

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

Diplomová práce

2020

Monika Rybenská

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

**Nekorektní vyjadřování v diskusích facebookových
stránek vybraných zpravodajských webů: komparativní
analýza**

Diplomová práce

Autor práce: Monika Rybenská

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

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

V Praze dne 31. 7. 2020

Monika Rybenská

Bibliografický záznam

RYBENSKÁ, Monika. *Nekorektní vyjadřování v diskusích facebookových stránek vybraných zpravodajských webů: komparativní analýza*. Praha, 2020. 65 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

Rozsah práce: 138 153 znaků (včetně mezer)

Anotace

Diplomová práce *Nekorektní vyjadřování v diskusích facebookových stránek vybraných zpravodajských webů: komparativní analýza* se zabývá projevy neslušnosti v komentářích facebookových stránek dvou zpravodajských webů, které jsou pokládány za dezinformační – Aeronet.cz a ParlamentníListy.cz, a dvou zpravodajských webů, které jsou pokládány za seriózní – Aktuálně.cz a Novinky.cz. V teoretické části jsou popsány předešlé výzkumy s podobným zaměřením, na jejichž výsledcích jsem si stanovila hypotézy. Čtenář bude seznámen s projevy tzv. incivility, tedy neslušnosti, hrubosti, ale také s novými médii nebo sociálními sítěmi. Cílem výzkumu je zjistit, zda se ve facebookových komentářích pod články věnujícími se migrační krizi objevují projevy neslušnosti, a pokud ano, proti komu jsou tyto projevy mířeny. Komentáře byly sesbírány u článků sdílených na facebookových stránkách v časovém rozmezí od 1. 1. 2019 do 30. 6. 2019. Kvalitativním kódováním komentářů bylo identifikováno několik pravidelně se opakujících kategorií projevů neslušnosti, stejně tak jako typologie aktérů, proti nimž byly nekorektní projevy mířeny. Výsledky kvantitativní analýzy ukázaly, že se projevy neslušnosti v komentářích vyskytují, nejčastěji jsou mířeny vůči migrantům, a to za použití despektu nebo vulgarismů. V rámci analyzovaných komentářů se více projevů neslušnosti objevovalo u facebookových stránek seriózních zpravodajských webů.

Annotation

The master thesis *Incorrect expression in selected news sites' Facebook pages: comparative analysis* deals with uncivil comments in the Facebook pages of two news web sites, which are considered as disinformation - Aeronet.cz and ParlamentníListy.cz, and two news web sites, which are considered as serious - Aktuálně.cz and Novinky.cz. The theoretical part describes previous research with a similar focus, on the results of which I set hypotheses. The reader will be acquainted with the incivility, which is indecency, rudeness, but also with new media or social networks. The aim of the research is to find out whether incivility appear in the Facebook comments under the articles dealing with the migration crisis, and if so, to whom these incivility comments are directed. Comments were collected on articles shared on Facebook pages in the period from 1st January 2019 to 30th June 2019. Qualitative coding of comments identified several regularly recurring categories of incivility, as well as typologies of persons against whom incorrect expressions were directed. The results of the quantitative analysis showed that incivility occurs in the comments, they are most often directed against

migrants, using contempt or vulgarisms. As part of the analyzed comments, more incivility appeared on the Facebook pages of serious news websites.

Klíčová slova

migrant, neslušnost, komentáře, dezinformace, zpravodajství, komparace

Keywords

migrant, indecency, comments, disinformation, news, comparison

Title

Incorrect expression in selected news sites' s Facebook pages: comparative analysis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda srdečně poděkovala vedoucí mé práce PhDr. Lence Vochocové, Ph.D. za vedení, užitečné rady a připomínky.

Obsah

ÚVOD	10
1 PROJEVY INCIVILITY VE VEŘEJNÝCH DISKUSÍCH	12
1.1 Předchozí studie	13
2 NOVÁ MÉDIA	16
3 SOCIÁLNÍ SÍŤE	18
3.1 Facebook.....	19
4 ELEKTRONICKÁ KOMUNIKACE	21
4.1 Netiketa	22
4.2 Kyberšikana	23
5 JAZYK, ŘEČ A KOMUNIKACE	25
5.1 Pojmenování expresivní a pojmenování nepřímá.....	25
5.2 Slovo a výpověď'	26
6 ZPRAVODAJSTVÍ	28
6.1 Online zpravodajství.....	29
7 TÉMA MIGRAČNÍ KRIZE	31
8 METODOLOGIE	33
8.1 Kvantitativní výzkumná metoda	35
8.2 Kvalitativní výzkumná metoda.....	36
8.3 Výzkum médií	36
9 PLÁN VÝZKUMU	38
9.1 Sběr dat.....	38
10 ZKOUMANÉ ZPRAVODAJSKÉ SERVERY	41

10.1	Aeronet.cz	42
10.2	ParlamentníListy.cz	44
10.3	Aktuálně.cz	45
10.4	Novinky.cz.....	47
11	ANALÝZA DAT	48
11.1	Charakter prostředí komentářů.....	48
11.1.1	Aeronet.....	48
11.1.2	Parlamentní listy.....	49
11.1.3	Aktuálně.cz.....	51
11.1.4	Novinky.cz.....	51
11.1.5	#jsmetu.....	53
11.2	Obecný kvantitativní přehled.....	54
11.3	Projevy incivility	57
11.3.1	Vulgarismy a jejich typy	60
11.3.2	Vulgarismy přímé a nepřímé	63
11.3.3	Zkomoleniny jmen.....	64
11.3.4	Agrese a vyhrožování.....	65
11.4	Aktéři útoků incivility	66
12	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ.....	68
12.1	Odpovědi na výzkumné otázky	69
12.1.1	V01: Proti komu jsou mířeny negativní komentáře?	69
12.1.2	V02: Jakým způsobem se projevy incivility vyskytují v komentářích, mají nějakou pravidelnost?.....	69
12.1.3	V03: Jakým způsobem se liší komentáře aktérů u jednoho tématu?.....	70
12.1.4	V04: Jaké typy komentátorů se v komentářích objevují?	71
12.1.5	V05: Liší se míra nebo způsob projevů incivility v komentářích seriózních a dezinformačních webů?.....	72
	ZÁVĚR	73
	SUMMARY	75
	SEZNAM LITERATURY A ZDROJŮ	77

Úvod

Během minulého století se média stala důležitou součástí každodenního života, hlavně v posledních dekádách se média a technologie s nimi spojené rozvíjí rychlým tempem, a tak dnešní moderní společnost žije v medializované realitě. Periodický tisk, rozhlasové a televizní vysílání a obsah na internetu se dají jednotně označit jako masová média. Britský sociolog médií Dennis McQuail konstatuje, že samotný pojem masová média odkazuje k „organizovaným prostředkům komunikování, jež je otevřené, děje se na dálku, dostává se v krátkém čase k mnoha lidem“. Vzhledem k tomu, že jsou masová média součástí a rovněž iniciátorem komunikační aktivity člověka, jejich používání je bráno jako jedna z oblastí sociální komunikace – tedy masová, mediální komunikace.¹

Vzestup internetu zapříčinil rozvoj dalších mediálních platforem a prostorů, čímž vznikly nové formy veřejné debaty. V této diplomové práci se proto zaměřím na komentáře u sdílených příspěvků vybraných facebookových stránek. Facebook je sociální síť a jedna z největších internetových komunit, umožňuje svým uživatelům navazovat přátelství a komunikovat se svými přáteli, sdílet fotografie či jiný multimediální obsah. Kromě osobních profilů si na Facebooku zakládají své profily a stránky různé společnosti, nebo vznikají skupiny pro lidi s podobným zájmem, ať už se jedná o životní styl, humor nebo např. místní bazar.

Tématem práce je komparace facebookových komentářů pod články týkajícími se migrace, jež jsou zveřejněny na facebookových stránkách vybraných zpravodajských webů. Zvolila jsem si facebookové stránky dvou seriózních zpravodajských webů – Novinky.cz a Aktuálně.cz, oproti tomu také facebookové stránky dvou dezinformačních webů – ParlamentníListy.cz a Aeronet.cz. Téma migrace je stále aktuální a vždy více ožije v době voleb. V době výběru tohoto tématu šlo konkrétně o volby do Evropského parlamentu v květnu 2019. Časový rozsah zkoumání je omezen první polovinou roku 2019.

V komentářích se zaměřím na projevy tzv. „incivility“, tedy neslušnosti, hrubosti, nevychovanosti, nezdvouřilosti. Cílem výzkumu je zjistit, zda a jakým způsobem se projevy neslušnosti vyskytují, a vůči komu jsou mířeny. K analýze využiji kvantitativní i kvalitativní výzkumnou metodu. Zhodnotím, v jaké míře se projevy neslušnosti vyskytují, a vůči komu jsou mířeny. Detailněji rozeberu charakteristické rysy komentářů, pokusím se zachytit

¹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. s. 18-21.

pravidelnost a identifikovat vyskytující se projevy incivility do základních kategorií. Závěrem porovnam výsledky mezi seriózními a dezinformačními weby a pokusím se dokázat, že povaha média má na diskuse vliv.

Práce začíná teoretickou částí, v níž přiblížím projevy neslušnosti a předchozí studie, které se již podobným tématem zabývaly. Jelikož se jedná o komentáře ve facebookových skupinách, budu se v rámci teoretické části rovněž věnovat tzv. novým médiím a sociálním sítím. V metodologické části představím výzkum médií, kvantitativní a kvalitativní výzkumnou metodu, a stanovím si hypotézy i výzkumné otázky. V následující praktické části se budu věnovat plánu výzkumu, sběru dat a představím vybrané zpravodajské servery. V závěru analýzy odpovím na výzkumné otázky a vyvrátím či potvrdím stanovené hypotézy.

1 Projevy incivility ve veřejných diskusích

Tato práce je zaměřena na projevy neslušnosti ve facebookových komentářích. Podle slovníku² označuje incivilita v češtině hrubost, nezdvořilost, nevychovanost, v rámci zaměření práce může být definována jako způsob útočné diskuse, která brání demokratickému ideálu debaty.³ Rozsáhlé interaktivní mediální prostředí 21. století vytvořilo více příležitostí pro veřejnou debatu a prvky neslušnosti se nyní šíří rychleji než kdykoliv předtím. Anonymita a omezené vyjadřování, které online komunikace poskytuje, vede k více neslušnému chování než při přímých interakcích. Projevy neslušnosti lze chápat jako rysy diskuse, které vyjadřují zbytečně neuctivý tón směrem k diskusnímu fóru, jeho účastníkům nebo jeho tématům, jako jsou útoky ad hominem nebo vulgárnost.⁴

Mnoho zpravodajských webů nyní poskytuje otevřené fórum pro čtenáře, aby se vyjadřovali k článkům, a tyto prostory tak patří mezi nejrozšířenější platformy pro veřejné diskuse. Komentáře k online článkům představují širší škálu názorů, než jaké jsou uvedeny v samotném článku, a poskytují možnost interakce mezi čtenáři i novináři. Jelikož jsou psané příspěvky čtenářů alespoň částečně anonymní, faktory jako fyzický vzhled nebo postavení ve společnosti jsou méně podstatné než obsah vlastních myšlenek, a tato výměna myšlenek nabízí naturalistické prostředí pro pozorování incivility v akci.⁵

Internetové komentáře se staly prostorem pro šíření nenávistných projevů. Zároveň komentáře čtenářů jako reakce na články nebo online vysílání vyjadřují formu účasti publika v žurnalistice. Zatímco uživatelé původně komentovali pouze samotné mediální platformy, Facebook umožnil zadávat komentáře na platformu třetích stran. Sledování zpravodajských událostí a jejich dopadu, jak se odráží v sociálních médiích, se stalo důležitou aktivitou mediálních analytiků. Vzniklo již velké množství studií zaměřených na komentáře s různými cíli a úhly pohledu. Autor studie „*Incivility Online: Affective and Behavioral Reactions to*

² Anglický slovník (anglicko-český slovník) [online]. © 2009 CZIN.eu [cit. 31.7.2020]. Dostupné z: <https://slovník.czin.eu/anglicko-cesky/?slovo=incivility>

³ ANDERSON, Ashley A., BROSSARD, Dominique, SCHEUFELE, Dietram A., XENOS, Michael A., LADWIG, Peter, The “*Nasty Effect: Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies*,” *Journal of Computer-Mediated Communication* [online], Volume 19, Issue 3, 1 April 2014, [cit. 24.7.2020]. s. 373–387. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12009>

⁴ RAINS, Stephen A., KENSKI, Kate, COE, Kevin, HARWOOD, Jake, *Incivility and Political Identity on the Internet: Intergroup Factors as Predictors of Incivility in Discussions of News Online* [online], *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 22, Issue 4, 1 July 2017, [cit. 24.7.2020]. s. 163–178. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12191>

⁵ COE, Kevin & KENSKI, Kate & RAINS, Stephen. *Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments* [online]. *Journal of Communication*. 64. 2014 [cit. 26.4.2020]. s. 662-663. Dostupné z: <https://srains.web.arizona.edu/sites/srains.web.arizona.edu/files/CoeKenskiRains.pdf>.

Uncivil Political Posts in a Web-based Experiment” Bryan T. Gervais tvrdí, že vystavení neslušnému komentáři může ovlivnit zpracování informací, včetně polarizace názorů jednotlivců na téma. Jako příklad uvádí, že přečtení politických nekorektních komentářů může vyvolat pocity hněvu, což dále může vést ke snížení potenciálu deliberace.⁶

1.1 Předchozí studie

Studie „*Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments*”, jejímiž autory jsou Kevin Coe, Kate Kenski a Stephen A. Rains, se rovněž zaměřuje na neslušnost ve veřejných diskusích. Projevy incivility definují její autoři jako rysy diskuse, které vyjadřují zbytečně neuctivý tón k diskusnímu fóru, jeho účastníkům nebo jeho tématům. Uvádí pět forem výskytu incivility – nadávky, hanobení, lhaní, vulgarita a pejorativní řeč. Ve studii odkazují na předchozí výzkumy jiných autorů (Massaro & Stryker, 2012; Brooks & Geer, 2007; Fridkin & Kenney, 2008; Mutz, 2007), které dokázaly, že přítomnost incivility ve veřejných diskusích má své důsledky, ačkoli její účinky nejsou jednotně negativní, má tendenci delegitimizovat, oslabovat politickou důvěru.

Zaměřili se na online podobu deníku Arizona Daily Star, jenž od uživatelů vyžaduje přihlášení, pokud chtějí komentovat, a umožňuje vzájemné hodnocení komentářů, které podléhají částečné moderaci. Pomocí počítačového programu TeleportPro byl vytvořen snímek všech článků publikovaných v osmi sekcích online vydání novin na podzim 2011, den po vydání článku byly ručně staženy jeho komentáře. S využitím obsahové analýzy zkoumali články i komentáře. Komentáře byly kódovány na přítomnost/nepřítomnost zmíněných pěti typů neslušnosti, články na autora, téma a zdroj. Pro tuto práci je podstatná především jejich první výzkumná otázka, a to v jaké míře se projevy neslušnosti objevují v online diskusích. Celkově více než jeden z pěti komentářů (22,0 %) obsahoval určitou formu neslušnosti, většina komentářů využila pouze jednu formu neslušnosti (19,5 %). Nejčastější formou projevu neslušnosti byly nadávky (name-calling), které dosáhly 14,0 % všech komentářů. Jiné formy se vyskytovaly méně často: 3,0 % komentářů obsahovalo vulgaritu, 2,6 % obsahovalo

⁶ GERVAIS, Bryan. *Incivility Online: Affective and Behavioral Reactions to Uncivil Political Posts in a Web-based Experiment* [online]. Journal of Information Technology & Politics. 2015 [cit. 26.4.2020]. s. 167-168. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/267981857_Incivility_Online_Affective_and_Behavioral_Reactions_to_Uncivil_Political_Posts_in_a_Web-based_Experiment

hanobení, 1,9 % pejorativní řeč a 1,7 % poukazovala na lež.⁷

Autorky studie „*You Don't Understand, This is a New War!*” *Analysis of Hate Speech in News Web Sites' Comments*” jsou Karmen Erjavec a Melita Poler Kovačič. Jejich výzkum vyšel v roce 2012 v odborném časopise *Mass Communication and Society*. Cílem bylo odhalení charakteristik diskurzu nenávistných projevů v komentářích zpravodajských webů a z pohledu tvůrců těchto komentářů zjistit pomocí hloubkových rozhovorů jejich hodnoty, přesvědčení a motivaci k psaní těchto komentářů. Studie nejprve provádí kritickou analýzu diskurzu komentářů tří nejvíce komentovaných slovinských zpravodajských webů. Vzorek pro textovou analýzu se skládá z 362 zpravodajských položek s nejméně třemi komentáři včetně nenávistných projevů, které byly zveřejněny od začátku prosince 2009 do konce června 2010. Vybraly komentáře na základě jejich výrazu, který byl urážlivý, zastrašující, obtěžující nebo podněcoval k násilí, nenávisti nebo diskriminaci.

Klíčovou charakteristikou všech analyzovaných komentářů byla extrémní bipolární prezentace, komentující upřednostňovali pouze jednu stranu předmětu diskuse (nejčastěji to byla jedna politická strana, její protagonista nebo pohledy na svět, národní, rasovou nebo sexuální orientaci), zatímco znevažovali opozitní stranu. Dle výzkumu rozdělili producenty komentářů na několik typů – The Soldiers, The Believers, The Players, The Watchdogs. Textová analýza ukázala, že se nenávistné projevy týkají rasy (proti Romům), národnosti (proti Chorvatům a jiným národům z bývalých jugoslávských republik), sexuality (proti homosexuálům), politice (proti politickým oponentům) a náboženství. Některé neslušné výrazy byly na zkoumaném webu zakázané a nešly publikovat, textová analýza ukázala, že se webová komunita rychle přizpůsobuje a vzniká tak strategie přejmenování, kdy je neslušný výraz nahrazen výrazem povoleným. Ve všech analyzovaných médiích používali autoři nenávistných projevů vymyšlená slova s negativními konotacemi.⁸

Studie s názvem „Engaging the social news user – Comments on news sites and Facebook” vyšla v roce 2014 v odborném časopise *Journalism Practice* a jejími autory jsou Sanne Hille a Piet Bakker. Ve své práci si dali za cíl zjistit, jaké jsou kvalitativní a kvantitativní

⁷ COE, Kevin & KENSKI, Kate & RAINS, Stephen. *Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments* [online]. *Journal of Communication*. 64. 2014 [cit. 26.4.2020]. s. 659-661. Dostupné z: <https://srains.web.arizona.edu/sites/srains.web.arizona.edu/files/CoeKenskiRains.pdf>.

⁸ ERJAVEC Karmen, KOVAČIČ Melita Poler. „*You Don't Understand, This is a New War!*”, *Analysis of Hate Speech in News Web Sites' Comments*. *Mass Communication and Society* [online], 15:899– 920, 2012 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2011.619679>.

rozdíly v komentářích mezi fanoušky Facebooku nizozemských zpravodajských webů a jejich vlastními online platformami a jak se zpravodajská média vypořádávají s komentáři uživatelů na obou platformách. Pro zodpovězení těchto otázek zkoumali komentáře 62 nizozemských zpravodajských webů a jejich facebookových stránek s využitím kvalitativního softwaru pro analýzu dat MAXQDA.

Dospěli k výsledku, že většina médií, která zkoumali, používá ke zvýšení kvality komentářů zpětné zmírňování (postmoderaci). U dvou velkých zpravodajských portálů bylo dokázáno, že komplexní pravidla a podmínky použití týkající se komentování k příspěvkům, mají pozitivní vliv na množství i kvalitu komentářů. Celkově bylo více komentářů přímo na webech než na jejich facebookových stránkách. A zároveň na zpravodajských serverech byla kvalita vyšší a debata byla mnohem živější.⁹

Studie „Uncivil and personal? Comparing patterns of incivility in comments on the Facebook pages of news outlets” od autorky Leony Yi-Fan Su a kol. hodnotí a porovnává výskyt neslušnosti v komentářích zveřejněných na facebookových stránkách u různých amerických zpravodajských organizací. Klasifikuje neslušné komentáře uživatelů jak z hlediska jejich úrovně do dvou širších kategorií (extrémní neslušnost vs. pouhá hrubost), tak podle jejich osobního rázu (osobní vs. neosobní). Cílem studie je upřesnit klasifikaci a definici neslušnosti. Studie pracovala s komentáři z 42 facebookových stránek amerických zpravodajských organizací, zastoupených národním, místním, konzervativním i liberálním zaměřením, a to mezi 1. dubnem 2015 a 30. zářím 2016. K analýze využívali software pro analýzu obsahu Crimson Hexagon ForSight. Jde o kontrolovanou metodu strojového učení (machine-learning), která kombinuje kódování založené na lidské zásahu a počítači. V závěru práce ale poznamenávají problém se softwarem kvůli nerozpoznávání kontextu. Výsledky ukázaly, že se nejvíce neslušných komentářů vyskytovalo u lokálních zpravodajských organizací (41 %), naopak liberální zpravodajství obsahovalo nejvyšší podíl slušného diskurzu (25 %). Autoři ale v závěru navrhují možnost, že u lokálních zpravodajských platform příliš nefunguje moderace komentářů, což může být jeden z důvodů, proč mají nejvyšší hodnoty výskytu neslušnosti v komentářích.¹⁰

⁹ HILLE Sanne, BAKKER Piet. ENGAGING THE SOCIAL NEWS USER, *Comments on news sites and Facebook* [online]. Journalism Practice. 2014 Vol. 8, No. 5, 563–572 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.899758>.

