počátku až nenávistný vztah. Dále vyšlo najevo, že pouze třetina autorů se sociálními sítěmi zabývá profesně. Pohnutky pro publikaci se u každého autora liší, obecně se dá shrnout, že jedním z důvodů je pobavení sebe sama a publika, ale jsou i autoři, kteří tvoří z důvodu profesního zájmu nebo začali s touto činností čistě proto, že objevili volné uživatelské jméno a v začátcích ani neplánovali se této aktivitě více věnovat. Napříč tvůrci se liší vztah ke straně, kterou parodují. Třetina uvedla, že je neutrální, třetina negativní a zbylí deklarují více emocí, včetně jejich postupného vývoje v čase. Podobnou činnost na více účtech přiznala polovina dotázaných. Co se týče způsobu šíření povědomí o účtu, dvě třetiny odpověděly, že jej nijak nepodporují a spoléhají na virální šíření obsahu, zbylá třetina využívá možnosti daných sociálních sítí a snaží se fanoušky získat aktivní činností, například retweety nebo odpověďmi na významných profilech. Pouze jeden autor uvedl, že čelil snahám o ovlivnění své činnosti, dva se pak setkali s (víceméně úspěšnými) snahami o zrušení svých účtů. Většina tvůrců se setkává s převážně pozitivními reakcemi veřejnosti, pouze jeden uvedl, že jsou reakce smíšené.

Do práce byla dále zařazena komparativní analýza dvou facebookových profilů, konkrétně falešného a skutečného Jiřího Ovčáčka. Stránky byly zkoumány z pohledu aktivity autorů a zapojení komunity. Vyšlo mimo jiné najevo, že při šestinovém počtu fanoušků je skutečný Jiří Ovčáček výrazně aktivnější v publikování příspěvků a že v posledních měsících je patrný přesun jeho aktivit z Twitteru na Facebook, který však může být krátkodobým

výkyvem a až dlouhodobý horizont potvrdí nebo vyvrátí pravdivost tohoto trendu. Dalším zjištěním je fakt, že falešný profil vykazuje větší množství reakcí a skutečný naopak větší aktivitu komunity v komentářích. Nepodařilo se potvrdit hypotézy, podle kterých měl být satirický účet aktivnější mimo pracovní dobu.

Následující část se věnuje fenoménu falešných účtů v zahraničí, a to z důvodu nastínění rozdílů oproti lokální scéně. Docházím k závěru, že tematicky jsou zahraniční účty výrazně pestřejší - zatímco na českém Twitteru převládají profily politiků, zahraničí je více koncentrováno na celebrity, firmy nebo fiktivní osobnosti – svůj falešný anglicky psaný účet tak má třeba Bůh nebo Darth Vader z Hvězdných válek. Detailněji pak pro ilustraci představuji profily Baracka Obamy a britské královny Alžběty II.

Cílem poslední kapitoly je upozornit na nebezpečné situace, kdy média nejsou schopna nebo ochotna ověřit zdroj, a tak pro zpravodajství využívají citaci z falešných profilů, aniž by si ověřily jejich autenticitu. V této části představuji čtyři různé případy, kdy média založila zprávu na takovéto citaci.

Přínos této práce tkví v tom, že přinesla pohled na téma, které je v českém akademickém prostředí dosud málo zmapované a ani v prostředí internetu neexistuje na toto téma ucelený souhrn informací. Ty je tak možné získat pouze odděleně z mnoha jednotlivých zdrojů. Tato práce měla proto za cíl poskytnout celistvý pohled na tuto tematiku.

Summary

The aim of this work was to provide an overview of fake Czech profiles on Twitter and Facebook. A "fake profile" in this context means such profile whose goal is to entertain through satire or parody, which exploits the real characteristics of the publicly known personality.

The work begins with a brief introduction of social networks in general and then the particular phenomenon, fake profiles. A list of most significant Czech Twitter profiles based on their activity was created in order to provide background for the next chapters. The first section also deals with the terms *satire*, *parody* and *political satire*. A brief look at social networks as an environment for political competition is provided too. Web service's principals to protect personality are presented as well as a brief look into Czech law regarding this topic.

The main part of the thesis deals with the analysis of particular Czech fake profiles. A total of 7 Twitter and 1 Facebook accounts were presented in closer detail. Each of them was generally introduced and its quantitative characteristics (number of followers, average number of contributions, etc.) were outlined. The crucial part of the work consists of interviews with profile makers on one hand, and with real personalities whose names are used by creators of fake accounts on the other hand. I managed to interview the authors of two biggest Czech fake Twitter profiles and the valuable contribution was also gained from the author of one of the few Czech significant Facebook fake profiles of Jiří Ovčáček. Moreover, inputs from president Zeman's real spokesman Jiří Ovčáček or popular politician Tomio Okamura are presented as they agreed to co-operate on this thesis.