¹⁰ SU, L. Y.-F., XENOS, M. A., ROSE, K. M., WIRZ, C., SCHEUFELE, D. A., & BROSSARD, D. (2018). *Uncivil and personal? Comparing patterns of incivility in comments on the Facebook pages of news outlets*

2 Nová média

Původ slova médium (původní význam střed/prostředník/zprostředkovatel) pochází z latiny a používá se napříč celou řadou oborů, v nichž označuje nějaké prostředky komunikace či sdílení. Termín „nová média“ poprvé použil Marshall McLuhan v 60. letech minulého století pro označení elektronických médií a jejich obsahu. Označování „nová“ jde těžko definovat a mění se v čase s neustálým a stále se zrychlujícím vývojem dalších technologií. Antonín Pavlíček ve své knize *Nová média a sociální sítě* se pokouší nová média definovat pomocí nejzásadnějších rysů a principů, na kterých se většina odborné veřejnosti shoduje. Z nich vyplývá, že (1) nová média jsou založena na elektronické/digitální platformě, (2) využívají výpočetní výkon – procesor, (3) jsou interaktivní, reagují na podněty uživatele, (4) podporují komunikaci, nebo přinejmenším přímou zpětnou vazbu. Určitou modernizací, digitalizací ale prochází i tradiční média, která dříve daná kritéria nesplňovala.¹¹

Pojmem „média“ je obvykle myšleno „komunikační médium“ a tedy specializované a samostatné instituce a organizace, v nichž lidé pracovali: tištěná média, fotografie, reklama, kino, vysílání (rozhlas, televize), vydavatelství atd. Termín také odkazoval na kulturní a materiální produkty těchto institucí. I přes to, že se dnes běžně používá pojem „nová média“, rozdělení na nová a stará média není tak prosté, stojí za tím změny ve formách, výrobě, distribuci a spotřebě médií. V knize *New Media: a Critical Introduction* navrhuji příčiny, proč se tento termín bez problému používá: (1) nová média jsou považována za epochální, ať už jako příčina nebo následek, jsou součástí větších, dokonce globálních, historických změn. (2) Koncept „nový“ má silný utopický a pozitivní ideologický náboj. (3) Je to užitečný a inkluzivní termín „portmanteau“, který zabraňuje redukci „nových médií“ na technické nebo specializovanější termíny. Za jejich hlavní znaky považují digitálnost, interaktivitu, hypertextualitu, virtuálnost, propojenost.¹²

Prostřednictvím webu je rozšiřována veřejná sféra. Zveřejňování komentářů ke zprávám je jednou z nejpobulárnějších forem účasti uživatelů v online zpravodajství a existuje velký potenciál pro veřejný diskurs, který je spojen s touto formou uživatelské komunikace. Autor studie „Discussions in the comments section: Factors influencing participation and

[online]. *New Media & Society*, 20(10). [cit. 24.7.2020]. s. 3678–3699. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1461444818757205>

¹¹ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. s. 7-24.

¹² LISTER, Martin, DOVEY, Jon, GIDDINGS, Seth, GRANT, Iain, KELLY, Kieran. *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge, 2009. s. 9-13.

interactivity in online newspapers' reader comments“ Patrick Weber na základě zpravodajských hodnot Galtunga a Rugeové předpokládá, že zpravodajské faktory novinového článku ovlivňují úroveň účasti i interaktivitu v komentářské sekci. Výsledky výzkumu potvrdily, že zpravodajské faktory ovlivňují počet uživatelů, kteří se podílejí na komentování pod článkem. Čím více je zpravodajská událost zaměřena na vlastní národ, tím více čtenářů se k tomu vyjadřuje, stejně tak má vliv kontinuita, články s tématem, které je již delší dobu v agendě, získávají více komentářů a interakcí.¹³

Internet umožňuje uživatelům jistou míru anonymity, tedy situace, kdy není známá identita autora. Mezi uživateli se dá mluvit o anonymitě, z technického hlediska ale není anonymita možná, na úrovni síťového protokolu musí být znám jak odesílatel, tak i příjemce. Pavlíček upozorňuje na častější pseudonymitu, což je omezená anonymita, kdy je sice nějaká identita uvedena, ale bez vazby na identitu skutečnou. Anonymita s sebou nese určité výhody, jako soukromí nebo upřímnost, a dává šanci k nestrannému hodnocení.

Opakem anonymity je identita, jež je základním prvkem sociálních interakcí. Když se pomine např. uvedené jméno nebo profilový obrázek, o člověku hodně napoví i práce s textem, tj. slovní zásoba, hrubky, překlepy nebo gramatika. Na internetu bývá identita často zneužívána, ať už se jedná o trolling, vylepšování vlastní identity, předstírání identity jiné osoby, v krajním případě i krádež identity.¹⁴

Předchozí studie zjistily, že online fóra na zpravodajských webech generovaly vysokou úroveň účasti čtenářů (Boczkowski; Reich). Přijetí technologie online komentářů na webových stránkách novin umožnilo uživatelům anonymně vyjadřovat své názory. Výzkum z roku 2013 ukázal, že 35,8 % novinářů si čte komentáře k vlastním článkům, 29 % jen někdy a 35,2 % novinářů si komentáře nečte. Až 73 % novinářů souhlasilo s tvrzením, že online komentáře by neměly být anonymní, domnívali se, že anonymita nespravedlivě poskytla ochranu komentátorům, ale už ne novinářům či jejich zdrojům, nebo také že anonymní komentáře sabotují důvěryhodnost a důstojnost celé zpravodajské organizace.¹⁵

¹³ WEBER, Patrick. *Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments* [online]. New Media Society:1-17, 2013. [cit. 25.7.2020] Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1461444813495165>

¹⁴ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. s. 25-29.

¹⁵ NIELSEN, E. Carolyn. *Coproduction or cohabitation: Are anonymous online comments on newspaper websites shaping news content?* [online]. New Media & Society, 16(3), 2013. [cit. 25.7.2020]. s. 470–487 Dostupné z:

https://cedar.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com/&httpsredir=1&article=1000&context=journalism_facpubs

3 Sociální sítě

Sociální sítě založenou na technologii webu 2.0 se rozumí každý systém, jenž umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů. Spadají sem i ty systémy, u kterých není budování kontaktu primární, ale jen jednou z podporovaných funkcí. Uživatelům nabízí možnost vybudovat si vlastní veřejný či poloveřejný profil a propojit se s ostatními uživateli. Obecně je pro uživatele sociálních sítí typické zveřejnění svých charakteristik nebo i vlastností, které mohou vidět ostatní uživatelé, a mají možnost si v systému vyhledávat své známé, rodinu, spolužáky či kolegy. Dle možností dané sociální sítě pak kromě udržování kontaktu uživatelé publikují různé fotografie, videa nebo texty, tvoří alba nebo píšou deníky. Internetová sociální síť se stejně jako každá jiná komunita skládá ze tří základních prvků – (1) domény činnosti – sdílené téma, jednotící prvek určující charakter, (2) mezilidské vztahy – společné aktivity, diskuse, pocit sounáležitosti, (3) sdílení informací, znalostí a zdrojů.

První internetová sociální síť byla vytvořena v polovině devadesátých let minulého století leteckým inženýrem firmy Boeing v americkém Seattlu Randy Conradem, který hledal způsob, jak se spojit se svými spolužáky. Z tohoto malého projektu vznikla úspěšná sociální síť classmates.com, jež byla vzorem také kdysi populárnímu českému serveru Spolužáci.cz. Trend sociálních sítí postupně narůstal a počátkem nového tisíciletí se už pomalu stávaly mainstreamovou záležitostí, vznikalo mnoho sociálních sítí, z nichž každá byla zaměřena na jinou oblast, některé byly seznamovací, některé podnikové nebo třeba náboženské. Během let 2003–2004 vzniklo mnoho dodnes známých sociálních sítí, např. Orkut od Googlu, který nakonec minoritně prorazil jen v Brazílii a Indii. Dále byl založen MySpace, komunitní server oblíbený u celebrit. Později vznikl YouTube, který jako stránka ke sdílení mediálního obsahu částečně převzal prvky sociální sítě. V roce 2004 byl spuštěn Facebook, původně se jednalo o sociální systém určený pouze pro studenty Harvardské university. O rok později se již rozšířil do ostatních vysokých škol v USA a Evropě a následovalo zavedení ve vybraných firmách. Stále populárnější Twitter vznikl v roce 2006.¹⁶

¹⁶ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. s. s. 125-130.

3.1 Facebook

Webové stránky sociálních sítí (social-networking sites, SNS) jsou online komunikačním nástrojem, který umožňuje uživatelům vytvořit veřejný nebo soukromý profil pro interakci s lidmi v jejich sítích. SNS lze definovat jako webové služby, které jednotlivcům umožňují: (1) sestavit veřejný nebo poloveřejný profil v rámci ohraničeného systému, (2) formovat seznam dalších uživatelů, s nimiž sdílejí připojení, a (3) prohlížet a procházet jejich seznam spojení. Jedním takovým webem je Facebook, který vytvořil Mark Zuckerberg, aby pomohl rezidenčním vysokoškolským studentům identifikovat studenty z jiných kolejí.¹⁷

Marie Pospíšilová Facebook vidí jako sociální prostředí, a aktivitu na něm chápe jako jednání, které se vztahuje k ostatním lidem přítomným v jeho prostředí. Ve své knize *Facebooková (ne)závislost* nahlíží na využívání Facebooku z pohledu sociální závislosti v podobě sociálních vazeb a interakcí. Facebook patří mezi nejznámější a nejrozšířenější sociální sítě. V České republice zaznamenal svůj největší rozmach v roce 2009, kdy uživatelskou základnou získal převahu nad tehdy populární platformou Lide.cz. Pospíšilová upozorňuje na oblíbenější sociální sítě (data z roku 2015), typické pro konkrétní země, např. v Číně je to QZone a v Rusku V Kontakte, roli zde hraje samozřejmě politické uspořádání a s tím spojené oficiální zákazy.

Zakladatelem této sociální sítě je Mark Zuckerberg, který ji založil během studií v roce 2003 na Harvardské universitě jako komunikační prostředek mezi studenty této university. V následujících letech docházelo k jejímu rozšiřování nejprve po amerických školách, pak se dostala do Spojeného království a pak do zbytku světa.¹⁸

Uživatelé Facebooku musí mít vlastní profil, jediným povinným údajem je email, dá se ale vyplnit také vzdělání, zaměstnání, rodinní příslušníci, místo bydliště apod. Umožňuje také vložit profilovou fotografii, která se pak ostatním ukazuje u každého příspěvku. Právě jméno a profilovou fotografii Pospíšilová uvádí jako nejčastější identifikační znaky, v mnoha případech ale uživatelé místo vlastního jména využívají různé přezdívky nebo nepoužívají vlastní fotografii na profilu. Volbu vzhledu vlastního profilu Pospíšilová označuje jako jakousi chtěnou prezentaci uživatele.¹⁹

¹⁷ KIRSCHNER, Paul A.; KARPINSKI, Aryn C. Facebook® and academic performance. *Computers in human behavior* [online]. 26.6: 1237-1245, 2010. [cit. 25.7.2020]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210000646>

¹⁸ POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Univerzita Karlova, 1. vyd., nakladatelství Karolinum, 2016. s. 7-11.

¹⁹ POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Univerzita Karlova, 1. vyd., nakladatelství Karolinum, 2016. s. 31-34.

Hlavním prvkem v celkové struktuře profilu je zeď, na kterou může uživatel sdílet fotografie, videa, statusy, odkazy atp., nové položky se zpravidla objeví na zdi ostatním uživatelům z přátel, a ti tak mají možnost na nově vložené příspěvky reagovat. Uživatelé Facebooku mají možnost stát se fanouškem stránky pomocí tlačítka „To se mi líbí“, čímž začínají odebírat její obsah, který se pak objevuje na jejich hlavní zdi. Správci stránek mají k dispozici řadu analytických nástrojů, např. pro sledování návštěvnosti a vývoje počtu fanoušků, ale i přehledy vztahující se k jednotlivým příspěvkům. Kromě stránek je možné vytvářet i skupiny, jež mají podobné možnosti, jsou ale zakládány především pro možnost snadného zakládání diskusí na společné téma, má osobnější charakter.

Jelikož je užívání Facebooku pro uživatele zdarma, jeho hlavní příjmy tvoří reklama. Podle získaných informací je reklama cílená jak regionálně, tak demograficky, ale i podle zájmů. Díky tomuto zacílení je reklama na Facebooku vysoce efektivní s přesným oslovením dané cílové skupiny. Funguje na klasickém PPC principu (pay per click), kdy uživatelé mají nastavené ceny za proklik.²⁰

²⁰ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. s. 139-145.

4 Elektronická komunikace

E-komunikace se během 21. století stala součástí každodenního života téměř každého člověka s přístupem na internet. Obecně se komunikace definuje jako přenos informací mezi subjekty a objekty. V praxi se komunikace dělí na (1) explicitní – běžné sdělování zpráv, diskuse, rozhovor, informace jsou přenášeny jasně a stejně tak jsou dekodovány, a (2) implicitní – komunikace jednáním, činem, projevem. Elektronická komunikace se ovšem značně liší od té běžné, účastníci jsou místně i časově odděleni. Uživatelé mají k dispozici široké množství komunikačních kódů, ať už je to jazyk, akronymy, emotikony nebo symboly. Pro e-komunikaci je typické nedodržování komunikačních pravidel, což Kamil Kopecký, autor knihy *Moderní trendy v e-komunikaci*, označuje jako netiketu. Při elektronické komunikaci nelze s určitostí identifikovat původce sdělení, čímž se vytrácí odpovědnost, komunikace je navíc hromadná, časově a místně neomezená. Dále je pro ni typická závislost na technologickém zabezpečení a rovněž je předpokládána počítačová gramotnost uživatelů.

Kopecký představuje netiketu jako pomyslnou sbírku pravidel a zásad, která by měla být dodržována v internetovém světě, zároveň ale uvádí, že tato pravidla slušného chování na internetu dodržuje jen zlomek uživatelů. Netiketa např. obsahuje zásadu, že adresátem je člověk a měl by na to být brán ohled, uživatelé by na sebe neměli být útoční a agresivní, a argumentovat k věci.²¹ Online komunikace má dvě základní podoby: (1) synchronní, která je realizována v reálném čase, např. volání přes Skype, a (2) asynchronní, která probíhá v různých časových rámcích, příkladem jsou komentáře²², kterými se budu v této práci zabývat.

Součástí elektronické komunikace je komunikace mediální, která je realizována dynamicky a průběžně prostřednictvím médií. Je to jedna z rovin sociální komunikace, jejíž proces lze chápat jako sled událostí, v nichž jsou významy vytvářeny a přijímány publikem, kde uživatelé navzájem mezi sebou komunikují.²³ Pojem sociální komunikace se používá, jde-li o účel a výsledek komunikace. Není to druh komunikace, nýbrž způsob nazírání na ni.²⁴

V e-komunikaci dochází k velkému množství jazykových, gramatických i stylistických prohrěšků. Mezi ně patří např. vynechávání diakritiky, používání slangových výrazů, narušení gramatické stavby vět, krátké, neukončené věty, protahování samohlásek, vkládání různých

21 KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. s. 7-12.

22 KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. s. 21.

23 KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. s. 45.

24 MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. s. 35.

znaků, emotikon či akronymů, míchání jazyků, nejčastěji angličtiny a češtiny. Charakteristická je snaha o zjednodušení jazyka a o jeho maximální přiblížení mluvené podobě.²⁵

4.1 Netiketa

Jak jsem již zmiňovala v kapitole Elektronické komunikace, pojmem netiketa bývá označována sada doporučení a pokynů pro slušné chování v síti – síťová etiketa. Pojem vznikl zkrácením slovního spojení Network Etiquette. Jedním z často citovaných textů je *Netiquette Guidelines* z roku 1995, napsaný autorkou Sally Hambridge. Vzhledem k tomu, že text vznikl v polovině 90. let, kdy většina lidí ještě neměla přístup k internetu, neodráží aktuální trendy, přesto však neztrácí na významu. Funguje jako příručka minimálních pravidel slušného chování, podle níž se mohou řídit nejen organizace, které si ji mohou přizpůsobit pro své vlastní použití, ale i jednotlivci na internetu. Pravidla zdvořilosti při lidské interakci by měla platit v jakékoliv situaci. V internetovém prostředí to platí dvojnásob, jelikož je potřeba vykompenzovat chybějící intonaci a řeč těla.

Průvodce komunikaci rozděluje na (1) one-to-one, jedná se o individuální komunikaci, při které jedna osoba komunikuje s druhou osobou, jako při face-to-face dialogu. V této kapitole autorka uvádí několik doporučení platných jak pro emailovou, tak i pro mluvenou konverzaci. Jako druhý typ konverzace uvádí (2) one-to-many, sem spadá např. emailová konference, zde v podstatě platí stejná pravidla jako u první skupiny, při adresování většímu publiku by se měl o něm autor dostatečně informovat, ujistit se, že rozumí zásadám organizace, aby se vyhnul případnému uražení. Řadí se sem také tzv. Netnews, jež je autorkou charakterizován jako globálně distribuovaný systém, umožňující lidem komunikovat různé společné zájmy v rámci základně rozdělených témat, např. diskuze o sci-fi, počítačích, businessu nebo rekreačních aktivitách. Třetí kategorií, pro kterou uvádí řadu doporučení, jsou (3) informační služby, kam se řadí např. World Wide Web (WWW). Tato příručka obsahuje opravdu mnoho tipů, jak se na internetu chovat, proto je zde nebudu citovat, všechny jsou uvedené pod daným odkazem v poznámkách pod čarou.²⁶

O rok dříve vydala Virginia Shea desatero podobných doporučení. (1) Mysli na druhé – tím, že s ostatními komunikujeme prostřednictvím technologií, zapomínáme, že příjemce na

²⁵ KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. s. 59.

²⁶ HAMBRIDGE, Sally. *Netiquette guidelines*. Ali: *Albury local InterNet* [online]. 1995 [cit. 30.5.2020]. Dostupné z: <https://tools.ietf.org/pdf/rfc1855.pdf>.

druhé straně je stále člověk. (2) Na internetu se chovej, jako se chováš ve skutečném světě – např. pozdravit při příchodu a rozloučit se před odhlášením. (3) Mysli na to, kde se právě v kyberprostoru pohybuješ – tím je myšleno zjištění původu, kultury, jazyka, zvyků atp. těch, se kterými si píšeme. (4) Respektuj čas a informační kapacitu ostatních – pokusit se problém nejprve vyřešit sám a až pak se obracet na ostatní, ostatní mají i své jiné úkoly. (5) Mysli na svou pověst v online prostředí – dbát na slušné a logické vyjadřování, nechávat na sebe kontakt, opravovat po sobě chyby atd. (6) Poděl se s ostatními o své znalosti – např. označovat spoilery, zodpovědět otázku, znám-li na ni odpověď. (7) Vyvaruj se hrubého chování na internetu a nepodporuj ho. (8) Respektuj soukromí druhých – bez souhlasu nepřeposílat ostatním soukromou zprávu, nepřihlašovat se k cizím účtům atd. (9) Nezneužívej svou sílu – pokud jsem expertem v kyberprostoru, neměla bych zneužívat svých znalostí např. ke čtení cizí pošty. (10) Odpouštěj druhým jejich chyby – např. na chybu zdvořile upozornit.²⁷

4.2 Kyberšikana

Větší anonymita, kterou poskytuje virtuální realita, umožňuje stupňovat projevy neslušnosti a agrese. Ublíživání druhému prostřednictvím elektronických médií je nazýváno kyberšikana. Obecně je šikana považována za ublížování někomu, kdo se nemůže nebo nedovede bránit. Při kyberšikaně agresor šikaneje jinou osobu na dálku prostřednictvím komunikačních technologií. Kratochvíl v publikaci *Netiketa a bezpečnost na internetu* považuje kyberšikanu o to nebezpečnější, jelikož internet umožňuje agresorovi anonymitu a zároveň nevidění reakce oběti může vést ještě ke snížení zábran. Dalším nebezpečím mohou být informace zveřejněné agresorem, které mohou být i dlouhodobě zpřístupněny velkému množství ostatních uživatelů internetu. Mezi projevy kyberšikany jsou řazeny např. výhrůžné a ponižující zprávy (SMS, email), zneužití osobních údajů, zveřejnění upravených fotografií nebo dokonce vyloučení oběti z virtuální reality. Kyberšikana může mít tragické následky, zejména u náctiletých uživatelů, kteří jsou snadnou obětí, je nebezpečí psychické újmy nebo dokonce i sebevraždy.

I v rámci kyberšikany existují určitá doporučení, díky nimž by se mohl uživatel kyberšikaně vyhnout. Patří sem např. respektovat ostatní, nesdělovat důvěrné informace

²⁷ KRATOCHVÍL, Jiří. *Netiketa a bezpečnost na internetu* [online]. Knihovna univerzitního kampusu. Msarykova univerzita. 2013 [cit. 30.5.2020]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1411/podzim2015/VLLL021/um/02/netiketa/print/Netiketa.pdf>. s. 3-5.

neznámým nebo anonymním uživatelům, s agresorem přestat komunikovat, případně zablokovat mu přístup k našemu účtu, obrátit se o radu na třetí osobu nebo na policii, ale také pomoci šikanovanému, když takovou situaci zaznameneáme.²⁸

²⁸ KRATOCHVÍL, Jiří. *Netiketa a bezpečnost na internetu* [online]. Knihovna univerzitního kampusu. Msarykova univerzita. 2013 [cit. 30.5.2020]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1411/podzim2015/VLLL021/um/02/netiketa/print/Netiketa.pdf>. s. 16-17.

5 Jazyk, řeč a komunikace

Společenské jednání je nezbytnou součástí každodenního života člověka, které je uskutečňováno převážně řečovou činností.²⁹ Jazyk se může popsat jako abstrakce, jež je součástí lidského vědomí, zatímco řeč je jeho konkretizace, individuální způsob realizace jazyka. Řeč je nejen mluva, ale jakákoli jazyková činnost, tedy i psaní. Přenos informací se pak označuje jako komunikace, ta předpokládá komunikanty – produktora a recipienta, spojení mezi nimi je označováno komunikačním kanálem, který může být přímý nebo zprostředkovaný, a jazyk představuje dorozumívací kód.³⁰

Naší řečí něco pojmenováváme, pojmenování jako akt znamená přiřazování jazykového výrazu k pojmenovanému jevu. Má znakovou povahu, tzn. má svou stránku formální, výrazovou a významovou.³¹ Kromě pojmenování s významem pojmovým, která označují skutečnosti nezávisle na tom, kdo pojmenovává a bez subjektivního zaujetí, existují i výrazy expresivní, sloužící k vyjadřování citů a postojů se subjektivním hodnocením. Může se projevat formou slova nebo až v kontextu.