The interviews with the authors of fake profiles have shown, among other things, that the authors do these activities mainly for fun, some of them are social network professionals and most of them didn't face any attempt to influence themselves in any way. Majority of them do not actively support awareness of their accounts, however one third do use some techniques (e.g. retweets of comments) to gain more fans. One of the interesting finding was, among others, that the Russian government institution took action to terminate one of the satiric profiles.

In this section a comparative analysis of two Facebook accounts was also conducted, namely on fake and real president Zeman's spokesman Jiří Ovčáček's profiles. In this analysis it turned out, among other findings, that despite way smaller audience, the official profile is significantly more active and that Jiří Ovčáček may be shifting his focus from Twitter to Facebook. When comparing activity of audience, fake profile has significantly more average count of reactions but the posts of the official one are more commented.

In the next chapter the international scene was presented. Among other things, it has become clear that the most important local profile of @schwarzenbergk is comparable in terms of reach with some of the very popular international accounts. It also turned out that profiles on the international scene are thematically far more varied. Also two major false profiles were introduced - Barack Obama and Queen Elizabeth II.

The last chapter was devoted to the topic of overtaking fake account's posts to the news media. This pointed to the problem of verifying information by journalists who are able to accept false information as reality. Four particular examples of this from the Czech environment were presented.

Použitá literatura

Knižní zdroje:

- BENEŠOVÁ, Jitka. Velký slovník naučný. Praha: Diderot, 1999, Encyklopedie Diderot. ISBN 80-902723-1-2.
- BOYD, Danah. It's complicated: the social lives of networked teens. S.l.: Yale University Press, 2015. ISBN 9780300199000.
- FUCHS, Christian. Social media: a critical introduction. Los Angeles: SAGE, 2014. ISBN 978-1-4462-5730-2.
- GIBSON, Rachel, Marta CANTIJOCH a Stephen WARD. Analysing social media data and web networks. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-27676-6.
- JAKUBOWICZ, Karol. Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza. Zlín: Verbum, 2013. ISBN 978-80-87500-37-8.
- JENKINS, Henry. Convergence culture: where old and new media collide. [New ed.]. New York: New York University Press, 2008. ISBN 9780814742952.
- KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. Fenomén facebook. Kladno: BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.
- MOCNÁ, Dagmar a Josef PETERKA. Encyklopedie literárních žánrů: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu. Praha: Paseka, 2004. ISBN 80-7185-669-x.
- Ochrana osobností v internetovém věku: sborník textů z právnické konference na Fakultě sociálních studií MU v Brně. Praha: MAFRA, 2013. 120 let Lidových novin. ISBN 978-80-260-4903-6.
- ORLICKÝ, Jan. Záhady komična: teorie komična, vtipu, gagu a smíchu. Praha: Futura, 2003. ISBN 80-85523-93-0.
- PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální síť. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.
- SAFKO, Lon. The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success. 2nd ed. Hoboken, N.J.: Wiley, c2010. ISBN 978-0-470-62397-8.

- SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SHIFMAN, Limor. Memes in digital culture. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, [2014]. ISBN 9780-262-52543-5.
- SIAPERA, Eugenia. Understanding new media. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011. ISBN 978-1-84860-779-8.
- WIMMER, Roger D. a Joseph R. DOMINICK. Mass media research: an introduction. 5th ed. Belmont [Calif.]: Wadsworth Pub., c1997. ISBN 0-534-24474-2.

On-line zdroje:

- 350 milionů eur jsem nekradl, tvrdí na Twitteru falešný Ransdorf!. TN.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/350-milionu-eur-jsem-nekradl-tvrdi-ransdorf-vse-pry-vysvetli.html>
- Alexa Top 500 Global Sites. Alexa.com [online]. [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: <http://www.alexa.com/topsites>
- Alexa Top 500 Global Sites. Alexa.com [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <http://www.alexa.com/topsites>
- Barack Obama has 19.5 MILLION fake Twitter followers. Daily Mail Online [online]. [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2430875/Barack-Obama-19-5m-fake-Twitter-followers.html>
- Coming soon: express even more in 140 characters. Twitter Blogs [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://blog.twitter.com/express-even-more-in-140-characters>
- Donutil jako zrádce národa? Herec chce podat žalobu - Echo24.cz. Echo24.cz [online]. [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/iziAT/donutil-jako-zradce-naroda-herec-chce-podat-zalobu>
- Elizabeth Windsor. In: Twitter [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z: https://twitter.com/Queen_UK/status/836108339650113537
- Facebook Launches Verified Accounts. Mashable.com [online]. [cit. 2017-04-16].

- Dostupné z: <http://mashable.com/2013/05/29/facebook-launches-verified-accounts/#3NNR7sTedmqr>
- Facebook stats of popular Community pages in Czech Republic. Socialbakers [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/czech-republic/community/page-9-13/>
 - Facebook zrušil Škromachovi účet, prý neexistuje. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/facebook-zrusil-skromachovi-ucet-pry-neexistuje-fbn-/lide.aspx?c=A110618_123846_lide_mev
 - Facts About Social Media | Social Statistics for Businesses. Social Land [online]. [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://socialland.co.uk/facts.html>
 - Falešný Bílek baví Twitter: Čtyři obránci a brankář je málo. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: http://sport.lidovky.cz/falesny-bilek-bavi-twitter-ctyri-obranc-i-a-brankar-je-malo-pm8-/fotbal.aspx?c=A130324_141639_1n-fotbal-repre_vrb
 - Falešný Miloslav Ransdorf na Twitteru. A hádejte co se stalo v českých médiích? Naletěla. In: POOH.CZ [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.poooh.cz/IT/a.asp?a=2018530>
 - Finanční poradci OVB dostali pětimilionovou pokutu. Za klamání klientů. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/financni-poradci-ovb-dostali-petimilionovou-pokutu-za-klamave-praktiky-1o5-/ekonomika.aspx?c=A160315_212828_ekonomika_nio
 - Free Twitter analytics [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: tweetchup.com
 - Freedom on the Net 2016. Freedom House [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>
 - Freedom on the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy. Freedom House [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017>
 - GALERIE: Češi vtipkují o Rusech. Poskytneme vám pomoc, vzkazuje falešné velvyslanectví. In: Forum24 [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z:

<http://forum24.cz/galerie-cesi-vtipkuji-o-rusech-poskytneme-vam-pomoc-vzkazuje-falesne-velvyslanectvi/#4>

- GET statuses/user_timeline. Twitter Developers [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: https://dev.twitter.com/rest/reference/get/statuses/user_timeline
- Global social media ranking 2018. Statista [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- CHEN, HSUAN-TING, CHEN GAN a PING SUN. How Does Political Satire Influence Political Participation? Examining the Role of Counter- and Proattitudinal Exposure, Anger, and Personal Issue Importance. International Journal of Communication [online]. 2017(11), 1312 [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/6158/2098>
- Inactive account policy. Twitter [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/inactive-twitter-accounts>
- Informační společnost v číslech - 2018: Kapitola C: Jednotlivci, s. 18. ČSÚ [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/61601892/061004-18_C.pdf
- Jak mohu postupovat v případě šíření hanlivých a dehonestujících informací na sociálních sítích, v internetových diskuzích apod. o mé osobě? Úřad pro ochranu osobních údajů [online]. [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: <https://www.uoou.cz/jak-mohu-postupovat-v-pripade-sireni-hanlivych-a-dehonestujicich-informaci-na-socialnich-sitich-v-internetovych-diskuzich-apod-o-me-osobe/d-11338>
- Jak se daří jednotlivým sociálním sítím v České republice? AMI Digital [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://www.amidigital.cz/digikydy/jak-se-dari-jednotlivym-socialnim-siti-v-ceske-republice/>
- Jiří Ovčáček - Hlavní stránka. Facebook [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial/photos/p.1192118257592904/1192118257592904/?type=1&theater>
- Jiří Ovčáček - Informace. Facebook [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/jiriovcacekunofficial/about/?ref=page_internal

- Jiří Ovčáček. [Dnes vám budu vyprávět příběh o tom...]. Facebook [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial/posts/629500507188018>
- Jiří Ovčáček. Facebook [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: [facebook.com/jiriovcacekunofficial](https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial)
- Jiří Ovčáček. Twitter [online]. [cit. 2017-04-19]. Dostupné z: https://twitter.com/ovcacek_jiri
- Karel Schwarzenberg. In: Twitter [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: twitter.com/schwarzenbergk
- KFC se omlouvá za "falešný" rozvoz zdarma. Zákazníkům nabídne jako odškodnění poukaz na jídlo. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kfc-se-omlouvava-za-rozvoz-zdarma-zakaznikum-kteri-si-koupili/r~0d0a414e2cae11e69966002590604f2e/>
- Křišťálová Lupa 2012 - Výsledky. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://kristalova.lupa.cz/2012/vysledky/>
- Kvíz: Kdo je velekněz antizemanovské sekty? Vyzkoušejte si, zda poznáte pravého Ovčáčka od falešného. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/kviz-sledujete-bedlive-socialni-site-jiriho-ovcacka-rozeznat/r~2e67a6feeee311e6a3fa002590604f2e/>
- Leading global social networks 2017. Statista.com [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Markething.cz. [Na Twitteru nás včera pobavil účet parodující společnost OVB...] In: Facebook [online]. 23. ledna 2015 18:01 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/markething.cz/photos/a.219330581489054.55296.182102028545243/806714486083991/?type=3&theater>
- Martin konvička, ivěrn - Prozkoumat. Trendy Google [online]. [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=CZ&q=martin%20konvi%C4%8Dka,iv%C4%8Drn>
- Most popular Twitter accounts in Czech Republic. Socialbakers [online]. [cit.