5.1 Pojmenování expresivní a pojmenování nepřímá

Mezi expresivní pojmenování patří např. eufemismus, což je zjemnělý pojmenovací prostředek, používající se v případě, kdy se z důvodu společenských nebo citových nehodí přímého a neutrálního pojmenování. Může být vyjádřen buď přímo zjemňujícím tvarem (např. „skonat“) nebo použitím opozit, tzv. litotes („nedopadl nejlépe“). Opakem eufemismu je dysfemismus, kakofemismus a hyperbola. Dysfemismus je prostředek vulgární mluvy, vyskytující se v běžné mluvě některých sociálních skupin. Naproti tomu kakofemismus je užití slova záporného významu o skutečnosti pocíťované mluvčím ve skutečnosti jako pozitivní („ty můj uličníku“). Hyperbola je projevem citovosti v kladném i záporném smyslu, vyjadřuje nadnesené, přehnané označení skutečnosti („směje se, až se za břicho popadá“), výrazy záporně hodnotící užívané v kladném významu („šilený“) nebo místo adverbia „velmi“ („hrozně

²⁹ KOŘENSKÝ, Jan. *Komunikace a čeština*. Vyd. 1. Jinočany: H & H, 1992. s. 5.

³⁰ ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 15.

³¹ ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 53-55.

hezká“).³²

Nepřímá pojmenování užívají jiná než ustálená pojmenování. Patří sem ironie, kdy je pojmenování užito v opačném významu. Aby adresát sdělení správně pochopil, je potřeba znát kontextovou souvislost, komunikační situaci, v mluveném projevu tomu napovídá i intonace. Na rozdíl od ostatních tropů, u nichž je pojmenování na základě vnější nebo vnitřní podobnosti, je ironie intelektuálním chápáním světa. Přenesené pojmenování na základě vnější podobnosti se nazývá metafora. Řada původních metafor se terminologizovala, např. v gastronomii („hřeben“). Častá jsou pojmenování spojená s přírodou („beran“ = tvrdohlavý člověk) nebo s názvy těla („ručička hodinek“). Dalším typem nepřímého pojmenování je metonymie, přenášení pojmenování na základě vnitřní souvislosti. Je častá v běžném životě („škola“ = termín pro výchovně-vzdělávací instituci / budovu, v níž je tato instituce umístěna / osazenstvo školy / vyučování / stoupence vědeckého nebo uměleckého směru / zkušenost) nebo u pojmenování fyzikálních jednotek po slavných fyzicích („volt“) či názvů přístrojů („rentgen“). Pod metonymií se řadí synekdocha, což je užití části předmětu pro označení celého celku („černé oči jděte spát“). Dále se mezi nepřímá pojmenování řadí frazémy, kam patří rčení („pálí mu to“), přirovnání („chytrý jako liška“), pořekadla („spěchej pomalu“), pranostiky nebo přísloví.³³

5.2 Slovo a výpověď

Slovo je základní, centrální jazyková jednotka slovní zásoby, slovo tvorby i gramatiky. Je na něj navázána pragmatická složka doplňující jeho věcný význam, které se říká konotace, zahrnuje emocionalitu, postoj mluvčího, intenzitu, estetičnost... Konotační význam slova se rychle mění na základě společenských změn, a tak mohou až s časem získat negativní, neutrální nebo kladnou konotaci. Mění se i v závislosti na kontextu a jsou typická spíše pro slova z periferie slovní zásoby, slova centrální slovní zásoby buď konotace nemají, nebo jen v menší míře.³⁴

Výpověď je základní jednotkou promluvy s určitou komunikační funkcí, nesoucí věcný obsah a vypovídající něco o skutečnosti, jejíž gramatickou formou je zpravidla věta. Podle

³² ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 62-64.

³³ ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 64-66.

³⁴ ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 75-77.

grafické formy se tak dělí na výpovědi větné a nevětné. Větná forma je tvořena větou jednoduchou nebo složenou. Nevětné výpovědi nemají ve svém základu určitý tvar slovesný, funkčně se ale rovnají větným formám a nazývají se větnými ekvivalenty (např. „Pst!“). Kromě grafické podoby má i svou podobu zvukovou, která závisí na mnoha dalších aspektech, jako je komunikační funkce nebo citové zabarvení. Její ukončení většinou naznačuje intonace a pauza, k dalším prostředkům zvukové formy patří úsekový a větný přízvuk.³⁵

Minimálně jedna výpověď tvoří promluvu, jež je základním typem komunikátu. Plní vždy nějakou konkrétní komunikační funkci, tj. komunikační záměr mluvčího realizovaný ve výpovědi. Různé komunikační funkce lze rozdělit podle typických forem na čtyři základní druhy – oznamovací, tázací, rozkazovací a přací. Jejich vyjádření může být přímé, opisné anebo situační. Přímé vyjádření se provádí základními komunikačními formami (oznamovací, tázací, rozkazovací, přací). Opisné se vyznačuje formou složené věty, kde v hlavní větě mluvčí příslušnou komunikační funkci sám pojmenovává a zároveň realizuje („Varuji tě, abys to nedělal.“). Situační vyjádření je nepřímé, může použít zcela jiné formy, než jaká by byla typická pro danou funkci jazykového systému. Čechová uvádí jako příklad prohlášení učitele ve třídě se žáky „Není tady křída.“, výpověď má formu oznamovací, ale komunikační funkce je výzvola.

Mluvčí svou výpověď nějakým způsobem prezentuje, jeho stanovisko a obsah výpovědi se nazývá výpovědní modalita, která se dělí na tři typy: (1) jistotní – podle stupně jistoty mluvčího k platnosti jejího obsahu („Možná přijede.“), (2) voluntativní – podle míry zájmu na uskutečnění děje („Musím/Měl bych/Mohu odejít.“), (3) evaluativní – podle subjektivně hodnotícího stanoviska k nějakému faktu ve výpovědi („Mrzí mě, že...“). Volba jazykových prostředků, jimiž je vyjádřen citový postoj, emocionální zaujetí mluvčího ke skutečnosti je označována emocionalitou výpovědi.³⁶

35 ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 262-267.

36 ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. s. 270-277.

6 Zpravodajství

Tomáš Trampota, autor knihy *Zpravodajství*, řadí zpravodajství, resp. snahu zajistit si přísun informací, stejně tak jako jejich kontrolu, mezi nejstarší projevy společenského života. Zpravodajství lze považovat za sociální instituci, jež plní vůči společnosti důležité funkce, kromě informativní také funkci udržování kontinuity existence společnosti, přibližování souvislostí a kontextu zpráv a utváření společné identity. Je reflexí aktuální reality, zprávy ale neposkytují jen fakta, ale zároveň obsahují základní hodnoty sdílené s ostatními členy společnosti, pravidelně zobrazují, co je z hlediska sociálního systému normativně správné a co je už porušením sociálních norem.

Zpravodajství je většinou výsledkem činnosti mediálních profesionálů fungujících v rámci mediální organizace, kde většinou bývá vysoká míra hierarchizace, tzn. rozdělení, co má každý pracovník na starosti, rozdělení odpovědnosti a rolí.³⁷ Během dlouhého vývoje médií, reprezentovaných původně primárně novinami, se postupně začala odlišovat tvorba zpravodajská a publicistická v oblasti formální i obsahové. Zpravodajství má především funkci informační, tj. snaží se co nejrychleji zachytit, popsat a předat aktuální události s předpokládanou neutralitou. Zatímco při publicistické činnosti jsou vyslovovány komentáře, názory a stanoviska k většinou již známým faktům.³⁸

Aby se událost dostala do zpravodajství a stala se zprávou, musí splňovat zpravodajské hodnoty. Čím větším množstvím těchto vlastností událost disponuje, tím větší je pravděpodobnost, že se stane zprávou. Tématu zprávy se věnovala řada autorů (Walter Lippmann, Herbert Gans), mezi první a nejcitovanější zpravodajské hodnoty patří pojetí severských autorů z poloviny 60. let Mari Rugeové a Johanna Galtunga, kteří dospěli k 12 zpravodajským hodnotám. Z pozdější empirické studie autorů Jörgena Westerstahla a Folka Johanssona vyplynulo pouze 5 klíčových zpravodajských hodnot: (1) důležitost, (2) blízkost – geografická / obchodní / kulturní, (3) dramatičnost, (4) přístup – technická možnost novinářů dostat se k informacím, (5) ideologie – národní zájmy. Výběr zpráv se liší také v závislosti na typu média, televizní zpravodajství má pro zprávu jiná kritéria než zpravodajství tištěné, např. preferuje události, ke kterým má obrazový materiál, v případě zahraničních událostí preferuje ty oblasti, kde má vlastního redaktora.

³⁷ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. s. 9-22.

³⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. s. 13-15.

Vnímání zprávy je historicky i kulturně proměnlivé, a také v závislosti na politice konkrétního média. I přesto se ale objevuje omezené množství stále se opakujících typů zpráv. Nejčastěji je typologie zpráv rozdělována dle tematického zaměření, John Hartley v 80. letech stanovil následující základní typy zpráv: (1) politické události, (2) ekonomické události, (3) zahraniční události, (4) domácí události, (5) příležitostné události, (6) sport. Americká medioložka Gay Tuchmanová přišla v 70. letech s typologizací zpráv na základě časového průběhu a časového zakotvení události. Nejprve dělí zprávy na (1) hard news – horké novinky, zabývající se důležitými záležitostmi, a (2) soft news – doplňující a zajímavé informace. Druhá její typologie dělí zprávy na (1) spot news – bezprostřední, jednorázová událost, (2) developing news – vyvíjející se zprávy, novináři získávají informace postupně, a (3) continuing news – průběžné zprávy, série reportáží na podobné téma během určitého delšího časového období.³⁹

6.1 Online zpravodajství

Počátky online zpravodajství sahají do roku 1993. Tentýž rok byl vydán první komerční internetový prohlížeč. Předcházelo tomu zrušení restrikcí americkým kongresem v roce 1992, které zakazovaly komerční využití internetu. První noviny na webu vyšly počátkem roku 1994, jednalo se o týdeník Palo Alto Weekly, přístup byl zdarma a obsah se aktualizoval dvakrát týdně. Koncem roku 1995 již bylo online kolem tisíce titulů, v polovině tohoto roku se mediální magnát Rupert Murdoch nechal slyšet, že všechny jeho noviny z vydavatelství News Corporation (cca 130) budou do dvou let na webu, čímž dal zároveň důležitý signál i ostatním vydavatelům. Zpočátku budování webových verzí to vydavatelé brali jako druh podnikání – marketingu, nový způsob oslovení čtenářů. Jako první český online deník je uváděn *Neviditelný pes* Ondřeje Neffa, který byl založen v roce 1996, od roku 2005 se stal součástí webu Lidovky.cz.

Nejprve byly na web vkládány stejné zpravodajské texty, které byly připraveny k tisku, z monitoru se ovšem čte jinak než z papíru. V roce 1997 tak americký expert Jacob Nielsen přišel s tím, že lidé texty na webu nečtou, ale pouze skenují. Proto navrhl určité úpravy textu, aby se i čtenářům na webu četl dobře, mezi ně patří např. zvýraznění klíčových slov, srozumitelné a sdělné mezititulky, jen jedna myšlenka v jednom odstavci, struktura textu principem obrácené pyramidy, hypertextové odkazy, krátké odstavce, krátké věty a celkový

³⁹ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. s. 26-31.

text by měl být cca o 50 % kratší než podobný text publikovaný v tisku. Velký důraz zároveň klade na samotný titulek, čtenáře totiž neoslovuje jen samotná značka média, ale především konkrétní článek, v online zpravodajství může být titulek delší, rovněž musí být sdělný, může obsahovat otázku nebo i číslovku. Zpravodajství na internetu dává zároveň prostor fotogaleriím, videím nebo např. různým infografikám.

Tisk kromě informativní funkce představoval veřejný prostor, v němž probíhala výměna a soutěž názorů, lidem se poskytovala společná agenda, v seriózních novinách se dával prostor zejména důležitým událostem, spíše než zajímavým. Roli veřejného prostoru mohou svým způsobem nahradit sociální sítě, jež se staly největším trendem 21. století, uživatelé internetu s nimi tráví nejvíce času. Dnes je běžné propojení zpravodajských serverů s Facebookem, kde uživatelé vyjadřují podporu danému médiu prostřednictvím tlačítka “Líbí se mi”, vydavatelům to zvyšuje čtenost a pomáhá budovat značku i v rámci sociálních sítí. Jak jsem již uváděla, obsah online zpravodajství bývá nejčastěji zdarma k dispozici. Příjmy mají mediální organizace především z reklamy, předplatného nebo od investorů. Další možností, jak mohou vydavatelé získat příjmy, které poklesly společně s čteností a inzercí papírových novin, je zpoplatnění webového obsahu. Rozšíření online zpravodajství kromě samotného webu napomohly aplikace pro další zařízení, jako je tablet nebo chytrý mobilní telefon, jejichž nespornou výhodou je, že je mají uživatelé hned po ruce.⁴⁰

⁴⁰ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. s. 104-116.

7 Téma migrační krize

Hlavním tématem článků, jejichž komentáře jsem analyzovala, je evropská migrační krize, která vyvrcholila v roce 2015 a stala se v médiích dlouhodobě atraktivním tématem. V tomto roce se dostalo do Evropy přes 1 milion uprchlíků a migrantů. Nejvíce uprchlíků pochází ze Sýrie, kde od března 2011 probíhá občanská válka. Jsou státy, které na migrační krizi doplácí a jsou již přehlcené, např. Itálie, Řecko, Švédsko či Německo, a pak státy s negativním postojem k migraci, které mají jen minimální počty nově přichozích uprchlíků, jako ČR, Slovensko nebo Baltské státy. Podle článku Amnesty International z roku 2018 je ale 85 % světových uprchlíků z rozvojových zemí. Evropská unie se snaží pomoci přetíženým státům pomocí kvót, díky nimž mělo být do konce září 2017 přerozděleno 160 000 žadatelů o mezinárodní ochranu z Itálie a Řecka. Cílem bylo ulevit těmto nejzasaženějším zemím a přerozdělit alespoň část uprchlíků i do zemí, do kterých jich přichází minimum. Některé země jako Česko, Polsko nebo Maďarsko, se odmítly na tomto postupu podílet a ve finále nebylo relokováno tolik migrantů, kolik bylo zamýšleno.⁴¹

Akademické pracoviště Sociologického ústavu Akademie věd ČR v rámci Centra pro výzkum veřejného mínění (CVVM) realizovalo řadu výzkumů na problematiku uprchlíků. Z průběžných výsledků těchto výzkumů od září 2015 do května 2019 je patrné, že občané ČR nejsou ochotni uprchlíky přijímat, a to jak ze zemí postižených válečným konfliktem, tak specificky z Blízkého východu a severní Afriky. Tato ochota se během 4 let ještě snižovala i přes pozitivní vývoj situace, kdy došlo např. k dohodě o kontrole migračních tras směřujících mezi Libyí a Itálií z léta 2017, rozvíjející se spolupráci s dalšími tranzitními zeměmi nebo postupné porážce ISIS v Sýrii a její postupující konsolidaci. Výsledky hodnocení situace okolo uprchlíků jako bezpečnostní hrozby ukázaly, že se respondenti nejvíce obávají o evropskou bezpečnost, tyto obavy během 4 let klesaly, čímž do určité míry reflektují výše uvedené klíčové skutečnosti ovlivňující tuto migraci do Evropy.⁴²

V září 2019 vydal Člověk v tísni výzkum „Migrace bez migrantů? Mediální obraz migrace a jejích aktérů v České republice“, jehož autory jsou Pavel Pospěch a Adéla Jurečková. Z výsledků výzkumu byly vyvozeny hlavní rysy zpravodajství o migraci v českých médiích.

⁴¹ 10 otázek a odpovědí – Migrační krize. Amnesty International [online]. © Amnesty International Česká republika [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.amnesty.cz/migrace/migrace-otazky-a-odpovedi>

⁴² Postoj české veřejnosti k uprchlíkům v průzkumech veřejného mínění CVVM v širším kontextu [online]. Analýzy a komentáře. © 2020 Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 26.7.2020]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/postoj-ceske-verejnosti-k-uprchlikum-v-pruzkumech-verejneho-mineni-cvvm-v-sirsim-kontextu.aspx>

Bylo zjištěno, že dnešní zprávy o migraci jsou odosobněné, termín „uprchlík“, který odkazuje k ohrožení nutícím dotyčného prchnout a vzbuzuje tak určitou empatii, byl postupně nahrazen termínem „migrant“, který empatii postrádá. Migrace v ČR je tématem politického boje, počet článků o migrantech stoupá vždy před volbami a po jejich skončení zpravidla opět upadá. Zkoumaná média (tisk: MF Dnes, Právo a Lidové noviny, online: novinky.cz, idnes.cz a aktualne.cz) se věnují téměř výhradně žadatelům o azyl či jeho držitelům, a opomíjejí migranty, kteří v Česku žijí. O tom svědčí nejčastěji zmiňované země původu migrantů: Sýrie, Irák, Afghánistán, Eritrea. Migranty žijící v ČR ve větším počtu, jako jsou např. Ukrajinci či Vietnamci, většina oslovených novinářů nepovažovala za atraktivní téma. K tématu se v médiích vyjadřují v drtivé většině politici, v mnohem menší míře odborníci a samotní migranti takřka nedostávají prostor. Hlavními náměty migračního zpravodajství jsou migrační politika a s imigrací související problémy či nepokoje – ty ve zpravodajství o Německu drtivě převažují, u online médií je to dokonce nejčastější téma.⁴³

⁴³ POSPĚCH, Pavel, JUREČKOVÁ, Adéla. *MIGRACE BEZ MIGRANTŮ? Mediální obraz migrace a jejích aktérů v České republice* [online]. Člověk v tísni, o.p.s., Praha, září 2019. [cit. 26.7.2020]. Dostupné z: https://www.clovekv tisni.cz/media/publications/1319/file/2019_11_01_vyzkumna_zprava_media_a_migrace_cz.pdf

8 Metodologie

Význam médií pro život společnosti vzrostl především ve 20. století společně s nástupem televize, rozhlasu a internetu, a média se tak stala nedílnou součástí našeho každodenního života. V souvislosti s tím se objevila větší snaha o zkoumání médií, jejich účinků a role ve společnosti.⁴⁴ Vědci při zkoumání dodržují metodologická pravidla daného oboru, která specifikují, jak mají být jednotlivé výzkumné kroky provedeny, a jak postupovat v případě ověřování jejich správnosti. Při zkoumání jsou používány patřičné vědecké metody. Renáta Sedláková ve své knize zmiňuje základní metodologická pravidla, jimiž jsou (1) pracovat s vymezenými termíny, (2) specifikovat a dodržovat metodologické postupy – aby výzkum mohl být zopakován, (3) empiricky testovat hypotetická tvrzení, (4) při výzkumu kontrolovat možné intervenující faktory, (5) neužívat nahodilých důkazů a vyvarovat se vysvětlení, která nemohou být testována. Na základě uvedené metodiky je možné vědeckou práci opět zopakovat.⁴⁵

Teoretici zabývající se výzkumnými metodami (Jeřábek, Průcha, Pelikán, Gavola) definují metodologii jako vědní disciplínu zabývající se systematizací, posuzováním a navrhováním strategií a metod výzkumu. Jakou zvolíme metodu výzkumu závisí podle Hendla na našich názorech, na hodnotových a etických hlediscích, samozřejmě také na základních cílech výzkumu nebo na externích vlivech na výzkum.

Dvě hlavní obecné metody, které při výzkumu používáme, jsou dané dvojicemi analýza – syntéza a induktivní – deduktivní postup. Při analýze dělíme celek na jeho komponenty, zkoumáme, jak samostatně fungují, ale i vztahy mezi nimi, jednoduše prozkoumáváme a objevujeme. Naopak u syntézy chceme spojit jednotlivé části do celku, abychom mohli popsat hlavní organizační principy. Dedukce je logické odvození závěru z množiny tvrzení (premisy), většinou odvozujeme jedinečné od obecného. Při indukci z pravidelnosti zkoumaných událostí odvozujeme obecné pravidlo, tedy postupujeme od jedinečného k obecnému.⁴⁶ Mediální studia jsou multiparadigmatický obor a ke zkoumání jednotlivých otázek lze přistupovat z odlišných teoretických východisek a ve výzkumu podle toho volit různé postupy. Nejzákladnější

⁴⁴ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. s. 7.

⁴⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. s. 19-20.

⁴⁶ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 34-36

rozdělení je na kvantitativní a kvalitativní výzkumnou metodu.⁴⁷ V této práci se budu věnovat oběma postupům, proto je teď oba představím.

Základním souborem této diplomové práce jsou komentáře, které psali uživatelé Facebooku pod články, jejichž hlavním tématem byla migrace, a jež byly sdíleny na facebookových stránkách vybraných zpravodajských a dezinformačních webů.

Původním záměrem bylo použít na stažení všech komentářů k tomu určený program, což vzhledem k čím dál větší náročnosti jakákoliv data o uživateli na Facebooku stáhnout nebylo technicky možné. Vzhledem k tomu, že jsem vše nakonec dohledávala bez pomoci jakéhokoliv programu, jsem dospěla k rozhodnutí zabývat se jen hlavními komentáři a vynechat navazující nová vlákna, která občas v reakci na komentář vznikají, na druhou stranu už se třeba ani netýkají tématu článku. Ke sběru dat se ještě vrátím v samostatné kapitole.

Při sběru komentářů bylo zjištěno, že v prvním pololetí roku 2019 pomalu přestávala být facebooková stránka Aeronetu, AE News, aktivní, v následujícím roce rovněž nebyly přidány žádné příspěvky. Zbylé tři facebookové stránky fungují a jsou nadále velmi aktivní. Podařilo se sebrat větší množství komentářů, na kterých půjde dokázat, zda a v jaké míře se v nich objevují nekorektní projevy neslušnosti a hrubosti.

Na základě výše zmíněných, již provedených výzkumů předpokládám, že uživatelé, komentující články o migrantech, se budou vůči nim, jejich příchodu do Evropy a problematice s tím spojené vyjadřovat negativně a neslušně. Pokusím se potvrdit či vyvrátit výsledek jednoho z výzkumů, a sice, že nejčastějším projevem neslušnosti jsou nadávky (name-calling). Předchozí výzkumy rovněž dokázaly, že komentátoři mají tendence delegitimizovat diskuse a oslabovat politickou důvěru.