- 2018-06-23]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/czech-republic/>
- Na Facebooku je falešný Kellnerův profil. Ošálil politiky i byznysmeny - iDNES.cz. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/falesny-profil-petra-kellnera-na-facebooku-f2c-/ekonomika.aspx?c=A130807_203642_ekonomika_ert
 - NE Ondráčkovi do čela komise pro GIBS. Facebook.com [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://www.facebook.com/events/2007995549518390/?active_tab=about
 - Number of social media users worldwide 2010-2021. Statista.com [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
 - OVB čelí žalobě ze strany sdružení Klienti Helvag. Investujeme.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/kratke-zpravy/ovb-celi-zalobe-ze-strany-sdruzeni-klienti-helvagu/>
 - OVB je zlo, tvrdí mladík. Za svůj film o finančních poradcích jde k soudu. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/dokument-jakuba-charvata-kritizuje-praktiky-ovb-f6a-/test.aspx?c=A160826_101149_test_nio
 - OVBparody. [K protikuřáckému zákonu: ...] In: Twitter [online]. 26. května 2016 15:18 [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <https://twitter.com/OVBparody/status/735822409723416577>
 - OVBparody. [Počínaje zítřkem nám prořídnou ...] In: Twitter [online]. 30. června 2015 10:44 [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <https://twitter.com/OVBparody/status/615803022904442881>
 - Ovčáček měl zablokovaný profil na Facebooku. Obvinil z toho pražskou kavárnu. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/ovcacek-ma-zablokovany-profil-na-facebooku-obvinil-z-toho-prazskou-kavarnu-16s-/lide.aspx?c=A151018_131700_lide_sk
 - Ovčáčkovo lhaní si zesměšnit zaslouží, říká falešný mluvčí a vzkazuje: Nevěřte

- nikomu, nejen na síti. Aktuálně.cz [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/jde-o-me-skodolibe-poteseni-ovcacek-si-uziva-ze-se-o-nem-pis/r~1422ee361f6a11e7afda0025900fea04/?_ga=1.201467156.480540654.1466603665
- Palach nebyl hrdina.‘ Falešný profil Ratha pobouřil veřejnost i exhejtmana. In: Echo24.CZ [online]. [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/iLS6g/palach-nebyl-hrdina-falesny-profil-ratha-pobouril-verejnost-i-exhejtmana>
 - Parody, commentary, and fan account policy. Centrum nápovědy Twitteru [online]. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <https://support.twitter.com/articles/106373#>
 - Podmínky. Facebook.com [online]. [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>
 - Podrážděný Bílek v konfliktu s novináři: Jste neobjektivní kritici. Týden.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/sport/fotbal/reprezentace/podrazdeny-bilek-v-konfliktu-s-novinari-jste-neobjektivni-kritici_204010.html
 - Polít se benzínem a škrtnout sirkou není odvážné. Jít do politiky ano, tvrdí o Palachovi Rath. Eurozprávy.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://domaci.eurozpravy.cz/politika/179814-polit-se-benzinem-a-skrtnout-sirkou-neni-odvazne-jit-do-politiky-ano-tvrdi-o-palachovi-rath/>
 - Politická korektnost: Ovčáček spustil nekorektní účet na Twitteru. Jeho účel není jasný. HlídacíPes.org [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/politicka-korektnost-ovcacek-spustil-nekorektni-ucet-na-twitteru-jeho-ucel-neni-jasny/>
 - Protesty proti Ondráčkovi přilákaly po celé zemi na třicet tisíc lidí. IDNES.cz [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/protest-ondracek-bilance-kscm-dkc-/domaci.aspx?c=A180306_094413_domaci_kop
 - Ransdorfa zatkla švýcarská policie, v bance chtěl vybrat stamiliony eur. IDNES.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/policie-zatkla-ve->

svycarsku-ransdorfa-dhn-/domaci.aspx?c=A151204_153130_domaci_cen

- Report: 44% of Registered Twitter Users Have Never Tweeted. Mashable [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <http://mashable.com/2014/04/11/twitter-users-dont-really-tweet/#JwwPHdi.dGq1>
- RILL, Leslie A. a Christopher L. B. CARDIEL. Funny, Ha-Ha. American Behavioral Scientist [online]. 2013, 57(12), 1739 [cit. 2018-04-05]. DOI: 10.1177/0002764213489016. ISSN 0002-7642. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764213489016>
- RIP fake Ovce: satirický facebookový profil falešného Jiřího Ovčáčka to zabalil. G.cz [online]. [cit. 2018-09-01]. Dostupné z: <https://g.cz/rip-fake-ovce-satiricky-facebookovy-profil-falesneho-jiriho-ovcacka-to-zabalil/>
- Rozvoz kuřat z KFC zdarma, který není zdarma, baví internet. Nachytali se zákazníci i Hitler. Aktualne.cz [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/rozvoz-kurat-z-kfc-zdarma-ktery-neni-zdarma-bavi-internet-na/r~131bdb702bcc11e68afb002590604f2e/>
- Seekmetrics [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://seekmetrics.com/insights/facebook/485320041606066/2018-01-02/2018-11-22>
- Schwarzenberg chce přesvědčit venkovany. Starostové zaklepají na jejich dveře. IHNED.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://domaci.ihned.cz/politika/c1-59121920-schwarzenberg-zeman-volba-prezidenthttp://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59121920-schwarzenberg-zeman-volba-prezident>
- Skutečný kardinál Vlk: Účet @kardinalvlk na Twitteru sleduji, zvažoval jsem žalobu. Lupa.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/skutecny-kardinal-vlk-ucet-kardinalvlk-na-twitteru-sleduji-zvazoval-jsem-zalobu/>
- Služba Spolužáci.cz na konci srpna skončí. Marketing journal [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: https://www.m-journal.cz/cs/sluzba-spoluzaci-cz-na-konci-srpna-skonci__s288x13628.html

- Sociální síť Miloše Čermáka: Pozor, teď si budeme trochu vymýšlet!. Ihned.cz [online]. [cit. 2017-04-26]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-63480380-socialni-site-milose-cermaka-pozor-ted-si-budeme-trochu-vymyslet>
- Statistics of the top Twitter accounts. Socialbakers [online]. [cit. 2018-06-23]. Dostupné z: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/>
- Stížnost ukončila falešného Vlka na Twitteru, knížecí recese jede dál. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. ISSN 1213-1385. Dostupné z: http://byzns.lidovky.cz/kardinalova-stiznost-ukoncila-falesneho-miloslava-vlka-na-twitteru-knizeci-recese-jede-dal-gyq-/media.aspx?c=A120815_160322_ln-media_mev
- The History of Hashtags in Social Media Marketing [INFOGRAPHIC]. Adweek [online]. [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.adweek.com/digital/history-hashtag-social-marketing/>
- The Protester - TIME's People Who Mattered in 2011. TIME [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2101745_2102132,00.html
- The World's Most Valuable Brands. Forbes.com [online]. [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>
- TOP 09: Karel Schwarzenberg na Twitteru. TOP09.cz [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-karel-schwarzenberg-na-twitteru-7575.html>
- Top 100 Most Followed Users on Twitter. Twitter Counter [online]. [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://twittercounter.com/pages/100>
- Trenér Bilek litoval Barošova konce. A vynadal novináři. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: http://sport.lidovky.cz/bilek-v-barosovi-nam-odchazi-obrovaska-persona-moc-me-to-mrzi-pqu-/fotbal-me2012.aspx?c=A120622_171351_euro2012_vlh
- Tweet roku poslal falešný Schwarzenberg. Česká televize [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1093892-tweet-roku->

poslal-falesny-schwarzenberg

- Twitter [online]. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: twitter.com
- Twitter Announces First Quarter 2017 Results. Twitterinc.com [online]. [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-2F526X/4441796065x0x939178/F2518C3F-B4E7-48F9-A787-65A384693C16/TWTR_Q1_17_Earnings_Press_Release.pdf
- Twitter slaví páté narozeniny, jak se vůbec narodil? Cnews.cz [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.cnews.cz/twitter-slavi-pate-narozeniny-jak-se-vubec-narodil/>
- Twitter v ČR stále zaostává za Facebookem, uživatelů ale přibývá. Mediahub [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/media/900591-twitter-v-cr-stale-zaostava-za-facebookem-uzivatelu-ale-pribyva>
- WordSift.org [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: [WordSift.org](http://www.wordsift.org), vlastní zpracování
- Začali urážet zákazníky! KFC má v Česku obrovský problém!. Extra.cz [online]. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <http://www.extra.cz/zacali-urazet-zakazniky-kfc-ma-v-cesku-obrovsky-problem>
- Ze světových lídrů má nejvíce sledujících na Twitteru Obama, posiluje papež. V Česku vede Babiš. Reflex.cz [online]. [cit. 2017-05-10]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/64115/ze-svetovych-lidru-ma-nejvice-sledujicich-na-twitteru-obama-posiluje-papez-v-cesku-vede-babis.html>
- Zemětřesení v OVB. Kvůli skandálům poradců končí tři vysocí manažeři. Lidovky.cz [online]. [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/zemetreseni-v-ovb-kvuli-skandalum-poradcu-konci-tri-vysoci-manazeri-1i3-/zpravy-domov.aspx?c=A160914_153600_ln_domov_jzl