H1: Předpokládám, že projevy neslušnosti budou často mířeny proti migrantům a problematice s tím spojené.

H2: Předpokládám, že se projevy neslušnosti budou často vyskytovat v reakci na politiku, její představitele a jejich rozhodnutí.

H3: Předpokládám, že nejčastějším projevem neslušnosti budou nadávky.

Kromě zmíněných předpokladů, které se na základě analýzy pokusím potvrdit či vyvrátit, je mým cílem najít odpovědi na tyto výzkumné otázky:

⁴⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. s. 46.

VO1: Proti komu jsou mířeny negativní komentáře?

VO2: Jakým způsobem se projevy incivility vyskytují v komentářích?

VO3: Jakým způsobem se liší komentáře aktérů u jednoho tématu?

VO4: Jaké typy komentátorů se v komentářích objevují?

VO5: Liší se míra nebo způsob projevů incivility v komentářích seriózních a dezinformačních webů?

8.1 Kvantitativní výzkumná metoda

Kvantitativní přístup je spojen s makropohledem vůči zkoumanému objektu, zatímco kvalitativní má blíže k mikrorovině zkoumání. Sedláková k jejich odlišení používá metaforu lesa a stromů, v kvantitativním případě vidí vědci les, s navzájem velmi si podobnými stromy, kdežto s kvalitativním přístupem vědci vidí spíše jednotlivé, významně odlišné stromy. Jednoduše kvantitativní šetření zkoumá větší celky prostřednictvím analýzy hromadných dat, kvalitativní je zaměřeno na jednotlivé jevy, jedince či případy a snaží se je zkoumat co nejpodrobněji.⁴⁸

Kvantitativní šetření začíná stanovením cíle a výzkumných otázek. Z nich se vyvodí proměnné, na které se výzkumníci zaměří. Keith Punch ve své knize *Základy kvantitativního šetření* uvádí sedm prvků kvantitativního šetření. Je to (1) cíl, (2) výzkumné otázky, (3) dotazník, (4) vzorek, (5) strategie sběru dat, (6) strategie analýzy dat a (7) zpráva o šetření.⁴⁹ Kvantitativní data jsou zpravidla numerického charakteru a mluvíme o nich jako o tvrdých datech. K těm nejčastějším výzkumným technikám patří hromadné dotazníkové šetření, které se soustředí na jednu otázku či téma, jehož uchopení je předem dáno podle již existujících teorií. Typické pro kvantitativní výzkum je omezené množství informací o určitém zkoumaném objektu získané od širokého okruhu jedinců. Kvantitativní metoda, na rozdíl od té kvalitativní, usiluje o formulaci širěji platných zjištění, která mohou být zobecnitelná na cílovou populaci, a zachycení obecných vzorků jednání. Kvantitativní šetření aspiruje na reprezentativitu, této snaze o zachycení obecně platných zákonitostí se říká tzv. nomotetický charakter.⁵⁰

⁴⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. s. 48.

⁴⁹ PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008. s. 37-38.

⁵⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. s. 51-53

8.2 Kvalitativní výzkumná metoda

Kvalitativní přístup se vyvinul z kritiky pozitivistického a přírodovědného přístupu, a hlásí se k hermeneutice a fenomenologii.⁵¹ Známa je krátká a jasná definice Glasera a Corbinové (1989), že kvalitativní výzkum je jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických metod nebo jiných způsobů kvantifikace. Hendl ve své knize *Kvalitativní výzkum* definuje kvalitativní přístup citováním Creswella (1998), podle něhož je to „proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách“. Výzkumné otázky, které se na začátku výzkumu stanoví, mohou být upravovány nebo doplňovány ještě během výzkumu, sběru a analýzy dat. Stejně tak mohou vznikat nové hypotézy nebo modifikace zvoleného výzkumného plánu. Z tohoto důvodu bývá kvalitativní výzkum nazýván jako pružný.

Během výzkumu jsou hledány a analyzovány nové informace, které by mohly přispět k osvětlení výzkumných otázek. Výzkumný proces má longitudinální charakter a je značně subjektivní. Výzkumník může na konci navrhnout teorii o fenoménu, kterým se zabýval. Hlavním úkolem je objasnit, jak se lidé v daném prostředí a situaci chovají, proč jednají určitým způsobem nebo jak organizují své všednodenní aktivity a interakce. Pro jeho pružný a nestruturovaný charakter se dá těžko, na rozdíl od kvantitativního způsobu, replikovat.⁵²

8.3 Výzkum médií

Média a komunikace byla zpočátku zkoumána především pro akademické účely. Sem se řadí např. výzkum mediálních organizací, interpretace textu, analýza reprezentace apod. Akademický výzkum je více svázán s teorií a jeho výsledky bývají veřejně dostupné, akademici se snaží o jejich zveřejnění v odborných periodikách či knihách. Pro tuto oblast výzkumu zároveň platí, že je většinou placena z veřejných finančních zdrojů, nová zjištění pak slouží vědecké komunitě i široké veřejnosti.

⁵¹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 60.

⁵² HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 45-49.

Během rozvoje mediální komunikace ve 20. století vzrostl zájem také o komerční výzkum médií, v němž rámci se dá zkoumat např. míra sledovanosti nebo měření efektivity reklamy. Z toho plynou hlavní cíle této oblasti výzkumu, tj. hledání nástrojů ke zvýšení efektivity oslovování příjemců médií, zjištění účinnosti různých typů mediálních sdělení na příjemce, odhalit složení a strukturu daného publika atd. Komerční výzkumy médií jsou často financovány soukromou organizací a jejich výsledky tak většinou nejsou veřejně dostupné.

Základní hrubé rozdělení výzkumu médií bývá připisováno Haroldu Lasswellovi, jenž v roce 1948 vyslovil tezi, že pokud chceme poznat komunikaci, musíme si umět odpovědět na otázku: Kdo říká co, jakým kanálem, komu a s jakým účinkem. Z této otázky vyplývají tři základní oblasti výzkumu komunikace. První je výzkum mediálních organizací, vycházející z první části formule – Kdo? (podavatel). Druhou oblastí výzkumu médií je mediální sdělení – říká co? (jádro komunikace). Třetí oblast je zaměřena na mediální příjemce a účinky na ně – komu a s jakým účinkem? V praxi řada výzkumů narušuje pomyslnou hranici mezi uvedenými oblastmi nebo výzkum kombinuje.⁵³

⁵³ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. s. 11-15.

9 Plán výzkumu

Tématem této diplomové práce je komparace facebookových diskusí pod články týkajícími se migrace, jež jsou zveřejněny na facebookových skupinách vybraných zpravodajských webů. Zvolila jsem si facebookové stránky dvou dezinformačních webů – Aeronet.cz a ParlamentníListy.cz⁵⁴, oproti tomu také facebookové stránky dvou seriózních zpravodajských webů – Aktuálně.cz a Novinky.cz. Časový rozsah zkoumání je omezen první polovinou roku 2019, tedy od 1. 1. 2019 do 30. 6. 2019. V diskusích se zaměřím na projevy tzv. „incivility“, tedy neslušnosti, hrubosti, nevychovanosti či nezdvořilosti. Bude mě zajímat, zda a v jaké míře se vyskytují, a vůči komu jsou mířeny. Také porovnáám výsledky mezi seriózními a dezinformačními weby a pokusím se ukázat, zda povaha média má na diskuse nějaký vliv.

Důvodem, proč jsem si vybrala právě téma migrace, je důležitost a stálá aktuálnost tématu, navíc vždy více ožije v době voleb.⁵⁵ Pro komentáře na facebookových stránkách jsem se rozhodla z toho důvodu, že v některých případech jsou diskuse přímo na zpravodajských portálech u některých témat raději uzavřeny, aby se zamezilo vulgaritám, urážkám a nesouvisejícím debatám. Zároveň vycházím z výsledků předchozí studie („Engaging the social news user – Comments on news sites and Facebook”⁵⁶), které ukázaly, že diskuse na Facebooku mají nižší kvalitu, a z toho důvodu by mohly obsahovat více projevů neslušnosti.

9.1 Sběr dat

Původním plánem pro získání dat, tedy vyhledání konkrétních článků s daným tématem a následně stažení všech komentářů, bylo vyhledat vhodný server či software a s jeho pomocí potřebná data vytěžit, tzv. data mining. Na internetu je v nabídce několik typů softwarů. Obliba této technologie vzrostla počátkem 90. let v souvislosti s potřebou komerčních společností získat cenné informace pro rozvoj svého byznysu. Firmy měly velké objemy cenných dat, ale

⁵⁴ NEO. *VNITRO MÁ DATABÁZI DEZINFORMAČNÍCH WEBŮ. KOHO NA NI ZAŘADILO?* [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. [cit. 25.6.2020]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/vnitro-ma-databazi-dezinformacnich-webu-koho-na-ni-zaradilo/>

⁵⁵ POSPĚCH, Pavel, JUREČKOVÁ, Adéla. *MIGRACE BEZ MIGRANTŮ? Mediální obraz migrace a jejích aktérů v České republice* [online]. Člověk v tísni, o.p.s., Praha, září 2019. [cit. 26.7.2020]. Dostupné z: https://www.clovekvtsni.cz/media/publications/1319/file/2019_11_01_vyzkumna_zprava_media_a_migrace_cz.pdf

⁵⁶ HILLE Sanne, BAKKER Piet. *ENGAGING THE SOCIAL NEWS USER, Comments on news sites and Facebook* [online]. Journalism Practice. 2014 Vol. 8, No. 5, 563–572 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.899758>.

vzhledem k jejich různorodosti je neuměly zpracovat klasickými metodami. Tato technologie dolování dat představuje velmi propracované soubory metod, které pomocí matematických funkcí analyzují velké objemy dat a hledají v nich skryté souvislosti. Největší uplatnění v praxi získal data mining v komerční sféře, jeho výsledky slouží například velkým pojišťovnám, supermarketům nebo mobilním operátorům, mohou však také sloužit vědeckému výzkumu.⁵⁷

Jenomže informace, včetně jména, emailu, telefonního čísla, bydliště a věci, které se nám líbí, se začaly zneužívat. V březnu 2018 vyústila známá aféra se společností Cambridge Analytica, ta masivně sbírala osobní informace o desítkách milionů lidí a využívala informace o uživateli Facebooku, kteří o tom ani nevěděli. Podle zpráv měla informace využít také k ovlivňování voleb v několika zemích. S použitím aplikací lákajících na kvízy, zábavu či výhry cen se dařilo oslovovat stovky tisíc uživatelů a jejich prostřednictvím získávat informace o všech přátelích. Cambridge Analytica není ale jediná společnost, která údaje o uživateli Facebooku sbírala. Do roku 2015 bylo běžné, že stovky až tisíce dalších subjektů dělaly totéž.⁵⁸ Podle britského úřadu na ochranu osobních údajů (ICO) Facebook nedokázal dostatečně ochránit soukromí svých uživatelů a umožnil „závažné porušení“ zákona.⁵⁹ Facebook musel zaplatit pokuty v řádech miliard dolarů v Británii, Itálii i USA.⁶⁰ O další aféru se postaral v roce 2019 server TechCrunch objevením nezabezpečených webů, na kterých byly volně k dispozici stovky milionů telefonních čísel uživatelů Facebooku. Vzhledem k tomu, že servery nebyly chráněny ani heslem, kdokoliv mohl získat přístup do databáze a citlivá data mohla být teoreticky zneužita.⁶¹

Všechny články o migraci za první pololetí roku 2019 jsem si nakonec vyhledala pomocí Newton Media SEARCH, ke kterému mají studenti na univerzitě přístup zdarma.⁶²

⁵⁷ SIKOROVÁ, Magdaléna. *Data mining: Cesta od vyzobávání rozinek k těžbě zlata* [online]. 2020 © Ekontech.cz. 7. 11. 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.ekontech.cz/clanek/data-mining-cesta-od-vyzobavani-rozinek-tezbe-zlata> [cit. 1.3.2020]

⁵⁸ DOČEKAL, Daniel. *Aféra s Cambridge Analytica může zlomit Facebooku vaz* [online]. © 2017 PEAK NEWS MEDIA, s.r.o. 14. 6. 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.peak.cz/afera-cambridge-analytica-muze-zlomit-facebooku-vaz/9121/>

⁵⁹ ČTK, iDNES.cz. *Facebook se brání proti pokutě za únik dat. V Británii se odvolal* [online]. © 1999–2020 MAFRA, a. s. 22. 11 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/facebook-cambridge-analytica-odvolani.A181122_091121_eko-zahranicni_are

⁶⁰ Úřad pro ochranu osobních údajů. *Vyhledávání* [online]. © 2013 Úřad pro ochranu osobních údajů [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: https://www.uoou.cz/vismo/fulltext.asp?hledani=1&id_org=200144&id_ktg=5572&n=ctk-facebook-dostal-v-italii-pokutu-kvuli-afere-cambridge-analytica&archiv=0&p1=1018&query=Cambridge+Analytica&rh=

⁶¹ WHITTAKER, Zack. *A huge database of Facebook users' phone numbers found online* [online]. © 2013–2020 Verizon Media. 4. 9. 2019 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2019/09/04/facebook-phone-numbers-exposed/>

⁶² Newton Media Search. *Portál elektronických zdrojů* [online]. © 2020 Univerzita Karlova. Dostupné z: <https://ezdroje.cuni.cz/prehled/zdroj.php?id=271&lang=cs>

Společnost NEWTON Media, a. s., operuje v oboru mediálních analýz a monitoringu médií ve střední Evropě. Disponují bohatým archivem zpráv v plném znění až do roku 1996. Mají databázi zpráv, článků, inzerce či televizních pořadů.⁶³ Mediální archiv NEWTON Media zahrnuje tištěné zdroje (celostátní i regionální periodika, společenské a odborné časopisy), zpravodajství stovek internetových portálů a rozsáhlou databázi přepisů televizních a rozhlasových pořadů.⁶⁴ Až když jsem měla seznam všech vydaných článků dle kritérií, procházela jsem článek po článku, abych zjistila, zda ho zpravodajský web sdílel na své facebookové stránce. Poté jsem si vypsalala kvantitu reakcí, komentářů a sdílení, a hlavně všechny komentáře přepírovala do textového dokumentu Microsoft Word, kde s nimi budu nadále pracovat. Všechny číselné údaje a sebrané komentáře jsou platné k 23. únoru 2020.

Ve výzkumu použiji kvantitativní i kvalitativní výzkumnou metodu. Nejprve kvantitativně zhodnotím články samotné. Zjistím, fanoušci jaké facebookové stránky nejvíce tíhnou ke komentářům, kteří spíše k reakcím, a uživatelé jakého zpravodajského webu nejvíce články sdílejí dál. Tento kvantitativní začátek výzkumu jsem si zvolila proto, že hodnoty uvedené v tabulkách, které si budu moci mezi sebou dobře porovnat, mi zprostředkují jasný přehled o materiálu. V kvalitativním výzkumu se zaměřím na samotnou povahu komentářů a na projevy neslušnosti, hrubosti, nevychovanosti, nezdvořilosti a agrese.

⁶³ O společnosti Newton Media. *Profil společnosti* [online]. © NEWTON Media, a.s. 2014 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/o-nas/profil-spolecnosti>

⁶⁴ *Archiv* [online]. © NEWTON Media, a.s. 2014. [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/sluzby/archiv>

10 Zkoumané zpravodajské servery

V této kapitole představím 4 vybrané zpravodajské servery, jejichž facebookové podoby jsem si zvolila pro komparativní analýzu. Vybrala jsem si 2 zpravodajské weby, které jsou pokládány za dezinformační – Aeronet.cz a ParlamentníListy.cz, a 2 seriózní zpravodajské domény – Aktuálně.cz a Novinky.cz.

V roce 2016 další zpravodajský web idnes.cz poukazoval na výzkum na půdě brněnské Masarykovy univerzity, vedený Petrou Vejvodovou a výzkumníkem politického marketingu a manipulativních technik Milošem Gregorem. Studie byla zaměřena na techniky prokremelské propagandy vybraných českých či česky psaných webů. Zjistili, že sedmnácti procentům zkoumaných textů analýza přisuzuje vzbuzování negativních emocí, z toho každý pátý článek měl potenciál budit nenávisť, každý čtvrtý strach, a každý druhý rozhořčení. Vejvodová tvrdí, že používané propagandistické techniky jsou používány velmi důkladně, nikoliv pomocí podvrhů fotek či videí, jak by si mohli lidé při pojmu propagace myslet. V textech ani nepřevažují pozitivní články o Putinovi či Rusku, jsou spíše neutrální. Klíčem je výběr a rámování témat, a líčení obrazu nefungujícího politického systému na Západě. Analýza dospěla k závěru, že ve 40 % zkoumaných článků je obsažena technika svalování viny (na cíl znevěhodnění) a 34 % článků obsahuje fabulace nejrůznějších druhů. Relativně velký počet dezinformačních technik byl sledován právě u Parlamentních listů.⁶⁵ Český generál Petr Pavel se pro server Neovlivni.cz vyjádřil o ruské propagandě následovně: „Ruská propaganda se v moderní době mnohem více orientuje na polopravdy a spíše než na zvýrazňování kvalit vlastního systému na poukazování nedostatků systémů ostatních.”⁶⁶

Oficiální facebookový profil zpravodajského webu aeronet.cz je k nalezení pod novým názvem AE News. Stránka se líbí 2 274 uživatelům a má 2 604 sledujících. Svůj vznik datují na 30. červen 2014 a popisují se jako „Alternativní zpravodajství a komentáře na aktuální témata z našeho (ro)zvráceného světa”.⁶⁷

⁶⁵ WIRNITZER, Jan. KOVÁČSOVÁ, Kateřina. *Analýza „prokremelských“ webů: šíří vlnu zloby a půl procenta soucitu* [online]. © 1999–2020 MAFRA, a. s. 13. 6. 2016 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/analiza-prokremelskych-webu-evropske-hodnoty-masarykova-univerzita-gregor-vejvodova.A160613_122145_domaci_jw

⁶⁶ BINAR, David. *HLAVNÍ HROZBY DNEŠKA: ASERTIVNÍ RUSKO A ISLÁMSKÝ TERORISMUS, ŘÍKÁ PETR PAVEL* [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. 4. 1. 2016 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/hlavni-hrozby-dneska-asertivni-rusko-a-islamsky-terorismus-rika-petr-pavel/>

⁶⁷ AE NEWS. Facebook [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/www.aeronet.cz/>

Facebooková stránka ParlamentníListy.cz do dnešního dne (29. 2. 2020) nasbírala 48 691 „lajků“ a 48 758 sledujících. Lákají uživatele ke komunikaci přímo s politiky prohlášením „aktuality nejen z české politiky. Registrovaní uživatelé mohou o politicích nejen číst, ale přímo s nimi komunikovat. Zkuste to také!“. Na své stránce se také pyšní oceněním v kategorii „Českých 100 nejlepších společností roku 2014“.⁶⁸

Facebookovou stránku Aktuálně.cz má rádo 114 804 a sleduje ji 118 849 uživatelů. Sami se představují následovně: „Online deník Aktuálně.cz je součástí vydavatelství Economia. Zpravodajstvím plní také portály www.centrum.cz a www.atlas.cz“. Prezentují se mottó „S námi víte, co se právě děje“ nebo „Věci tak, jak jsou“.⁶⁹

Facebooková stránka Novinky.cz má z těchto čtyř vybraných portálů nejvíce fanoušků s počtem 146 138 a s 152 018 sledujícími. Je zároveň z vybraných nejstarším zpravodajským portálem, jehož vznik sahá do roku 2003. Na Facebooku se prezentují jako „Každý den nejnavštěvovanější zpravodajství na českém internetu“.⁷⁰

10.1 Aeronet.cz

Aeronet nebo také American European News, zkráceně AE News je podle jejich vlastních slov na webu „nezávislý internetový zpravodajský portál připravovaný českými a slovenskými krajany žijícími v Holandsku, Rusku a v USA“. Zároveň prohlašují, že přináší informace z alternativních zdrojů, dešifrují politické události, dezinformace a mediální propagandu a píše o dopadech a souvislostech.⁷¹ Bezpečnostní informační služba si ovšem myslí něco jiného, a v roce 2014 tak označila Aeronet.cz ve svých zprávách za zdroj nebezpečné ruské propagandy.⁷² Ministerstvo vnitra České republiky vede Aeronet.cz na

⁶⁸ ParlamentníListy.cz. Facebook [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/parlamentnilisty.cz/>.

⁶⁹ Aktuálně.cz. Facebook [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Aktualne.cz/>.

⁷⁰ Novinky.cz. Facebook [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Novinky.cz/>.

⁷¹ AENews [online]. © Copyright 2020 American European News, LLC. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/>.

⁷² KUNDRA, Ondřej. *PUTINŮV HLAS V ČESKU* [online]. © Economia, a.s. 28. 2. 2015 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/z-noveho-cisla/putinuv-hlas-v-cesku>

seznamu webových stránek šířících dezinformace.⁷³ Aktuální sídlo společnosti se nachází na adrese 40 Wall Street, New York, tedy v The Trump Building.⁷⁴

Jak může název napovídat, web byl v roce 2001 původně založen jedním neprofesionálním pilotem, aby zvýšil informovanost nadšenců létání o jejich koníčku. Než se doména dostala do dnešní podoby, prošla si ještě fází anonymních nabídek na stažení nelegálního softwaru, především hudby, filmů či programů. V roce 2014, krátce po Putinově anexi Krymu, se na Aeronet.cz začaly objevovat články kritizující novou ukrajinskou vládu, která se rozhodla ruskému napadení bránit.⁷⁵

Aktuální majitel serveru nebyl donedávna znám a většina článků je psána anonymně. Jako šéfredaktor vystupuje anonymní muž pod zkratkou VK, což má znamenat „vedoucí kolotoče“.⁷⁶ Ten má také svůj vlastní pořad „Šéfredaktor zpravodajského portálu Aeronet.cz pan VK komentuje aktuální události“ na Youtube kanále AE News, kde se vyjadřuje k aktuálnímu dění.⁷⁷

Reportéři ČT se tomu v roce 2016 dali na stopu a pokusili se vypátrat, kdo obsah vyrábí. Jelikož se o vlastnické struktuře webu nedá z veřejně dostupných zdrojů zjistit vůbec nic, zaměřili se na peněžní toky. Ty ukázaly, že jediným příjemcem všech peněz, které Aeronet vybírá od svých čtenářů, je Marek Pešl z Branišova v jižních Čechách. Všechny účty Aeronetu jsou ovšem vedené na tzv. bílého koně Mariána Rohályho z Havířova, jenž ale nemá k účtům žádná dispoziční práva.⁷⁸ V roce 2018 Reportéři ČT v reportáži zmiňují ještě další dvě jména, Jiří Beneš z Vlachova Březí a Josef Beneš z nedaleké Čkyně. Na prvního je účet Aeronetu

⁷³ ZELEŇKA, Jakub. PRCHAL, Lukáš. *Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů* [online]. © Economia, a.s. 22. 6. 2017 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statu-t/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/?redirected=1525775550>

⁷⁴ AENews. *Kontakt* [online]. © Copyright 2020 American European News, LLC. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/kontakt/>

⁷⁵ KUNDRA, Ondřej. *PUTINŮV HLAS V ČESKU* [online]. © Economia, a.s. 28. 2. 2015 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/z-noveho-cisla/putinuv-hlas-v-cesku>

⁷⁶ ČT24. *Komu lidé přispívají na konspiračním webu? Peníze zřejmě plynou k člověku s exekucemi* [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 5. 7. 2016 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1837223-komu-lide-prispivaji-na-konspiracnim-webu-penize-zrejme-plynou-k-cloveku-s-exekucemi>

⁷⁷ YouTube. *AE News* [online]. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/AENewsTV>

⁷⁸ ČT24. *Komu lidé přispívají na konspiračním webu? Peníze zřejmě plynou k člověku s exekucemi* [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 5. 7. 2016 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1837223-komu-lide-prispivaji-na-konspiracnim-webu-penize-zrejme-plynou-k-cloveku-s-exekucemi>

veden, druhý má k němu dispoziční práva. Ročně pošlou čtenáři Aeronetu na účet přes dva miliony korun.⁷⁹

Během psaní této diplomové práce se Reportérům ČT po několika letech pátrání podařilo odhalit utajeného dezinformátora z Aeronetu, Marka Pešla, ve slovenském Trenčíně. Reportéři zjistili, že vše údajně začalo tím, když ho v roce 2014 kontaktovala skupina lidí, „která v podstatě je z vlastenecké, nebo můžeme říkat národovecké fronty“. Snažil se vyvrátit, že by za Aeronetem stálo Rusko: „Jsou to Češi. Prosím vás, žádní Rusové nejsou v těchto věcech zaangażováni. To jsou zase dezinformace, které šíří novináři, že nějakí Rusové se snaží vměšovat, snaží se v podstatě jakoby něco ovlivňovat v České republice. Jenom chci říct, že netvrdím, že se to nemůže dít“.⁸⁰

10.2 ParlamentníListy.cz

Podle databáze webu Neovlivní.cz jsou ParlamentníListy.cz jedním z propagandistických webů, které po obsazení Krymu v roce 2014 šíří nekomentované Putinovské vidění světa mezi standardními zpravodajskými texty.⁸¹ ParlamentníListy.cz je zpravodajský server s většinovým zaměřením na českou politickou scénu. Často se na něm ale objevují prokremelské komentáře a komentáře a články, které souzní s Vladimírem Putinem. Jejich mottem je: „Nikdo nám neříká, co máme psát.“ Server provozuje od roku 2009 společnost OUR MEDIA a.s., 75% podíl ve společnosti vlastní společnost SYNOT INVEST LIMITED podnikatele a senátora Iva Valenty. Dalšími vlastníky společnosti OUR MEDIA a.s. jsou Michal Voráček, Jan Holoubek a Jiří Čermák.⁸² ParlamentníListy.cz sídlí narozdíl od Aeronet.cz v České republice, na Vinohradské 174, v Praze 3, a mají veřejně přístupné informace nejen o vedení společnosti, ale i složení redakce a ostatní personál.⁸³ Z důvodu názvu

⁷⁹ ZEM. *Dezinformační web Aeronet vyvolal kauzu lithium. Reportéři ČT odhalovali jeho pozadí* [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 7. 5. 2018 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2472406-dezinformacni-web-aeronet-vyvolal-kauzu-lithium-reporteri-ct-odhalovali-jeho-pozadi>

⁸⁰ TEV. *Po stopách dezinformátora. Reportéři ČT odhalili utajeného provozovatele Aeronetu* [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 2. 3. 2020 [cit. 10.7.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3056786-po-stopach-dezinformatora-reporteri-ct-odhalili-utajeneho-provozovatele-aeronetu>

⁸¹ Neovlivní.cz. *DATABÁZE PRORUSKÉHO OBSAHU OD A-Z* [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. 7. 11. 2016 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/databaze-proruskeho-obsahu-od-a-z/>

⁸² ParlamentníListy.cz [online]. © OUR MEDIA a.s.. 2009-2020 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/>.

⁸³ ParlamentníListy.cz. *Kontakty* [online]. © OUR MEDIA a.s.. 2009-2020 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/redakce/redakce/>.

evokujícího vzájemné spojení s Parlamentem České republiky, kancelář poslanecké sněmovny se již v roce 2012 od Parlamentních listů oficiálně distancovala.⁸⁴

Každý čtenář si může založit vlastní profil, profily zde mají i politické osoby. Obsah je tvořen jak redakcí, tak i příspěvky politiků a dalších čtenářů. Odborníci na média neberou Parlamentní listy čistě jako dezinformační server, ale jako platformu pro šíření dezinformací, jejich tvorba se přičí základním standardům novinářské profese, jako je třeba ověřování faktů v článcích, které jsou jim do redakce posílány.⁸⁵ To si potvrdili bývalí novináři Karel Goldmann a Jan Binder, kteří v polovině dubna 2017 napsali pod smyšlenými jmény Jan Beruška a Jan Hellinger dva dezinformační texty, v nichž tvrdili, že USA používají v Sýrii chemikálie ovlivňující lidské myšlení, tzv. chemtrails, a za teroristické útoky v Evropě mohou ekoteroristé a cyklofašisté. Chtěli si ověřit, zda Parlamentní listy věnují alespoň základní editorskou práci příspěvkům, tedy prověří si autora a informace v textu.⁸⁶

Parlamentní listy jsou odlišné v potlačení jejich autorské tvorby, v současnosti tvoří většinu jejich obsahu různá interview, zprávy a převzaté články odpovídající jejich představám o světě. Již od počátku založení redakce bylo jejich cílem publikovat jeden článek za druhým, běžně jich je i 50 denně. A v neposlední řadě je pro ně typický také volný a needitovaný prostor, který dávají libovolným politikům a politicky aktivním občanům. Právě veřejně známé osoby, které server používají jako kanál pro prezentaci svých názorů, viditelně přispívají k obchodnímu úspěchu webu, včetně prezidenta Miloše Zemana, který serveru už poskytl několik desítek rozhovorů, a který považuje Parlamentní listy za velmi objektivní internetový deník, kterého si váží.⁸⁷

10.3 Aktuálně.cz

Aktuálně.cz je online deník mediálního domu Economia, jehož vlastníkem je podnikatel Zdeněk Bakala. Mezi další velké tituly, které Economia vydává, patří např. deník

⁸⁴ Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky. *Kancelář Poslanecké sněmovny se distancuje od internetového serveru Parlamentní listy* [online]. [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/cms.sqw?z=3911>

⁸⁵ ZELEŇKA, Jakub. PRCHAL, Lukáš. *Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů* [online]. © Economia, a.s. 22. 6. 2017 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statu-t/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/?redirected=1525775550>

⁸⁶ RYZ. *Web Parlamentní listy zveřejnil nesmyslné vymyšlené zprávy. Není to poprvé* [online]. © 2003 - 2020 ROMEA, o. p. s. 17. 4. 2017. [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/domaci/web-parlamentni-listy-zverejnil-nemyslne-vymyslne-zpravy-neni-to-poprve>

⁸⁷ KREJČÍ, Markéta. *Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku* [online]. © 2020 HlídacíPes.org, 25. 10. 2017. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/> [cit. 28.2.2020]

Hospodářské noviny, týdeníky Ekonom a Respekt nebo další zpravodajský server ihned.cz. Známy je rovněž videoobsah audiovizuálního projektu DVTV pro Aktuálně.cz. Společnost řídí představenstvo, v jehož čele je momentálně Zuzana Řezníčková.

Economia má svou Radu pro redakční nezávislost, jejímž úkolem je z pozice zcela nezávislého orgánu hájit myšlenku svobody médií a ručit čtenářům a veřejnosti za to, že práce redaktorů Economie nepodléhá nepřiměřeným zásahům. Na radu se může obrátit jakýkoli redaktor Economie, který se domnívá, že byl ve své práci přímo či zprostředkovaně ovlivňován ze strany akcionáře. Rada je složená ze zkušených novinářů a mediálních expertů působících v několika evropských zemích, aktuálně je to předseda Misha Glenny a členové Aleksander Kaczorowski a Václav Štětka.

Podle webu Economie mají zodpovědnost vůči svým čtenářům, informace, které jim poskytují, mohou sloužit k jejich profesionálnímu či osobnímu rozhodování a často je pro ně důležitým zdrojem informací. Proto se všechny redakce mediálního domu řídí kodexem, platným od roku 2015 pro všechny tištěné i elektronické tituly, aby informace, které poskytují, byly pravdivé, úplné a nezkreslené. Tituly mediálního domu Economia podporují principy demokracie a tržní společnosti založené na volné konkurenci subjektů. Neposkytují prostor propagaci extrémních názorů směřujících k diskriminaci a potlačování lidských práv. Redaktoři mimo jiné musejí dbát na to, aby informace nezkreslili například použitím nevhodného titulku či nevhodně zvolenou doprovodnou fotografií. Redaktoři nesmí zdrojům za informace platit. Redaktoři nesmí vydávat své starší materiály za nové. Dále např. nesmí používat sprostá slova a jiné hanlivé výrazy či urážky. Informace v článcích musí být potvrzeny minimálně 2 na sobě nezávislými zdroji a redaktoři vždy zdroje uvádí, kromě výjimečných případů, jako je ochrana zdroje. Dále redaktoři musí respektovat soukromí osob. Pokud redaktorovi hrozí při výkonu práce jakýkoli konflikt zájmů, je povinen to sdělit šéfredaktorovi a takové práci se vyhnout. Plné znění kodexu uvádí na svém webu, viz poznámka pod čarou.⁸⁸ Nynějším šéfredaktorem Aktuálně.cz je Josef Pazderka, jenž přešel do redakce z České televize na podzim 2016.⁸⁹

⁸⁸ Economia.cz. *Nejsme jenom noviny* [online]. Economia © 2020. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: https://www.economia.cz/o-nas/?utm_source=www.aktualne.cz&utm_medium=footer.

⁸⁹ Aktuálně.cz. *Josef Pazderka* [online]. © Economia, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné od: <https://www.aktualne.cz/autori/josef-pazderka/1~ffdb0baa8fba11e69966002590604f2e/>.

10.4 Novinky.cz

Novinky.cz jsou nejnavštěvovanějším zpravodajským webem na českém internetu.⁹⁰ Spadají pod společnost Seznam.cz, pod kterou patří vedle domovského Seznamu a Novinek.cz i weby Super.cz, Mapy.cz, Seznam Zprávy nebo Sport.cz. Společnost Seznam.cz se pravidelně řadí na pozici české internetové jedničky. Data o návštěvnosti českého internetu NetMonitor v minulém roce potvrdili její první místo v čele provozovatelů českého internetu. Průměrná návštěvnost webů provozovaných Seznam.cz představovala v prvním loňském pololetí více než osm milionů reálných uživatelů.⁹¹

Český internetový portál a vyhledávač byl založen v roce 1996 Ivo Lukačovičem. Od té doby Seznam neustále roste a vyvíjí se. Získal několik ocenění, např. několikrát cenu Křišťálová lupa, Czech Open Source 2010, Česká cena za PR, Top Zaměstnavatel atd. V roce 2018 byla spuštěna celoplošná Televize Seznam a o rok později spustili vlastní videoportál televizeseznam.cz. Samotné Novinky.cz vznikly v roce 1998, původně jako zábavní portál. Dokonce v roce 2000 získaly cenu za nejlepší zábavní server Český zavináč 2000. Až v roce 2003 se z webu stal zpravodajský server a jeho spoluvydavatelem se stala společnost Borgis, jejíž většinovým majitelem je šéfredaktor deníku Právo Zdeněk Porybný.⁹² Aktuálním šéfredaktorem Novinek je Vladimír Dušánek.⁹³

⁹⁰ MAV. *Zpravodajské weby: V první desítce i Echo, v blízkosti také Forum 24* [online]. © 2020 PHD, a.s. 23. 9. 2018 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/09/zpravodajske-weby-v-prvni-desitce-i-echo-v-blizkosti-take-forum-24/>.

⁹¹ MAV. *Seznam.cz upevnil v pololetí pozici internetové jedničky* [online]. © 2020 PHD, a.s. 28. 8. 2019. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/08/seznam-cz-upevnil-v-pololeti-pozici-internetove-jednicky/>.

⁹² Seznam.cz. *Naše vize* [online]. © 1996–2020, Seznam.cz, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://o.seznam.cz/o-nas/>.

⁹³ Novinky.cz. *Tiráž* [online]. Copyright © 2019–2020 Seznam.cz, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tiraz>.

11 Analýza dat

11.1 Charakter prostředí komentářů

V rámci analýzy nekorektních komentářů jsem se rozhodla pro kvantitativní i kvalitativní zhodnocení, jehož výsledky v závěru mezi sebou porovnám a zodpovím výzkumné otázky. Zkoumala jsem diskuse na facebookových stránkách dvou webů, které jsou pokládány za seriózní: Novinky.cz a Aktuálně.cz; a dvou webů, které jsou pokládány za dezinformační: ParlamentníListy.cz a Aeronet.cz. Zaměřím se na články týkající se migrantů v období od 1.1.2019 do 30.6.2019. Jak jsem již zmiňovala v předchozí kapitole, všechny články daných webů v určitém období jsem si nejprve vyhledala pomocí Newton Media SEARCH, až poté jsem si vyhledala, zda byl daný článek sdílen na facebookové stránce zpravodajské organizace.

Před samotnou analýzou představím charakter prostředí komentářů, např. čím se komentáře u daného zpravodajského portálu vyznačují, a uvedu několik příkladů, které jsou doslovně přepsány dle originálního znění včetně pravopisných chyb a překlepů.

11.1.1 Aeronet

Jak je níže zobrazeno v tabulkách, Aeronet má s velkým náskokem jednoznačně nejméně sdílených článků na Facebooku, a tedy diskuse pod těmito články jsou tvořeny mnohem méně komentáři. Facebooková stránka Aeronetu, tedy AE News, je celkově spíše neaktivní, ke dni 13. června 2020 je poslední vložený příspěvek stránkou ze srpna 2019, uživatelé občas přispějí k aktivitě stránky a sdílí různý obsah, např. články nebo text, na její zed'. Během první poloviny roku 2019 byly sdíleny pouze 3 články, které se týkaly migrantů, a to pouze v rozmezí května a června.

Už na první pohled na sebe upozorňuje neobyčejné množství komentářů ve slovenštině u prvního příspěvku. U zbylých dvou článků ale opět výrazně převažuje čeština, dá se to tedy považovat spíše za náhodný jev. Fanoušci této facebookové stránky se vyhraňují proti migrantům a viní z toho především kancléřku Spolkové republiky Německo Angelu Merkelovou. Ta si v komentářích vysloužila označení jako „Merkelbaba“ nebo „Hitler v sukni“. O migrační krizi se komentující vyjadřují jako o plánu, jak zničit Evropu a zlikvidovat rodilé obyvatele, jsou naštvaní, v jednom komentáři uživatel vyjadřuje touhu odejít z Evropské unie a podporu SPD. Terčem útoků se stává i celé Německo spolu s kancléřkou Angelou Merkelovou. V mnoha hrubých komentářích je vyjádřen nesouhlas s jejím prvotním přístupem.

Komentující používají nadávky jak proti Němcům, tak i proti migrantům. Nebojí se vyhrožovat a být agresivní.

“Likvidácia Európy a jeho pôvodného obyvateľstva prebieha s tichým súhlasom najvyšších politikov Bruselu a Merkel baba to všetko riadi s tým Narcisom z Francúzka”

“Špiny německé at' už im vykruti krkom. Někdo.”

“Volit SPD a odchod z eu”

“Cielene, naplanovane dopredu. Preto sa treba zacat ozbrojovat a v pripade nutnosti palit do gebul, hlava - nehlava!!”

Dva komentáře jsou mířeny proti samotnému Aeronetu, komentující upozorňují v prvním případě na dotování portálu Ruskem, v druhém případě na financování pravou rukou velitele ISIS.

“Kedy zverejnite informácie o tom, že vás financuje pravá ruka veliteľa ISIS?”

Několik komentujících zmiňuje nadcházející volby do europarlamentu, z nichž jeden nabádá k volbám, aby nechtěná migrace konečně skončila.

“Tak migrantov si tam sami navláčili a keď už nevedia kam z konopí tak ich chcú rozdeliť po celej EU. Na to im má asi slúžiť celá EU, treba ich po voľbách odiaľ vyprášiť lebo nám tu zasvinia celú EU”.

11.1.2 Parlamentní listy

Komentáře čtenářů Parlamentních listů, respektive fanoušků jejich facebookové stránky, jsou často velmi protikladné. Najde se mnoho z nich, které souhlasí s názorem prezentovaným v článku, komentáře v tomto případě jsou velmi krátké, máloslovné, např. zvednuté palce nebo vyjádření typu „Naprosty souhlas!!“. Na druhou stranu se u těchto uživatelů najde mnoho objektů, na něž směřují své nadávky, případně agresí. Na facebookové stránce bylo sdíleno celkem 15 článků o uprchlících, ve vybraném časovém období se vystřídalo několik článků s různým zaměřením, téma pak určovalo, vůči komu jsou projevy komentujících mířeny.

Projevy neslušnosti jsou mířeny jak proti uprchlíkům, tak mj. proti lodím neziskových organizací, v tomto případě konkrétně Sea-Watch. V souvislosti s migranty není kritizována ani tak Angela Merkelová, jako spíš francouzský prezident Emanuel Macron.

“z nich ta potřeba zachránit vyložene kape! okamžite poslat zpátky a Sea watch potopit na hlubokém moři!”

“Ať se Frantíci postarají sami, na co si stěžují - oni sami si zvolili do čela státu islamofila Makarona, pod jehož taktovkou se sladká Francie mění na zakyslou a zapáchající islámskou žumpu, mají tedy Frantíci co chtěli !”

Několik negativních či útočných komentářů je vůči našim politikům, např. proti Tomio Okamurovi, Janu Hamáčkovi, Miroslavu Kalouskovi nebo proti politické straně Pirátů, o níž se komentující vyjadřují např. jako o „vyhulencích“.

“Hamaček je zkurvysyn.”

“Žlutej čurak”

“Japonský krasoň, nám to vysvětlil, odpade samurajů jseš profláknutej.”

“Kalousku zdechni škaredou smrtí ty zmrde.”

*“To je odporný levičácký ksindl ti Piráti.....se ted' ale rozjeli, leze to z nich až po volbách, už naprosto není žádný pochyb co to je za soudruhy rudo-zelené 🤔🤔
Nechápu co za pitomce tohle mohlo volit, asi jen vymytý mozky z filozofických vysokých škol....”*

“Smažky debilní 🤔🤔”

Ve spojitosti s jiným článkem, kde se vyjadřuje Češka pracující pro Evropskou unii, se objevuje velké množství nadávek. Komentující zároveň prezentují svou touhu odejít z EU.

“A co tak ji nakopat prdel špině jedné a ať se vypakuje z naší vlasti vlastizrádkyně.”

“Táhněte k čertu vy unijní parchanti. Migranty ať si vezmou domů ti, kdo plundrovali země, odkud přichází. Dluží jim to. Hanba Malůškové!!!”

“Nebudou nahodou volby do toho sku....eho eu parlamentu ? Srat na ne !!!!!!!”

V komentářích ovšem nebyly ušetřeny ani samotné Parlamentní listy.

“Parlamentní Listy - nejsračkovější web z těch sračkových, který napíše pravdu jen, když se splete :-D”

11.1.3 Aktuálně.cz

U komentářů na této stránce se pravidelně objevuje zesměšňování, komentátoři si dělají legraci např. ze vzdělání migrantů, neschopnosti pracovat na potřebných pozicích, nebo že se jim nechce pracovat vůbec. Často je text myšlen sarkasticky a ironicky.

“No jistě. Ona se ta chátka valí do Evropy za práci. 😏”

Obsah komentářů se měnil podle tématu daného článku. Tak např. u článku o volební prezidentské kampani na Slovensku se projevy incivility obrátily ke konkurentovi aktuální slovenské prezidentky Zuzany Čaputové Maroši Šefčovičovi. Byl nazýván pokrytcem, který využívá téma migrantů, jako svou jedinou zbraň pro získání voličů. Spolu s ním byl hojně haněn i český prezident Miloš Zeman, kterému k druhému zvolení také pomohla protiimigrační kampaň. V politické oblasti se komentující negativně vyjadřovali ještě ve spojitosti s SPD a komunisty a v těchto komentářích nešetřili nadávkami na účet politických stran nebo jejich politiků.

“At se Slováci kouknou k nám, jak Zeman brání vlastním tělem hranice proti migraci... ještě, že jsme si ho zvolili 😏😏”

“Komunista vytáhl křesťanství a populismus. No co jiného čekat od křiváků.”

“Rvačka kriplůů!!!”

Ty zrudo rudá co furt lezeš před fotografi s tím ksichem !!!!!!!!!!!!!

Dalším tématem, které vyvolalo vlnu negativních komentářů, byl papež František a jeho výzva k větší vstřícnosti vůči migrantům. Komentující se začali neslušně vyjadřovat k Vatikánu, církvi, a především samotnému papeži v souvislosti s tím, proč oni tedy neposkytnou azyl migrantům a kolika penězi je sami podpořili. Na komentářích je znát, že v lidech tato podpora papeže vyvolala pobouření a řada komentářů je velmi útočná.