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Jiří Poloch

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta sociálních věd

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2014/2015

Došlá dne: 18-09-2015

E-mail diplomantky/diplomanta:jirkapo@gmail.com

5612

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia / kombinovaná

Předpokládaný název práce v češtině:

Satira a parodie na sociálních sítích: falešné české profily

Předpokládaný název práce v angličtině:

Satire and parody on social networks: fake Czech profiles

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2015/2016

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Sociální sítě na internetu jsou fenoménem posledních let. Vliv těchto služeb už dávno přesáhnul jejich webové stránky nebo speciální aplikace a projevuje se v mnoha oblastech: v marketingu, elektronických i tištěných médiích, v mnoha dalších internetových službách apod. Navazování kontaktů a sdílení obsahu, tedy základní princip fungování internetových sociálních sítí, s sebou přináší široké možnosti využití a každý z uživatelů s touto volností nakládá jinak. A jedním ze způsobů využití je právě satira a parodie. Především na síti Twitter existuje v této souvislosti několik známých profilů s velkým množstvím odběratelů. Pro příklad: @schwarzenbergk, parodující Karla Schwarzenberga, @PrezidentZeman, bavící své „followery“ jménem současného prezidenta nebo @OVBparody, která nepokrytě zesměšňuje známou finančně-poradenskou společnost. A právě analýzou těchto profilů (budu používat označení „falešné profily“) bych se ve své práci chtěl zabývat. Při průzkumu dosavadních vysokoškolských prací jsem totiž nezaznamenal, že by se tomuto fenoménu dosud někdo věnoval. Převážně se budu zabývat politickou satirou, jelikož ta v tomto směru v českých sociálních sítích podle mého předběžného průzkumu převažuje, nicméně nevyhnu se ani profilům parodujícím osobnosti z jiných oblastí veřejného života a rovněž se budu zabývat falešnými profily firem nebo jiných organizací.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Cílem práce je zmapovat tyto profily v českém prostředí, analyzovat je po obsahové stránce, porovnat je navzájem a určit jejich případná specifika. Důležitou částí práce budou stanoviska zúčastněných stran - rád bych kontaktoval jak skutečné autory profilů, tak i stranu, která je parodovaná, a získal jejich názory. Pro kontext se pokusím vyhledat a popsat výskyt tohoto fenoménu i v zahraničí. Zaměřím se také na případy, kdy tištěná nebo elektronická média přejala obsah z těchto profilů v domnění, že se jedná o oficiální profily osob nebo organizací, jejichž jménem píší. Důležitý bude také popis regulací, které internetové sociální sítě využívají proti podobným zneužitím.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod do problematiky
 - a. Obecná charakteristika sociálních sítí
 - b. Charakteristika konkrétních sítí, kterými se bude práce zabývat
 - c. Regulace, které provozovatelé sociálních sítí přijímají proti zneužití profilů
2. Představení zkoumaných falešných profilů
 - a. Statistické údaje o profilech

- b. Nástin obsahu
- c. Představení parodované strany
- 3. Analýza obsahu falešných profilů
 - a. Obsahová analýza
 - b. Reakce veřejnosti
- 4. Konfrontace autorů profilů a parodovaných osob nebo firem
 - a. Vyjádření autorů falešných profilů k pohnutkám, které je vedly k založení profilu, komplikace s provozem profilu, přijetí veřejností apod.
 - b. Vyjádření parodované strany – pokusy o nápravu, přijaté kroky, názor na obsah profilů apod.
- 5. Přejímání obsahu do médií
 - a. Nalezení článků a dalšího obsahu v médiích, kde autoři čerpali z falešných profilů. Opatření, která média přijala po zjištění své chyby.
- 6. Falešné profily v zahraničí
 - a. Příklady a stručná analýza situace v zahraničí, srovnání s českých prostředím
- 7. Závěr
 - a. Shrnutí poznatků, vyvození závěrů

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

Zaměřím se především na české prostředí sociálních sítí, obzvláště se bude jednat o Twitter. Analyzovat budu celou dobu existence těchto profilů. Vzhledem ke krátké historii existence předmětných služeb nepředpokládám, že bych se výrazněji zabýval obdobím starším 5 let. Dále budu využívat především elektronická média, z důvodu nalezení přejímaných zpráv.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Obsahová kvalitativní analýza, kvantitativní statistické metody.