“Aby pak znásilňovali, kradli, vraždili, obchodovali s drogama a kdo ví co ještě???
*Chce se mi zvracet a je mi líto našich dětí protože tenhle svět spěje do prdele. Je*at korán a jejich služebníky”*

“Nastehuj si je do Vatikánu a budeš mluvit jinak ty kryple”

11.1.4 Novinky.cz

Komentáře pod články na facebookové stránce Novinky.cz jsou charakteristické humorem a ironií. Zesměšňování jde často na účet migrantů, konkrétně např. zesměšňují jejich

vzdělání nebo celkově uráží muslimský svět. Na druhou stranu jsou tu i komentáře psány slušně i přesto, že je vyjadřován nesouhlas, komentující používají své argumenty a názory bez potřeby nadávat, být sprostý nebo agresivní. Samozřejmě ani zde si komentující neodpustili určité projevy neslušnosti, a dokonce i vyhrožování.

“Ale oni nejdou do Rakouska pracovat, migranti jsou paraziti lidské společnosti, nedělají, nevytváří žádné hodnoty, jen dokážou brát sociální dávky, ničit, ubližovat, zabíjet, krást a 5x denně mlátit hlavou o zem a vzývat alaha...”

“Není lepší necist bulvár a vzít zbraň a chránit Čechy?”

Několik komentujících ve spojitosti s migranty vzpomíná hnutí Svoboda a přímá demokracie, které vsadilo právě na protiimigrační kampaň, aby oslovilo co nejvíce voličů. Na facebookové stránce Novinky.cz se pak stává terčem posměchu nejen SPD, ale i jeho předseda Tomio Okamura, jenž je označován např. za „šikmookého Moraváka“. SPD bylo spojováno i s článkem o důchodci, obviněném z teroru na železnici, několik nadávek ale směřovalo i přímo na daného důchodce. Nutno dodat, že takových komentářů bylo jen pár a čin se shledával i s řadou pochopení.

“To je pořád vyšší číslo vzdělanosti, než mají voliči a vedení SPD :-D”

“Očekávám že ho Pitomio odmění řádem Zlatého mongola před nastoupenou jednotkou SSPD.”

“DUFAM ŽE V BASE ZDECHNEŠ”

Pod článkem o českém řidiči kamionu, kterému ve Francii našli v kamionu migranty a byl tak obviněn z jejich pašování, komentující slovně útočili kromě uprchlíků zejména na prezidenta Emmanuela Macrona a na Francii.

“To by Macaron měl dostat kulku do bedny.”

“Tak celkem zadne prekvapeni, Francie je debilni absurdistan, kde se zaviraji slusni lide, a privandrovalci kradou a vrazdi...”

Další vlnu neslušných komentářů vyvolal peněžní dar na migranty papeže Františka, i přesto, že se jednalo o migranty ze Střední Ameriky, většině komentujících stačil jako podnět k vyjádření samotný titulek. Představa, že katolický papež dotuje uprchlíky ze Sýrie zapříčinila vlnu negativních komentářů vůči papeži, ale i Vatikánu. V závislosti na tom se pak objevily negativní komentáře proti ostatním komentujícím.

“Podej si ruku s Merkel, dejte si kafe a pokračujte dal..Dementi!!!Se motate tam pocem vam hovno!!!”

Tolik opět idiotských komentářů od vymaštěných fanatiků!! 😏😏

Dovážení migrantů do Evropy na lodích neziskových organizací je další velké téma, které vzbuzuje bouřlivé reakce. Sbíráni migrantů na moři a jejich bezpečný dovoz do Evropy má v evropské společnosti i své zastánce, komentující na této facebookové stránce mají ale většinou opačný názor a slovně napadají jak neziskové organizace, tak v případě jednoho článku i samotnou kapitánku.

“Všechny lodě okamžitě potopit 🇺🇸🇺🇸🇺🇸”

“Neziskovky jsou prostě mor.”

“Co sem tam čubka má vozit migranty? Zavřít až zčerná a loď zabavit.”

11.1.5 #jsmetu

Mezi komentáři, respektive pouze ve facebookových skupinách zpravodajských webů Aktuálně.cz a Novinky.cz, se často objevují hashtagy #jsmetu, které následují logicky argumentované a slušné komentáře. Jedná se o iniciativu s názvem #jsmetu, která vznikla v rámci boje proti dezinformacím a šíření nenávisti na Facebooku. Navazuje na původní švédský projekt #jagärhär švédské novinářky Miny Dennertové, důvodem založení tohoto projektu byly nepravdy a nenávist, které kolovaly např. i pod jejími příspěvky. Začala proto diskutujícím nabízet i další zdroje informací než jen ty, které byly v diskusích. Když viděla, že tento zásah do debat má smysl, založila za tímto účelem skupinu a oslovila několik svých známých, zda by se nechtěli přidat, skupina se pak rozrostla na několik desítek tisíc členů.⁹⁴

Tento boj za kvalitní facebookové diskuse se úspěšně uchytil také např. v Německu nebo na Slovensku. Za českou podobou tohoto projektu #jsmetu stojí Jakub Dostál.⁹⁵ Jejich cílem je zapojovat se do facebookových diskusí a šířit v nich věcné argumenty, slušnost a respekt a jít ostatním komentujícím příkladem. Jsou tu, aby upozorňovali na to, že lež,

⁹⁴ ŽABKA, Jan. *Nabízíme Zemanovi nástroj, jak spojovat lidi v dialogu, říká zakladatel #jsmetu* [online].

© Economia, a.s. 18. 5. 2019. [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/jsmetu-chceme-kultivovat-diskuzi-na-internetu/r~0fbfcdbc76fe11e9ad610cc47ab5f122/>.

⁹⁵ TITLBACH, Filip. „Přestala nás bavit úroveň debat na internetu.“ *V Česku vznikla nová platforma #Jsmetu* [online]. © 1997-2020 Český rozhlas. 16. 4. 2019 [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/prestala-nas-bavit-uroven-debat-na-internetu-v-cesku-vznikla-nova-platforma-7896340>.

manipulace a nenávistné projevy nelze vydávat za názor, a respektují své názorové oponenty v reálném i ve virtuálním prostředí.⁹⁶

Bohužel i smysl této iniciativy někteří uživatelé shazují a zneužívají hashtag #jsmetu k psaní nepravdivých komentářů a k zesměšnění, viz příklad:

“[#jsmetu](#) Je naší morální povinností uprchlíky vpustit jak do našich domovů, tak do našich konečníků. Ať si primitivní čechácci hudrují jak chtějí!” (Novinky.cz)

11.2 Obecný kvantitativní přehled

V úvodu této části nejprve kvantitativně znázorním počet analyzovaných komentářů, počet komentářů s alespoň jedním výskytem neslušnosti a jejich poměr. Následně podrobněji uvedu analyzované kategorie neslušnosti, četnost jejich výskytu a vůči komu jsou mířeny. Hodnoty jsou uvedené ve zjednodušené Tabulce č. 4, podrobnější rozpis projevů neslušnosti, respektive jejich výskytu lze najít v přílohách.

V Tabulce č. 1 je uveden celkový kvantitativní přehled článků a reakcí, které vyvolaly. Nevycházím z celkového počtu článků, jelikož mi jde o komentáře na Facebooku, jsou pro mě důležité jen články, které se zpravodajské weby rozhodly sdílet. Facebooková stránka AE News postupně během roku 2019 přestala být aktivní. Z toho důvodu byly sdíleny za celý půlrok jen 3 články o migrantech, což je nejméně ze všech čtyř zkoumaných stránek. Naopak s počtem 15 článků nejvíce sdílely Parlamentní listy. Novinky.cz sice mají pouze o jeden sdílený článek méně, v tabulce je ale možné vidět, jak fanoušci stránky Parlamentních listů mnohem více reagují na články, až dvojnásobně v případě „To se mi líbí“, pozornost si ale zaslouží především to, jakým masivním způsobem se články Parlamentních listů šíří dál, v porovnání s ostatními weby je počet sdílení nesrovnatelný. Na druhém místě v počtu sdílení je ale překvapivě Aeronet, nejméně sdílejí fanoušci Aktuálně.cz a nejvíce komentují fanoušci Novinky.cz.

Níže jsou rovněž uvedené průměrné hodnoty reakcí, komentářů a sdílení sdílených článků na facebookových stránkách. Hodnoty jsou zároveň pro lepší vizuální představu zobrazeny graficky.

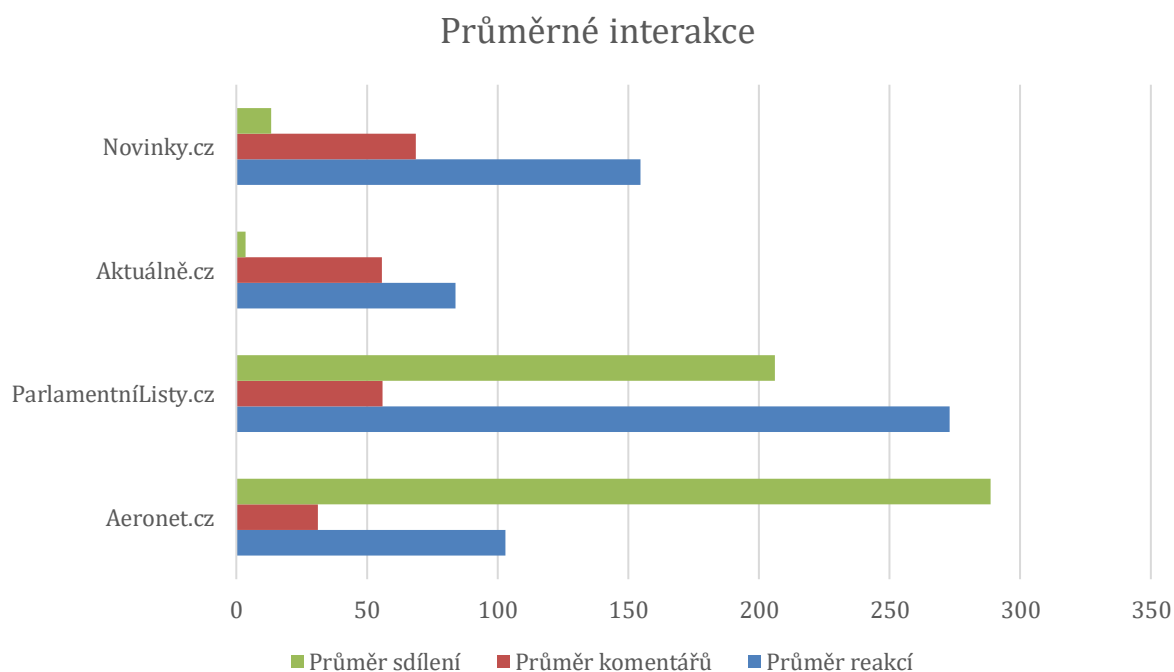
⁹⁶ JsmeTu. *Charta* [online]. #JsmeTu. [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://www.jsmetu.org/charta/>.

Zpravodajský server	Celkový počet článků	Počet sdílených článků na Facebooku	Celkový počet reakcí	Celkový počet komentářů	Celkový počet sdílení
Aeronet.cz	5	3	309	94	866
ParlamentníListy.cz	92	15	4094	839	3091
Aktuálně.cz	52	9	756	502	33
Novinky.cz	76	14	2166	962	187

Tabulka č. 1 – Kvantitativní přehled článků, sdílení a reakcí

Zpravodajský server	Průměr reakcí	Průměr komentářů	Průměr sdílení
Aeronet.cz	103	31,3	288,6
ParlamentníListy.cz	272,9	55,9	206
Aktuálně.cz	84	55,7	3,6
Novinky.cz	154,7	68,7	13,3

Tabulka č. 2 – Průměrné interakce



Graf č. 1 – Průměrné interakce

Jak lze v Tabulce č. 2 vidět, průměrné hodnoty se liší od pořadí v Tabulce č. 1. Z uvedených hodnot vyplývá, že nejvíce reagují buď formou palce na horu, tzv. „To se mi líbí“, nebo jiné možné reakce, jako je např. srdíčko nebo vztek, čtenáři Parlamentních listů. Naopak nejméně reakcí na sdílené články má Aktuálně.cz. Celkově fanoušci facebookové stránky Aktuálně.cz jsou nejméně aktivní.

Analýza byla provedena na základě všech komentářů napsaných přímo pod sdíleným článkem, další vlákna komentářů nebyla zahrnována. Tabulka č. 3 ukazuje reálný počet komentářů, které byly podrobeny analýze, a počet komentářů s minimálně jedním výskytem neslušnosti. To znamená, že se projevy neslušnosti v analyzovaných komentářích na facebookové stránce Novinky.cz objevují v 80,3 %, což je největší podíl neslušných komentářů k celkovému počtu u všech zkoumaných stránek. Druhý nejvyšší poměr neslušných komentářů má facebooková stránka Aktuálně.cz s 67,4 %. Nadpoloviční většinu neslušných komentářů má i facebooková stránka Aeronet.cz s 63,5 %. Komentáře s minimálně jedním projevem neslušnosti na facebookové stránce ParlamentníListy.cz činí 49,9 %, což ji dělá jako jedinou s výskytem pod 50 %.

Kvantitativní výsledky ukazují, že komentáře mnohem více psali muži, a to u všech čtyř zpravodajských serverů. Mezi komentátory se objevovaly kromě osobních profilů i jiné stránky nebo skupiny, např. „Diagnóza Tomio Okamura“ nebo „Debilní kecy sázkařů“.

Zpravodajský server	Počet celkových komentářů k analýze	Počet neslušných komentářů	Počet neslušných komentářů od mužů	Počet neslušných komentářů od žen	Nelze určit pohlaví
Aeronet.cz	52	33	22	11	0
ParlamentníListy.cz	367	183	133	49	1
Aktuálně.cz	190	128	109	19	0
Novinky.cz	533	428	356	70	2

Tabulka č. 3 – Neslušné komentáře

11.3 Projevy incivility

Jak jsem již zmiňovala v teoretické části, tzv. pojem incivility v češtině označuje neslušnost, hrubost, nezdvořilost či nevychovanost. Já jsem se zaměřila konkrétně na komentáře ve facebookových skupinách výše zmíněných zpravodajských webů, tedy Aeronet.cz, ParlamentníListy.cz, Aktuálně.cz a Novinky.cz.

Komentáře jsou rozmanité. Někteří uživatelé se snaží logicky argumentovat s podloženými informacemi. Často se opakuje jen jednoslovné či jednovětné vyjádření souhlasu nebo nesouhlasu. V posledních letech se v komentářích objevila možnost komentovat kromě emotikon také prostřednictvím „samolepek“. Velké oblibě se dostalo tzv. gifům, jedná se o grafický formát, který umožňuje vytváření krátkých animací, patří sem ale i uříznutá, a tím pádem krátká videa, trvající pár vteřin. Jednou z nejpoužívanějších platform pro posílání gif obrázků je Giphy, která je integrována v aplikaci Messenger. V květnu 2020 Facebook oznámil, že tuto platformu kupuje.⁹⁷

Při analýze jsem v komentářích identifikovala pět pravidelně se vyskytujících kategorií projevů neslušného chování. První identifikovanou kategorií jsou útoky ad hominem. Jedná se o irelevantní útoky na vlastnosti nebo charakter člověka s cílem danou osobu zdiskreditovat. Může mít formu např. i nelichotivé asociace, tj. spojení mezi oponentem nebo jeho argumentem a nějakým jiným argumentem, který má negativní konotace.⁹⁸

„Kedy zverejníte informácie o tom, že vás financuje pravá ruka veliteľa ISIS?“
(Aeronet.cz)

„Pan Hamaček je neviditelné zlo zatím! Je to křupan a ty jsou pro naši vlast nejhorší!“
(ParlamentníListy.cz)

„Kterej blbec to soudil? Nestudovali tamní soudci práva v Plzni?“ (Aktuálně.cz)

„Tak to prosím dopadne když loď nemá kapitána ale "kapitánku"! Ještě by mi chybělo aby mi kondenzační kotel doma zapojila a seřídila plynařka :-“ (Novinky.cz)

Druhou kategorií tzv. projevů incivility jsem identifikovala jako hanobení. K pojmenování této kategorie mi pomohla výše zmíněná studie „Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments“, resp. její rozdělení projevů

⁹⁷ KÁRNÍK, Jakub. *Facebook kupuje Giphy. Za kolik a co to znamená pro uživatele?* [online]. © 2010 - 2020 SvetAndroida.cz. 17. 5. 2020 [cit. 25.6.2020]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/facebook-kupuje-giphy-gif/>

⁹⁸ AD HOMINEM [online]. © 2019 Bez faulu, Česká republika. [cit. 30.7.2020]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/argumentacni-fauly/utok/ad-hominem/>

neslušnosti, mezi nimiž byla kategorie s názvem „Aspersion“, v češtině tedy hanobení, kterou charakterizují jako zlomyslná a pohrdavá slova mířená na nápad, plán, politiku nebo chování.⁹⁹

„Tak migrantov si tam sami navláčili a keď už nevedia kam z konopí tak ich chcú rozdeliť po celej EU. Na to im má asi slúžiť celá EU, treba ich po voľbách odtiaľ vyprášiť lebo nám tu zasvinia celú EU“ (Aeronet.cz)

„EU je snad jen zlý sen. Kéž bysme se z něho mohli probudit. Spolek národů nikdy nebude dělat dobrotu. Ty větší země vždy chtějí mít navrch a uzurpují a ponižují menší země. Je to života neschopný moloch. Hnus! 🤔 😞“ (ParlamentníListy.cz)

„Papež zcela rezignoval na svou úlohu propagaci křesťanství a ochranu křesťanů ve světě. Utrpení křesťanů kteří jsou dnes nejpronásledovanějším etnikem na světě ho vůbec nezajímá.. je mi z něj na bliti“ (Aktuálně.cz)

„Ale oni nejdou do Rakouska pracovat, migranti jsou paraziti lidské společnosti, nedělají, nevytváří žádné hodnoty, jen dokážou brát sociální dávky, ničit, ubližovat, zabíjet, krást a 5x denně mlátit hlavou o zem a vzývat alaha...“ (Novinky.cz)

Velmi častou kategorií jsou vulgarismy, do kterých jsem na základě možného dělení vulgarismů¹⁰⁰ zařadila i rasistické poznámky, nadávky nebo agresivní komentáře přející různou formu utrpení. Pod kategorií vulgarismů spadá celá řada neslušných výrazů, z tohoto důvodu jsem se rozhodla vulgarismům věnovat samostatnou podkapitolu a budou ještě podrobněji rozepsány níže.

„hmm , likvidace EUropy pokračuje grrr,proste plan nevomrdas...sakra sakra sakra“ (Aeronet.cz)

„Kokoti z Kariku... 🤔“ (ParlamentníListy.cz)

„Aby pak znásilňovali,kradli, vraždili, obchodovali s drogama a kdo ví co ještě???
*Chce se mi zvracet a je mi líto našich dětí protože tenhle svět spěje do prdele. Je*at korán a jejich služebníky 🤔🤔🤔“ (Aktuálně.cz)*

„davka z tezkého kulometu by je zastavila hodne rychle“ (Novinky.cz)

⁹⁹ COE, Kevin & KENSKI, Kate & RAINS, Stephen. *Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments* [online]. Journal of Communication. 64. 2014 [cit. 26.4.2020]. s. 661. Dostupné z: <https://srains.web.arizona.edu/sites/srains.web.arizona.edu/files/CoeKenskiRains.pdf>.

¹⁰⁰ JELÍNEK, Milan. VEPŘEK, Jarmil. *VULGARISMUS* [online]. Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.) 2017, CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 30.7.2020]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VULGARISMUS>.

Nejužívanějším typem neslušného projevu v analyzovaných komentářích byl despekt. Do této kategorie jsem zahrnovala všechny komentáře vyjadřující opovržení, pohrdání¹⁰¹, ale i sarkasmus a projevy nesouhlasu.

„a zase Němci absolutně nedodržují zákony“ (Aeronet.cz)

„Pan starý Klaus se probudil ze se neprobudil když to tady rozkradal vlastně privatizoval haha“ (ParlamentníListy.cz)

„Učitelé.. policisté.. lékaři.. z řad migrantů.. no to mě poser..“ (Aktuálně.cz)

„Kolik dostali ti negalni migranti? Nezakone prekroceni hranic, vloupání do soukromého vozu... Neco je blbe....“ (Novinky.cz)

Pravidelně se v komentářích objevovala kategorie nálepkování, tzv. labelling, do které jsem řadila komentáře s povrchním, subjektivním a stigmatizujícím vyjadřováním o druhých, komentátoři dané osoby přiřazovali ke skupinám jako „sluníčkáři“ nebo „levičáci“.