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

- CANTIJOCH, Marta, Rachel GIBSON a Stephen WARD. Analysing social media data and web networks. First published. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, xiv, 287 stran. ISBN 978-1-137-27676-6.
 - Aktuální publikace se zaměřuje na shromažďování a analýzu dat ze sociálních sítí. Využívá interdisciplinární přístup, zahrnující poznatky z politologie, mediálních a komunikačních studií, ekonomie a informatiky.
- KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. Fenomén facebook. 1. vyd. Kladno: BigOak, 2010, 128 s. ISBN 978-80-904764-0-0.
 - Jedna z nemnoha dostupných publikací, zabývajících se jednu z nejvýznamnějších sociálních sítí dneška. Komplexní pohled na webovou službu, její využívání a specifika.
- MURTHY, Dhiraj. Twitter: social communication in the Twitter age. 1st ed. Cambridge: Polity press, 2013, xiii, 193 s. ISBN 978-0-7456-5239-9.
 - Kniha zkoumá Twitter jako globální komunikační médium a poskytuje teoretický rámec studentům, vědcům i samotným uživatelům, kteří chtějí kriticky hodnotit dopad Twitteru nejen na současné mediální prostředí.
- Ochrana osobností v internetovém věku: sborník textů z právnické konference na Fakultě sociálních studií MU v Brně. Vyd. 1. Praha: MAFRA, 2013, 33 s. ISBN 978-80-260-4903-6.
 - Sborník příspěvků z konference věnované ochraně osobnosti, která se konala v roce 2013 na půdě Fakulty sociálních studií MU v Brně
- PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální sítě. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.
 - Kniha se zabývá tematikou nových médií, webu druhé generace a sociálních sítí. Rozebírá teoretické koncepty nových médií a diskutuje jejich praktické aplikace.
- WELLER, Katrin. Twitter and society. New York: Peter Lang, 2014, xxxviii, 447 s. ISBN 978-1-4331-2170-8.

- Kniha poskytuje bohatý pohled na význam sociálních sítí v současném životě. Má za cíl posloužit jako podklad pro zkoumání sociálních sítí obecně a pomoci pochopit jejich fungování.

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)

Konkrétně tímto tématem se podle mého průzkumu dosud nikdo nezabýval. Nalezl jsem větší množství prací, tematicky zaměřených na sociální sítě, z nich vybírám ty nejrelevantnější:

- DEČMANOVÁ, Ingrid. Twitter jako nástroj aktivismu v České republice [online]. Brno, 2014 [cit. 2015-09-18]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Alena Macková. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/365782/fss_b/>.
- JIRÁSEK, Petr. Rozpoznání anomálních uživatelů na českém Twitteru [online]. Brno, 2015 [cit. 2015-09-17]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta informatiky. Vedoucí práce Lubomír Popelínský. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/373903/fi_m/>.
- MACKOVÁ, Alena. Nová média a občanská společnost – případová studie protestní skupiny Žít Brno [online]. Brno, 2013 [cit. 2015-09-18]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Michal Vašečka. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/217374/fss_m_b1/>.

Datum / Podpis studenta/ky

17. září 2015

Poloz
.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, 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.

TEAMIOTA TOMÁŠ

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 Obrázků

Obrázek 1: Tweet se zmíněním jiného uživatele	13
Obrázek 2: Stejná profilová fotografie falešného a skutečného profilu Jiřího Ovčáčka	15
Obrázek 3: Jeden z příspěvků na falešné stránce ruské ambasády	24
Obrázek 4: aktuální úvodní obrázek na falešném profilu	26
Obrázek 5: První příspěvek uživatele @schwarzenbergk	29
Obrázek 6: Tzv. word cloud-koláž z nejčastějších slov ve všech příspěvcích na účtu @schwarzenbergk	30
Obrázek 7: Nárůst fanoušků stránky Jiří Ovčáček v průběhu roku 2018	38
Obrázek 8: Průměrný měsíční počet příspěvků	44
Obrázek 9: Falešný profil - příspěvky dle části všedního dne	46
Obrázek 10: Skutečný profil - příspěvky dle části všedního dne	46
Obrázek 11: Falešný profil – příspěvky dle dnů v týdnu	47
Obrázek 12: Skutečný profil – příspěvky dle dnů v týdnu	47
Obrázek 13: Falešný profil – rozložení příspěvků dle typu obsahu	48
Obrázek 14: Skutečný profil – rozložení příspěvků dle typu obsahu	48
Obrázek 15: Průměrný počet komentářů na jeden příspěvek	49
Obrázek 16: Průměrný počet komentářů k příspěvku na 100 fanoušků – detail 2018	49
Obrázek 17: Průměrný počet reakcí na jeden příspěvek	50
Obrázek 18: Průměrný počet reakcí u příspěvku na 100 fanoušků	50
Obrázek 19: Graf počtu zveřejněných příspěvků za den se zjevným výpadkem mezi roky 2012 a 2014	52
Obrázek 20: screenshot e-mailové zprávy, kterou zaslal ředitel marketingu a PR	60
Obrázek 21: Příklad satirického tweetu účtu @Queen_UK	72
Obrázek 22: Úryvek z konverzace falešného Jiřího Ovčáčka a Martina Marcikána	75
Obrázek 23: Tweet falešného profilu Miroslava Ransdorfa	77
Obrázek 24: Kontroverzní příspěvek na falešném profilu Davida Ratha.	78

Seznam Tabulek

Tabulka 1: Nejvýznamnější české falešné profily na Twitteru	22
Tabulka 2: TOP 5 příspěvků účtu @schwarzenbergk z pohledu počtu lajků	31
Tabulka 3: TOP 5 příspěvků účtu @schwarzenbergk z pohledu počtu retweetů	31
Tabulka 4: TOP 5 příspěvků účtu @ovcacek_jiri z pohledu počtu lajků	35
Tabulka 5: TOP 5 příspěvků účtu @ovcacek_jiri z pohledu počtu retweetů	35
Tabulka 6: Příspěvky stránky Jiří Ovčáček, které získaly v součtu nejvíce reakcí.	39
Tabulka 7: Průměrný počet příspěvků za den na účtu @PREZIDENTmluvci	45
Tabulka 8: TOP 5 příspěvků účtu @kardinalvlk z pohledu počtu lajků	53
Tabulka 9: TOP 5 příspěvků účtu @kardinalvlk z pohledu počtu retweetů	53
Tabulka 10: TOP 5 příspěvků účtu @ovbparody z pohledu počtu lajků	58
Tabulka 11: TOP 5 příspěvků účtu @ovbparody z pohledu počtu retweetů	59
Tabulka 12: TOP 5 příspěvků účtu @PrezidentZeman z pohledu počtu lajků	62
Tabulka 13: TOP 5 příspěvků účtu @PrezidentZeman z pohledu počtu retweetů	62
Tabulka 14: TOP 5 příspěvků účtu @Michal_Bilek z pohledu počtu lajků	64
Tabulka 15: TOP 5 příspěvků účtu @Michal_Bilek z pohledu počtu retweetů	64
Tabulka 16: TOP 5 příspěvků účtu @MartinKonvicka z pohledu součtu lajků a retweetů	67
Tabulka 17: TOP 5 příspěvků účtu @ThePresObama z pohledu součtu lajků a retweetů	70
Tabulka 18: TOP 5 příspěvků účtu @Queen_UK pohledu součtu lajků	73
Tabulka 19: TOP 5 příspěvků účtu @Queen_UK pohledu součtu retweetů	73

Seznam příloh

Příloha 1: Zdrojová data pro komparativní analýzu facebookových profilů (vyběr) (obrázek)

97

Příloha 2: Otázky zaslané autorům falešných profilů (tabulka)

97

Příloha 1: Zdrojová data pro komparativní analýzu facebookových profilů (vyběr) (obrázek)

účet	type	Den	Měsíc	Rok	Datum	Měsíc/rok	Den v týdnu	Časové rozpětí	commé	reactions_count_ft
oficial	photo	6	1	2016	06.01.2016	1/2016	středa	12:01 - 17:00	0	7
oficial	photo	6	1	2016	06.01.2016	1/2016	středa	6:01 - 12:00	0	23
oficial	photo	6	1	2016	06.01.2016	1/2016	středa	6:01 - 12:00	9	43
oficial	status	7	1	2016	07.01.2016	1/2016	čtvrtek	17:01 - 23:00	2	12
fake	photo	7	1	2016	07.01.2016	1/2016	čtvrtek	12:01 - 17:00	60	2181
fake	photo	7	1	2016	07.01.2016	1/2016	čtvrtek	6:01 - 12:00	34	1179
fake	status	11	1	2016	11.01.2016	1/2016	pondělí	17:01 - 23:00	120	800
oficial	photo	12	1	2016	12.01.2016	1/2016	úterý	12:01 - 17:00	0	14

Příloha 2: Otázky zaslané autorům falešných profilů (tabulka)

1.	Můžete alespoň naznačit, kdo jste, případně čím se zabýváte (profesně nebo i ve volném čase, pokud to souvisí s Vaší aktivitou na sociálních sítích)?
2.	Co vás vedlo k založení účtu, jaká je Vaše motivace?
3.	Můžete stručně popsat svůj vztah k tomu, koho parodujete, Váš názor na něj? (chápu, že se k této otázce možná nebudete chtít vyjadřovat)
4.	Máte ještě další účty podobného zaměření? Případně věnujete se něčemu podobnému i mimo sociální sítě?
5.	Jakým způsobem šíříte povědomí o účtu? Fungujete čistě na virální bázi? Jaké byly v tomto ohledu začátky, tedy jak jste účet dostali „mezi lidi“?
6.	Snažil se Vás někdo ovlivnit? Ať už ti, které parodujete nebo někdo z vnější, např. Vás využít? Jak? Jak jste se s tím vyrovnali?
7.	Čelili jste snahám o zrušení účtu?
8.	Jaké jsou reakce veřejnosti? Setkáváte se spíše s pozitivními nebo negativními? Případně s nepochopením? Setkali jste se s nějakými výrazně negativními reakcemi? Nebo naopak s něčím úsměvným?