„Je to Hitler v sukni“ (Aeronet.cz)

„Ultralevicaci jak je známo od začátku“ (ParlamentníListy.cz)

„Aaah koukam, ze se nam tu seslo plno absolventu "vysoke školy života" ;) to rad vidim :D“ (Aktuálně.cz)

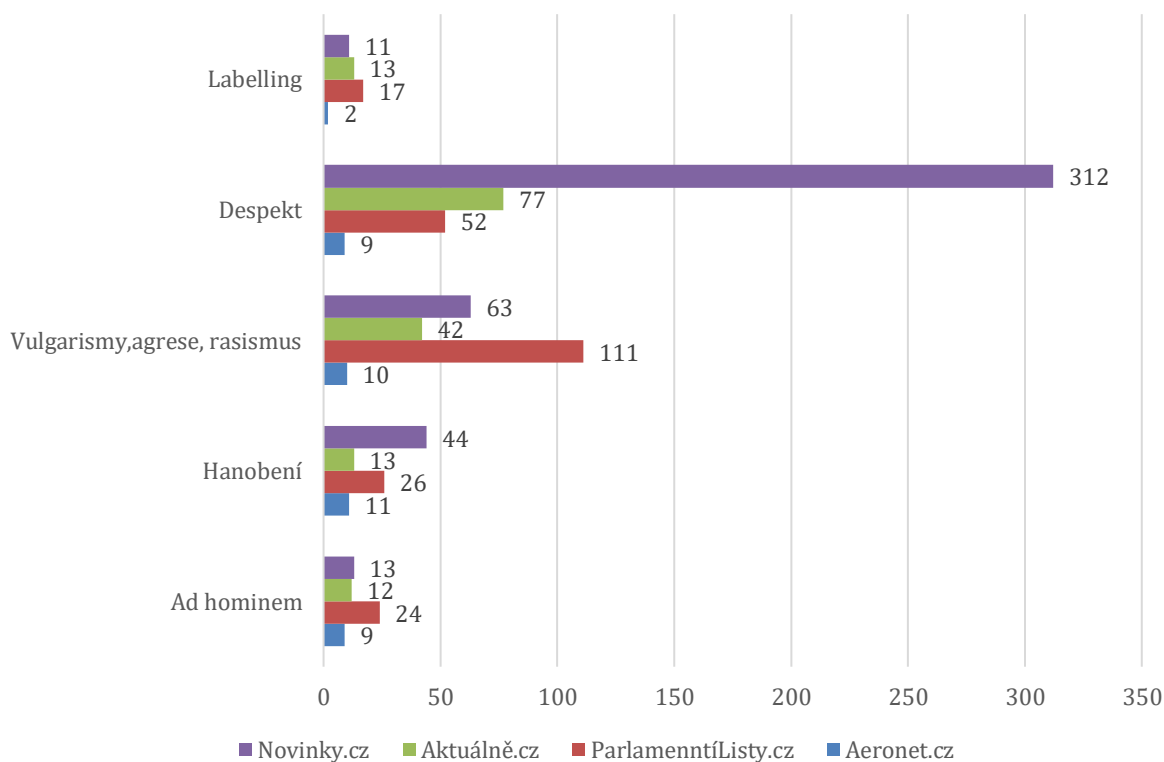
„Ty jo to tu jsou sami dementi a sluníčka a vítači no hnus“ (Novinky.cz)

Zpravodajský server	Ad hominem	Hanobení	Vulgarismy, agrese, rasismus	Despekt	Labelling
Aeronet.cz	9	11	10	9	2
ParlamentníListy.cz	24	26	111	52	17
Aktuálně.cz	12	13	42	77	13
Novinky.cz	13	44	63	312	11

Tabulka č. 4 – Kategorie projevů neslušnosti

¹⁰¹ Pojem despekt [online]. © 2005-2020 -- ABZ.cz. [cit. 30.7.2020]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/despekt>

Projevy neslušnosti



Graf č. 2 – *Projevy neslušnosti*

Jak je patrné z Tabulky č. 4 či z Grafu č. 2, projevy neslušnosti formou despektu mají dvojnásobnou četnost výskytu než druhá nejpočetnější kategorie vulgarismy. Z toho vyplývá, že komentátoři nejčastěji někým nebo něčím opovrhovali a zesměšňovali situaci nebo se někomu vysmívali. Ne vždy byl ale despekt nejčastějším jevem. U Parlamentních listů např. výrazně dominují vulgarismy, u Aeronetu i přes velmi nízká čísla dominuje hanobení.

11.3.1 *Vulgarismy a jejich typy*

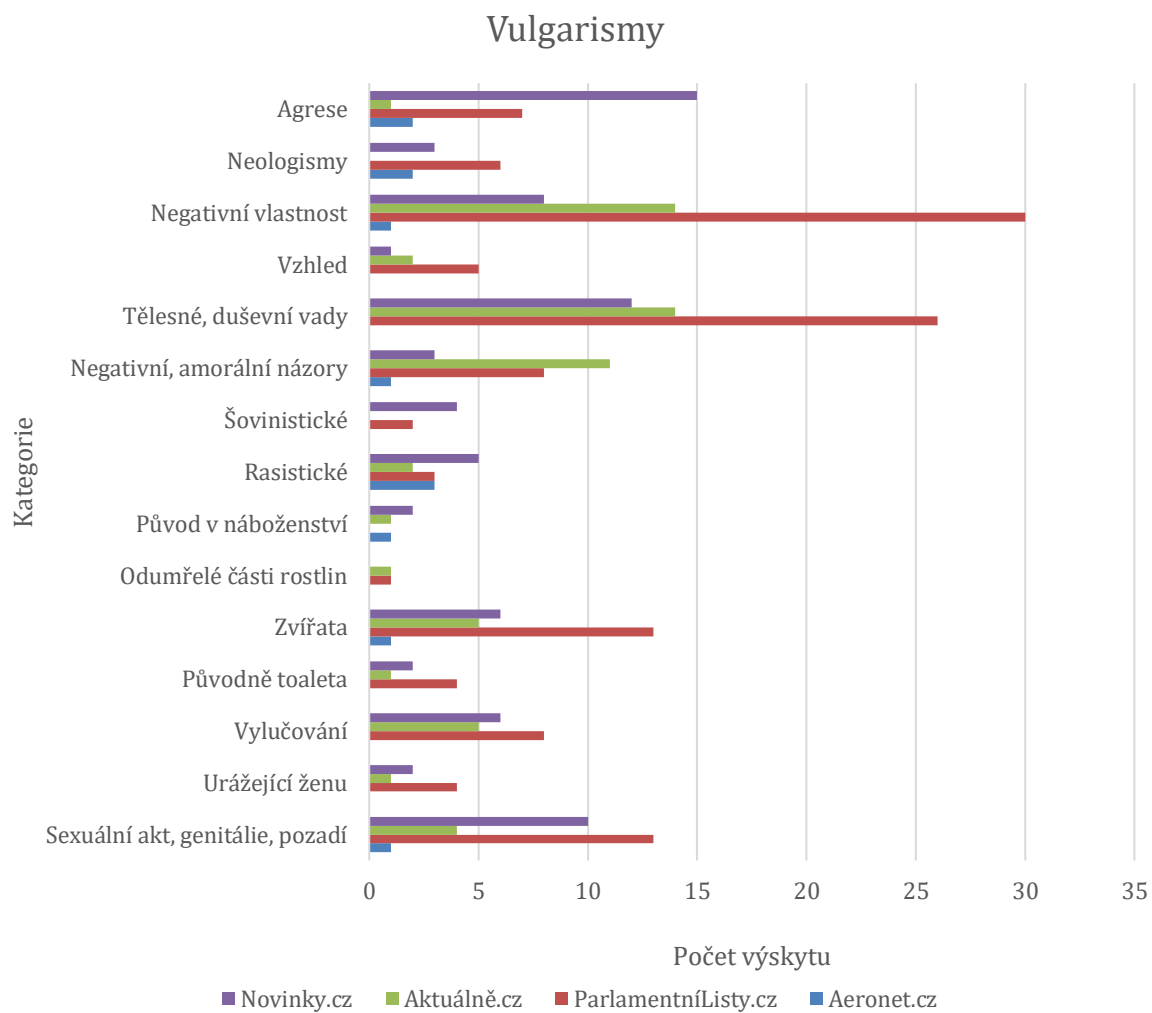
Tato práce staví na předpokladu, že se v komentářích objeví v různé míře projevy incivility, kam patří i vulgární označení. Podle *Nového encyklopedického slovníku češtiny* je vulgarismus pojem „vyjadřující negativní a zároveň emotivní postoj mluvčího k člověku či věci, nesoucí expresivní odstín hrubosti či obhroublosti“. Slovník uvádí možné dělení vulgarismů na výrazy: (a) související se sexuálním aktem či lidskými genitáliemi (mrdat, čurák); (b) urážející ženu či její chování (běhna, kurva); (c) související s vylučováním (hovno, sračka); (d) označující původně toaletu (hajzl); (e) označující podle zvířat, včetně fiktivních (vůl, svině, kráva); (f) označující podle odumřelých částí rostlin (stará větve); (g) mající původ

v náboženství (hergot, krucifix, sakra, ježišmarjá); (h) rasistické nebo odkazující k jiným národům (negr, tatar, křovák); (ch) šovinistické (židák, čobol – označení Slováků podle románu Černí baroni); (i) označující zastánce obecně negativně vnímaných či amorálních názorů (komouš, nácek, bolševik); (j) označující tělesné či duševní vady (idiot, kretén, kripl); (k) související s výraznými vzhledovými rysy (špekoun, kostra, plešoun); (l) související s negativně vnímanou vlastností (držgrešle, vlezdoprdelka, smrad'och); (m) neologismy.¹⁰²

Na těchto kategoriích jsem postavila analýzu výskytu vulgarismů v komentářích. Z rozdělení vyplývá, že je zde zahrnuto i nálepkování, kterému jsem v rámci celkového výzkumu projevů neslušnosti věnovala celou kategorii. I zde jsem do vulgarismů řadila také agresivní projevy. Pro objasnění jevů jsem se obracela na online slovníky nebo internetové jazykové příručky, jako je např. Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky¹⁰³. Všechny výsledky jsou uvedeny v Tabulce č. 5 níže a pro vizuální představu byl vytvořen i Graf č. 3. V něm lze vidět, že nejpoužívanějšími kategoriemi vulgarismů jsou výrazy související s negativně vnímanou vlastností a výrazy označující tělesné či duševní vady. V obou (stejně tak i jako v dalších) kategoriích v četnosti výrazně převažují Parlamentní listy, v jejich komentářích se často vyskytovaly výrazy typu „dement, idiot, kripl“ atp. Ovšem nejagresivnější byli fanoušci facebookové stránky Novinky.cz a většina těchto výrazů byla mířena proti migrantům. Aktuálně.cz na prvním místě v kategorii označující zastánce obecně negativně vnímaných či amorálních názorů nasbíralo nejvíce výrazů díky článku o KSČM spolu s SPD.

¹⁰² JELÍNEK, Milan. VEPŘEK, Jarmil. *VULGARISMUS* [online]. Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.) 2017, CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 28.6.2020]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VULGARISMUS>.

¹⁰³ Ústav pro jazyk český. *Internetová příručka* [online]. © 2008–2020 Jazyková poradna ÚJČ AV ČR. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>.



Graf č. 3 – *Vulgarismy*

	Aeronet.cz	ParlamentníListy.cz	Aktuálně.cz	Novinky.cz
Sexuální akt, genitálie, pozadí	1	13	4	10
Urážející ženu	-	4	1	2
Vylučování	-	8	5	6
Původně toaleta	-	4	1	2
Zvířata	1	13	5	6
Odumřelé části rostlin	-	1	1	-
Původ v náboženství	1	-	1	2
Rasistické	3	3	2	5
Šovinistické	-	2	-	4
Negativní, amorální názory	1	8	11	3
Tělesné, duševní vady	-	26	14	12
Vzhled	-	5	2	1
Negativní vlastnost	1	30	14	8
Neologismy	2	6	-	3
Agrese	2	7	1	15
Celkem	12	130	62	79

Tabulka č. 5 - Vulgarismy

11.3.2 Vulgarismy přímé a nepřímé

Přímé vulgarismy, tedy sprostá slova vyjadřující negativní a emotivní postoje „mluvčího“ se řadí mezi prvky verbální agrese, kterou mluvčí používá k nadávání, urážení, proklínání atd. Návyk na vulgární řeč a její zautomatizované používání v projevu vypovídá o uživateli a jeho nižší společenské kultuře.¹⁰⁴ Vulgarismy jsem se rozhodla rozdělit mezi 2 kategorie, přímé a nepřímé. Vulgarismy přímé jsou subjektivně velmi neslušné výrazy, např. často související s lidskými genitáliemi nebo s vylučováním. Z opravdu vulgárních komentářů

¹⁰⁴ JELÍNEK, Milan. VEPŘEK, Jarmil. *VULGARISMUS* [online]. Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.) 2017, CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 28.6.2020]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VULGARISMUS>.

čišela našťvanost a zloba, bylo explicitní, že uživatelé už mají dost celého tématu spojeného s migranty, a zároveň úzce s tím svázanou politikou. Chtěla bych upřesnit, že jsem za vulgaritu považovala i ta slova, ve kterých byla některá písmena nahrazena hvězdičkou, případně celé slovo nahrazeno emotikonem.

“Ať jdou spojený národy do prdele 😏 proč se furt jeden stát sere do rozhodnutí druhýho ? Kokotina”

“Banda ku.rev 😏.”

“hmm , likvidace EUropy pokračuje grrr,proste plan nevomrdas...sakra sakra sakra”

“Nakopat ji do (!_!) krávu, nemá tam co pohledávat když pracuje proti nám!!”

Vulgarismy nepřímé, tedy veškeré ostatní neslušné výrazy a označení, které ale nebyly tak vulgární, např. přirovnání lidí ke zvířatům nebo slovní spojení, které sice nebylo tvořeno z vulgárních slov, ale jednoznačně se jednalo o hanlivé expresivní vyjádření.

*“To je odporný levičácký ksindl ti Piráti.....se ted’ ale rozjeli, leze to z nich až po volbách, už naprosto není žádný pochyb co to je za soudruhy rudo-zelené 🤔🤔
Nechápu co za pitomce tohle mohlo volit, asi jen vymytý mozky z filozofických vysokých škol....”*

“Je to Hitler v sukni”

“Socani vždycky LHALI, šmejdi jedni!!!!”

11.3.3 Zkomoleniny jmen

Zpozorovala jsem pravidelné používání zkomolenin jmen významných politických představitelů. V podstatě se jednalo především o Angelu Merkelovou, Emmanuela Macrona, Tomia Okamuru, ale i Vladimira Putina.

“A potom by sa chceli s nami o nich podeliť. Nech Merkelbaba nechá. Čo si navlacila, nech si krmí. A ešte ,že sankcie. 😄😄😄😄”

“To by Macaron měl dostat kulku do bedny.”

“Očekávám že ho Pitomio odmění řádem Zlatého mongola před nastoupenou jednotkou SSPD.”

“To zní přímo fantasticky, už ten titulek. Mám dojem, že šílenější doba než je ta dnešní ještě nikdy nebyla. Ostatně když teda všechno ovládá ten Put’ka, tak kde se s ním tahle ludra teda slejzá. Žádám prošetřit. A nebo zavřít na speciálním pracovišti, protože to

už vážně zavání vážným onemocněním. Zřejmě horečka omladnic, ale dnes v době A.D.E.Y.Z. jí mají i chlapi setrvávající tamtéž co ona, jinak to ani není možný”

11.3.4 Agrese a vyhrožování

Řada komentujících se nebojí dát najevo své rozčilení a přejí aktérům článků to nejhorší. V tomto případě se jedná o verbální agresi či napadení, což je útočné jednání s cílem ublížit nikoliv fyzicky, ale na psychické bázi a ovlivnit emoce cílové osoby agrese.¹⁰⁵ V případě veřejných komentářů se ovšem nepředpokládá, že by se dostaly k cílovým osobám.

“exemplární trest pro tu převaděčskou mrchu, aby se to už nikdy neopakovalo, náklad vrátit a loď potopit”

“Zabavit loď a tu kapitánku zavřít do cely s těma negramotama ať si také trochu užijí



“Kalousku zdechni škaredou smrtí ty zmrde.”

“Špiny německé ať už im vykruti krkom. Někdo.”

“DUFAM ŽE V BASE ZDECHNEŠ”

¹⁰⁵ MARTÍNKOVÁ, Lenka. *Agrese – co o ní víme?* [online]. Psychologie pro každého. 31. 12. 2016. [cit. 5.7.2020]. Dostupné z: <https://psychologieprokazdeho.cz/agrese-co-o-ni-vime/>.

11.4 Aktéři útoků incivility

Jedním z cílů této práce bylo zjistit, vůči komu jsou projevy neslušnosti v komentářích na facebookových stránkách mířeny. Kódováním komentářů jsem identifikovala několik kategorií: (1) migranti, (2) islám a jeho kulturu, (3) lodě neziskových organizací a situace ve Středomoří, (4) Evropská unie, její úřady a úředníci, (5) Německo, (6) Angela Merkel, (7) Francie, (8) Emmanuel Macron, (9) česká vláda, představitelé, (10) Piráti, Ivan Bartoš, (11) SPD, Tomio Okamura, (12) jiná zahraniční vláda, představitelé, (13) Zpravodajský portál, média, novináři, (14) církev, papež, (15) ostatní diskutující, (16) jiné, (17) nelze určit.

V Tabulce č. 5 jsou kategorie seřazené podle četnosti. Z výsledků vyplývá, že nejvíce projevů incivility bylo mířeno vůči migrantům, a to 185 výskytů z celkového počtu 872, je to tedy 21,2 %. Druhou nejčastější skupinou aktérů je Evropská unie, komentátoři často nesouhlasili např. s přístupem EU k migrační krizi. Třetí nejpočetnější skupina je kategorie „Jiné“, aktéři, vůči kterým byla neslušnost v komentářích myšlena, se často měnili v závislosti na téma článku. Jednalo se např. o OSN, českého řidiče kamionu nebo o Čechy s kladným přístupem k migrantům, označované jako sluníčkáři, pražská kavárna, vítači, atp. Další nejpočetnější skupinou je církev, mnoho negativních komentářů se objevovalo v návaznosti na papežovu podporu migrantů.

	Aeronet.cz	ParlamentníListy.cz	Aktuálně.cz	Novinky.cz	Celkem
Migranti	9	13	24	139	185
EU, úřady, úředníci	3	41	0	78	122
Jiné	0	23	13	72	108
Církev, papež	0	0	17	66	83
Česká vláda, představitelé	0	32	28	7	67
Lodě NO	0	2	0	50	52
Piráti, I. Bartoš	0	43	0	1	44
Jiná vláda, představitelé	5	3	32	3	43
SPD, T. Okamura	0	16	8	16	40
Proti komentujícím	0	6	6	18	30
Zprav. portál, média, novináři	1	3	5	14	23
Německo	7	2	0	11	20
Francie	0	6	3	8	17
Islám, muslimská kultura	0	3	0	13	16
A. Merkel	5	1	0	5	11
E. Macron	1	3	0	2	6
Nelze určit	0	1	2	2	5

Tabulka č. 6 – *Typologie adresátů nekorektních komentářů*

12 Interpretace výsledků

V metodologické části jsem si na základě předešlých výzkumů stanovila 3 hypotézy. Předpokládala jsem, že projevy neslušnosti budou často mířeny proti migrantům a problematice s tím spojené. Po identifikování nejčastějších kategorií aktérů, vůči komu byly negativní komentáře mířeny, a po kvantitativním zhodnocení jsem dospěla k výsledku, že právě projevy neslušnosti vůči migrantům tvoří největší podíl z celkového výskytu negativních komentářů. Komentáři se negativně vyhraňují vůči přicházejícím migrantům i jejich začleňování do společnosti, zesměšňují jejich vzdělání a znalosti.

Dále jsem vycházela z předpokladu, že se projevy neslušnosti budou často vyskytovat v reakci na politiku, její představitele a jejich výroky. I tato hypotéza se na základě výsledků analýzy potvrdila. Politiku jsem si rozdělila do více kategorií, na českou, zahraniční, a na konkrétní strany nebo představitele. V rámci tohoto rozdělení se nejvíce projevů neslušnosti objevovalo v komentářích vůči české politice a jejím představitelům, pravidelněji se vyskytovalo např. jméno ministra vnitra Jana Hamáčka nebo názvy stran jako ČSSD či KSČM. S malým početným rozdílem následují kategorie aktérů Piráti a Ivan Bartoš, zahraniční vláda či její představitelé, a SPD a Tomio Okamura. Kdyby se hypoteticky zmíněné 4 skupiny spojily do jedné, utvořily by kategorii s nejpočetnějším výskytem projevů neslušnosti.

Také jsem předpokládala, že budou nadávky (name-calling) nejčastějším projevem neslušnosti v analyzovaných komentářích. Identifikovala jsem 5 kategorií projevů neslušnosti, despekt, vulgarismy, hanobení, útoky ad hominem a nálepkování. Výsledky ukázaly, že komentující nejčastěji vyjadřovali nesouhlas formou despektu, a to hlavně fanoušci facebookové stránky Novinky.cz. Druhým nejčastějším typem projevu neslušnosti byly vulgarismy, pod tuto kategorii spadaly i nadávky. Dá se tedy říct, že jsou nadávky častým prostředkem pro vznik negativně zabarveného komentáře, v rámci výskytu se ale neobjevovaly nejčastěji.

12.1 Odpovědi na výzkumné otázky

12.1.1 VO1: Proti komu jsou mířeny negativní komentáře?

Interpretací komentářů jsem dospěla k 17 kategoriím aktérů, vůči kterým byly mířeny negativní a neslušné komentáře, a to: (1) migranti, (2) islám a jeho kultura, (3) loď neziskových organizací a situace ve Středomoří, (4) Evropská unie, její úřady a úředníci, (5) Německo, (6) Angela Merkel, (7) Francie, (8) Emmanuel Macron, (9) česká vláda, představitelé, (10) Piráti, Ivan Bartoš, (11) SPD, Tomio Okamura, (12) jiná zahraniční vláda, představitelé, (13) Zpravodajský portál, média, novináři, (14) církve, papež, (15) ostatní diskutující, (16) jiné, (17) nelze určit. Kategoriemi s nejvíce výskyty projevů neslušnosti byly migranti, Evropská unie, ale i církve a političtí představitelé.

Ve spojitosti s uprchlickou krizí jsou negativní komentáře nejčastěji směřovány proti samotným uprchlíkům. Častým terčem jsou po uprchlících politici, jak čeští, tak i zahraniční. Z českých politiků a politických stran se hojně vyskytovalo jméno Tomia Okamury z SPD, a to u všech zpravodajských serverů, ale také se mnoho agrese a nesouhlasu projevovalo v komentářích vůči Pirátům, komunistům, předsedovi ČSSD Janu Hamáčkovi nebo bývalému předsedovi TOP 09 Miroslavu Kalouskovi. Neslušné komentáře se měnily v závislosti na tematickém zaměření článku, nadávky tak byly např. mířeny na papeže, na loď neziskové organizace Sea-Watch nebo na tzv. sluníčkáře.

12.1.2 VO2: Jakým způsobem se projevy incivility vyskytují v komentářích, mají nějakou pravidelnost?

Během analýzy bylo zjištěno, že se projevy incivility vyskytují v komentářích všech čtyř vybraných facebookových stránek. Identifikováno bylo 5 kategorií projevů neslušnosti – despekt, vulgarismy, hanobení, útoky ad hominem a nálepkování. Potvrdily se domněnky, že jsou nejčastěji mířeny proti migrantům přicházejícím z Afriky a Asie. Nesouhlas s jejich příchodem a migrační politikou komentující vyjadřovali nejčastěji despektem a vulgarismy.

Vulgární komentáře obsahovaly výrazy související s negativně vnímanou vlastností a výrazy označující tělesné či duševní vady. Právě v kategorii vulgarismů výrazně převažují Parlamentní listy. Nejvíce agresivní byly komentáře fanoušků facebookové stránky Novinky.cz. Pravidelnost lze najít v tématech článků. Obyvatelé ČR, kteří se zapojili do diskusí pod facebookovými příspěvky, nechtějí migranty v Evropě, nelíbí se jim, že je loď

neziskových organizací přiváží, nemají pochopení pro jinou kulturu a víru, odsuzují státy, které je k sobě pouští. Vše, co se týkalo nějakým způsobem migrantů a jejich podpory, vyvolávalo v komentujících negativní emoce, které se pak odrazily v jejich komentářích.

12.1.3 VO3: Jakým způsobem se liší komentáře aktérů u jednoho tématu?

Stěžejním tématem všech článků je sice migrační krize v Evropě, ta se ale týká mnoha dalších podtémat s ní spojených, tím je např. politika nebo aktivita neziskových organizací. Ne všechna podtémata se vyskytují stejně u vybraných zpravodajských portálů. Na základě sdílených článků na facebookových stránkách těchto zpravodajských organizací jsou znát rozdíly mezi nimi, ať už se jedná o kvalitu samotného titulku nebo celkové tematické zaměření.

Jedním ze stěžejních témat, která se vyskytují jak u Novinky.cz, tak i u Aktuálně.cz, je nelegální převoz migrantů v osobních nebo nákladních automobilech. V komentujících emoce probudil zejména článek o Čechovi, kterému ve Francii našli v kamionu nelegální migranty a byl za to na dva roky odsouzen. Není podstatné diskutovat o tom, zdali je či není vinen, oba názory se v komentářích vyskytují. Pakliže se zaměřím jen na projevy incivility, je jich v příspěvcích hned několik. Jsou mířeny jak proti řidiči kamionu, tak ale především proti migrantům a Francii. Konkrétně se jedná o článek „*Soud zpřísnil trest Čechovi, v jehož kamionu našli migranty. Tvrdí, že o nich nevěděl*“ (Aktuálně.cz, 31. 1. 2019) a „*Český řidič, jemuž ve Francii vlezli migranti do kamionu, dostal dva roky*“ (Novinky.cz, 31. 1. 2019). Zatímco si čtenáři Aktuálně.cz stěžují, že jsou pro Francouze Češi „*xindl*“ a „*podlidi*“ a rozsudek vynesl nějaký „*blbec*“, facebookoví fanoušci stránky Novinky.cz mnohem více útočí vůči migrantů, Francii a jejímu prezidentovi Macronovi s tím, že i oni by měli dostat trest.

Vlnu reakcí vyvolala i podpora migrantů papežem Františkem. Na straně jedné je článek z Aktuálně.cz „*Papež František vyzval v Bulharsku k větší vstřícnosti vůči migrantům*“ (5. 5.), i ten vyvolal vlnu odporu. Jak vyplývá z výsledků výzkumu, Češi, kteří se diskusí účastnili, se staví k migrační krizi a příchodu uprchlíků negativně. S migranty bývá rovněž spojován islám, vůči kterému se v komentářích také vyskytovaly nějaké neslušné projevy. Rozdílná náboženství jsou jedním z důvodů, proč se komentující staví proti papežově výzvě. Na straně druhé je článek z Novinky.cz „*Papež dal 500 000 dolarů na migranty*“ (28. 4.), který vyvolal ještě bouřlivější reakce. Zde je vidět, že komentující často článek ani nerozkliknou, aby si přečetli alespoň perex, ale vystačí si jen se samotným titulkem. Konkrétně tento článek byl o migrantech ve Střední Americe, kteří uvázli v Mexiku během cesty do USA. Valná většina komentujících ale žila v domnění, že se jedná o migraci v Evropě. To vyvolalo vlnu

nevole jak vůči papežovi, tak i Vatikánu a církvi. Komentující nenacházeli pochopení, proč dávat peníze muslimům, a ne raději Evropanům, dětem a ženám v nouzi, kteří by je rovněž potřebovali, nebo proč peníze neinvestovat do opravy kostelů. Stejně tak se vyskytují agresivní komentáře a nadávky nebo rady, ať si uprchlíky vezme do Vatikánu. Tyto rady padly i u zmiňovaného příspěvku Aktuálně.cz. Bez povšimnutí nezůstává ani daná suma, komentující zpochybňují, kde vzal papež tolik peněz a obviňují ho, že nežije ve vší počestnosti a skromnosti.

12.1.4 VO4: Jaké typy komentátorů se v komentářích objevují?

Komentující na daných facebookových stránkách se dají rozdělit do několika kategorií. Nejvýraznější z nich je skupina aktérů, která používá ve svých komentářích právě projevy incivility, vyjadřuje nějakým způsobem svůj nesouhlas, ať už s tématem daného článku nebo s osobou, o které se píše. Tato skupina by se ještě dala rozdělit na ty sofistikovanější, kteří používají lehká sprostá slova, a na ty velmi vulgární, kteří se rozčilují, sprostě nadávají nebo přejí aktérům článku něco zlého. Tyto projevy mám podrobněji rozepsané v předešlých kapitolách.

Již jsem také zmiňovala iniciativu s názvem #jsmetu, jež navazuje na stejné zahraniční skupiny. Její členové se snaží o kvalitní, slušné a argumentačně podložené diskuse ve veřejných diskusích. Přidávají tak i své příspěvky k různým článkům, k nimž připojují právě hashtag #jsmetu. Fungují pouze v rámci seriózního zpravodajství.

Jako další kategorii bych vymezila komentující, kteří se k tématu vyjadřují slušně, ať už s článkem souhlasí, nesouhlasí, vyjadřují lítost nebo se ho snaží pochopit, nemají potřebu nadávat.

Velkou skupinou jsou uživatelé, kteří v komentářích vyjadřují svůj názor pomocí ironie. Příspěvek bývá slušně napsaný, ironii a sarkasmus lze ale vzhledem ke kontextu lehce rozpoznat, takže si ostatní uživatelé mohou domyslet pravý názor, a ještě příspěvky často pobaví.

Do poslední kategorie typů příspěvků, které jsem během průzkumu rozpoznávala, bych zařadila ty, kteří vyjadřují svůj souhlas či nesouhlas nevětným „zvoláním“, nemají potřebu se k tématu více vyjadřovat. Z hlediska relevance do nich řadím již zmiňované příspěvky gif obrázků, obrázků a samolepek, které jasně vyjadřují postoj či náladu komentujícího k danému článku.

12.1.5 VO5: Liší se míra nebo způsob projevů incivility v komentářích seriózních a dezinformačních webů?

V komentářích všech zpravodajských webů bylo použito prostředků incivility. Množství se odvíjelo od tematického zaměření článku, ne všechny v komentujících vzbuzovaly emoce. V případě nesouhlasu čtenáři nepoužívali logické argumenty, aby obhájili svůj názor a pohled na věc, ale spíš verbálně napadali osoby, o kterých se v článku psalo. Těmi byli nejčastěji právě migranti anebo lidé z politiky.

Počet sebraných komentářů, se kterými jsem pracovala, nebyl u vybraných facebookových stránek stejný, jelikož vše záviselo na tom, kolik článků se zpravodajské weby na nich rozhodly sdílet za první půlrok 2019, není možné sčítat komentáře u různého počtu článků a vyvozovat z toho závěry. Z Tabulky č. 2 – Průměrné interakce lze vyčíst, že rozdíl v typu média je znatelný v množství sdílení článku a napomáhání jeho šíření mezi další uživatele, čtenáři dezinformačních webů mnohem více sdílejí. Největší poměr komentářů pod články mají Novinky.cz, v průměru nejvíce reakcí na článek mají ParlamentníListy.cz.

Z poměru analyzovaných komentářů a komentářů s alespoň jedním projevem neslušnosti vychází, že neslušné komentáře tvoří 80 % analyzovaného vzorku u Novinek.cz, 67,4 % u Aktuálně.cz, 63,5 % u ParlamentníListy.cz a 49,9 % u Aeronet.cz. To znamená, že v rámci analyzovaných komentářů se více projevů neslušnosti objevovalo u facebookových stránek seriózních zpravodajských webů.

Závěr

Tato diplomová práce měla za cíl zjistit, zda se ve facebookových komentářích pod články věnujícími se migrační krizi objevují projevy neslušnosti, a pokud ano, proti komu jsou tyto projevy mířeny. Zvolila jsem facebookové stránky dvou webů, které jsou pokládány za dezinformační – Aeronet.cz a ParlamentníListy.cz a dvou zpravodajských webů, které jsou pokládány za seriózní – Aktuálně.cz a Novinky.cz. Společným tématem článků byla migrace, která od roku 2015 hýbe médií, a časové rozmezí bylo stanoveno od 1. 1. 2019 do 30. 6. 2019, kdy téma opět ožilo kvůli volbám do Evropského parlamentu.

Pro analýzu komentářů jsem se rozhodla použít kvalitativní i kvantitativní výzkumnou metodu. Kódováním komentářů jsem si identifikovala několik pravidelně se opakujících kategorií projevů neslušnosti, a to (1) ad hominem, (2) hanobení, (3) vulgarismy, (4) despekt, (5) labelling. Zároveň jsem na základě kódování stanovila šestnáct kategorií aktérů, vůči kterým byly projevy neslušnosti mířeny, a to (1) migranti, (2) islám a jeho kulturu, (3) lodě neziskových organizací a situace ve Středomoří, (4) Evropská unie, její úřady a úředníci, (5) Německo, (6) Angela Merkel, (7) Francie, (8) Emmanuel Macron, (9) česká vláda, představitelé, (10) Piráti, Ivan Bartoš, (11) SPD, Tomio Okamura, (12) jiná zahraniční vláda, představitelé, (13) zpravodajský portál, média, novináři, (14) církve, papež, (15) ostatní diskutující, (16) jiné, (17) nelze určit.

Analýza ukázala, že se projevy neslušnosti v komentářích vyskytují, a to s celkovým průměrem 67,6 %. Na základě výsledků předchozích studií jsem předpokládala, že projevy neslušnosti budou často mířeny proti migrantům a problematice s tím spojené. Výsledky analýzy tuto hypotézu potvrdily, nejvíce projevů neslušnosti, tedy 21,2 %, bylo právě vůči migrantům. Dále jsem vycházela z předpokladu, že se projevy neslušnosti budou často vyskytovat v reakci na politiku, její představitele a jejich rozhodnutí. I tato hypotéza se na základě výsledků analýzy potvrdila. České politické strany a jejich představitelé byly častým cílem komentářů s různou mírou neslušnosti. Kromě migrantů a politiků byly negativní komentáře často mířeny vůči církvi nebo Evropské unii. Také jsem na základě předchozích výzkumů předpokládala, že nejčastějším projevem neslušnosti budou nadávky, tuto kategorii jsem v rámci analýzy přiřadila k vulgarismům. Výsledky ukázaly, že komentující nejčastěji vyjadřovali nesouhlas formou despektu, a to hlavně fanoušci facebookové stránky Novinky.cz. Druhým nejčastějším typem projevu neslušnosti byly právě vulgarismy. Z toho vyplývá, že jsou nadávky častým projevem nesouhlasu a negativních komentářů, v tomto případě ale nejsou nejčastějším jevem.

V případě nesouhlasu čtenáři nepoužívali logické argumenty, aby obhájili svůj názor a pohled na věc, ale spíš verbálně napadali osoby, o kterých se v článku psalo. Vzhledem k tomu, že zpravodajské weby sdílely na svých facebookových stránkách rozdílný počet článků, nelze počet komentářů a hodnoty z nich vycházející příliš porovnávat a vyvozovat závěry. Z tabulky průměrných interakcí lze ale vyčíst, že rozdíl v typu média je znatelný v množství sdílení článku a napomáhání jeho šíření mezi další uživatele, čtenáři dezinformačních webů mnohem více sdílejí. Z poměru analyzovaných komentářů a komentářů s alespoň jedním projevem neslušnosti vychází, že neslušné komentáře tvoří 80 % analyzovaného vzorku u Novinek.cz, 67,4 % u Aktuálně.cz, 63,5 % u ParlamentníListy.cz a 49,9 % u Aeronet.cz. To znamená, že v rámci analyzovaných komentářů se více projevů neslušnosti objevovalo u facebookových stránek seriózních zpravodajských webů.

Problematika migrantů a obrazu, který v příspěvcích a komentářích vyvolávají, je pochopitelně daleko obsáhlejší, nicméně hlubší analýza by již přesahovala limity této diplomové práce – pro budoucí zkoumání by bylo podnětné využít např. analýzu komentářů v průběhu několika let, analýzu navazujících diskusních vláken, případně argumentaci komentujících mezi sebou.

Summary

The aim of this master thesis was to find out whether incivility appears in the Facebook comments under the articles dealing with the migration crisis, and if so, to whom this indecent behavior is directed. I chose the Facebook pages of two misinformation web sites – Aeronet.cz and PalramentníListy.cz, and Facebook pages of two serious web sites – Aktuálně.cz and Novinky.cz. The common topic of the articles was migration, which has been moving the media since 2015, and the time range was set from 1st January 2019 to 30th June 2019.

I decided to use a qualitative and quantitative research method for the comment's analysis. By coding the comments, I have identified several regularly recurring categories of incivility, namely (1) ad hominem, (2) aspersion, (3) vulgarisms, (4) contempt, (5) labeling. At the same time, on the basis of coding, I identified sixteen categories of group of people against whom acts of indecency were directed, namely (1) migrants, (2) Islam and its culture, (3) ships of non-profit organizations and the situation in the Mediterranean, (4) the European Union, its authorities and officials, (5) Germany, (6) Angela Merkel, (7) France, (8) Emmanuel Macron, (9) Czech government, representatives, (10) Pirates, Ivan Bartoš, (11) SPD, Tomio Okamura, (12) other foreign government, representatives, (13) news web sites, media, journalists, (14) church, pope, (15) other discussants, (16) other, (17) cannot be determined.

The analysis showed that incivility occurs in the comments, with an overall average of 67.6 %. Based on the results of previous studies, I assumed that incorrect behavior in comments will often be directed against migrants and related issues. The results of the analysis confirmed this hypothesis, the most incivility, ie 21.2 %, were against migrants. Furthermore, I assumed that incivility would often occur in response to politics, its representatives, and their decisions. This hypothesis was also confirmed based on the results of the analysis. Czech political parties and their representatives were a frequent target of comments with varying degrees of indecency. In addition to migrants and politicians, negative comments were often directed at the church or the European Union. Based on previous research, I also assumed that the most common manifestation of indecency would be name-calling, I assigned this category to vulgarisms in the analysis. The results showed that the commentators most often expressed disagreement in the form of contempt, especially fans of the Facebook page Novinky.cz. The second most common type of indecency was vulgarism. It follows that name-calling is a frequent manifestation of disagreement and negative comments, but in this case, they are not the most common phenomenon.

In case of disagreement, the readers did not use logical arguments to defend their opinion, but rather verbally attacked the persons mentioned in the article. Since news sites shared a different number of articles on their Facebook pages, the number of comments and the values based on them cannot be compared too much and conclusions drawn. From the table of average interactions, however, it can be read that the difference in the type of media is noticeable in the amount of sharing the article and helping to spread it among other users, readers of disinformation sites share much more. The ratio of analyzed comments and comments with at least one manifestation of indecency shows that indecent comments make up 80 % of the analyzed sample at Novinky.cz, 67.4 % at Aktuálně.cz, 63.5 % at ParlamentníListy.cz and 49.9 % at Aeronet .cz. This means that within the analyzed comments, more incivility appeared on the Facebook pages of serious news sites.

Seznam literatury a zdrojů

Knihy

ČECHOVÁ, Marie et al. *Čeština - řeč a jazyk*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. 442 s. ISBN 978-80-7235-413-9.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. 437 stran. ISBN 978-80-262-0982-9.

KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. 98 s. ISBN 978-80-85783-78-0.

KOŘENSKÝ, Jan. *Komunikace a čeština*. Vyd. 1. Jinočany: H & H, 1992. 89 s. ISBN 80-85467-92-5.

LISTER, Martin, DOVEY, Jon, GIDDINGS, Seth, GRANT, Iain, KELLY, Kieran. *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge, 2009. s. 9-13. ISBN 0-203-88482-5.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. 256 s. ISBN 978-80-7452-002-0.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. První vydání. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. 136 stran. ISBN 978-80-246-3306-0.

PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008. 150 s. ISBN 978-80-7367-381-9.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. 539 s., [4] s. obr. příl. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

Elektronické zdroje

10 otázek a odpovědí – Migrační krize. Amnesty International [online]. © Amnesty International Česká republika [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.amnesty.cz/migrace/migrace-otazky-a-odpovedi>

AD HOMINEM [online]. © 2019 Bez faulu, Česká republika. [cit. 30.7.2020]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/argumentacni-fauly/utok/ad-hominem/>

AENews [online]. © Copyright 2020 American European News, LLC. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/>.

AENews. Kontakt [online]. © Copyright 2020 American European News, LLC. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://aeronet.cz/news/kontakt/>

Aktuálně.cz. Josef Pazderka [online]. © Economia, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné od: <https://www.aktualne.cz/autori/josef-pazderka/1~ffdb0baa8fba11e69966002590604f2e/>.

ANDERSON, Ashley A., BROSSARD, Dominique, SCHEUFELE, Dietram A., XENOS, Michael A., LADWIG, Peter, The “Nasty Effect:” Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies, *Journal of Computer-Mediated Communication* [online], Volume 19, Issue 3, 1 April 2014, [cit. 24.7.2020]. s. 373–387. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12009>

Anglický slovník (anglicko-český slovník) [online]. © 2009 CZIN.eu [cit. 31.7.2020]. Dostupné z: <https://slovník.czin.eu/anglicko-cesky/?slovo=incivility>

Archiv [online]. © NEWTON Media, a.s. 2014. [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/sluzby/archiv>

BINAR, David. HLAVNÍ HROZBY DNEŠKA: ASERTIVNÍ RUSKO A ISLÁMSKÝ TERORISMUS, ŘÍKÁ PETR PAVEL [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. 4. 1. 2016 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/hlavni-hrozby-dneska-asertivni-rusko-a-islamsky-terorismus-rika-petr-pavel/>

COE, Kevin & KENSKI, Kate & RAINS, Stephen. Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments [online]. *Journal of Communication*. 64. 2014 [cit. 26.4.2020]. Dostupné z: <https://srains.web.arizona.edu/sites/srains.web.arizona.edu/files/CoeKenskiRains.pdf>.

ČT24. Komu lidé přispívají na konspiračním webu? Peníze zřejmě plynou k člověku s exekucemi [online]. © Česká televize 1996–2020. 5. 7. 2016 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1837223-komu-lide-prispivaji-na-konspiracnim-webu-penize-zrejme-plynou-k-cloveku-s-exekucemi>

ČTK, iDNES.cz. Facebook se brání proti pokutě za únik dat. V Británii se odvolal [online]. © 1999–2020 MAFRA, a. s. 22. 11 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/facebook-cambridge-analytica-odvolani.A181122_091121_eko-zahranicni_are

DOČEKAL, Daniel. Aféra s Cambridge Analytica může zlomit Facebooku vaz [online]. © 2017 PEAK NEWS MEDIA, s.r.o. 14. 6. 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.peak.cz/afera-cambridge-analytica-muze-zlomit-facebooku-vaz/9121/>

Economia.cz. Nejsme jenom noviny [online]. Economia © 2020. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: https://www.economia.cz/o-nas/?utm_source=www.aktualne.cz&utm_medium=footer.

ERJAVEC Karmen, KOVAČIČ Melita Poler. “You Don’t Understand, This is a New War!”, Analysis of Hate Speech in News Web Sites’ Comments. Mass Communication and Society [online], 15:899–920, 2012 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2011.619679>.

Facebook. AE NEWS [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/www.aeronet.cz/>

Facebook. Aktuálně.cz [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Aktualne.cz/>.

Facebook. Novinky.cz [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Novinky.cz/>.

Facebook. ParlamentníListy.cz [online]. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/parlamentnilisty.cz/>.

GERVAIS, Bryan. Incivility Online: Affective and Behavioral Reactions to Uncivil Political Posts in a Web-based Experiment [online]. Journal of Information Technology & Politics. 2015 [cit. 26.4.2020]. s. 167-168. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/267981857_Incivility_Online_Affective_and_Behavioral_Reactions_to_Uncivil_Political_Posts_in_a_Web-based_Experiment

HAMBRIDGE, Sally. Netiquette guidelines. Ali: Albury local InterNet [online]. 1995 [cit. 30.5.2020]. Dostupné z: <https://tools.ietf.org/pdf/rfc1855.pdf>.

HILLE Sanne, BAKKER Piet. ENGAGING THE SOCIAL NEWS USER, Comments on news sites and Facebook [online]. Journalism Practice. 2014 Vol. 8, No. 5, 563–572 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.899758>.

HUGHEY Matthew W., DANIELS Jessie. Racist comments at online news sites: a methodological dilemma for discourse analysis [online]. Media, Culture & Society 35(3) 332–347, 2013 [cit. 2.3.2020]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/258170984_Racist_comments_at_online_news_sites_A_methodological_dilemma_for_discourse_analysis

JELÍNEK, Milan. VEPŘEK, Jarmil. VULGARISMUS [online]. Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.) 2017, CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny [cit. 28.6.2020]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VULGARISMUS>.

JsměTu. Charta [online]. #JsměTu. [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://www.jsmetu.org/charta/>.

KIRSCHNER, Paul A.; KARPINSKI, Aryn C. Facebook® and academic performance. Computers in human behavior [online]. 26.6: 1237-1245, 2010. [cit. 25.7.2020]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210000646>

KRATOCHVÍL, Jiří. Netiketa a bezpečnost na internetu [online]. Knihovna univerzitního kampusu. Msarykova univerzita. 2013 [cit. 30.5.2020]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1411/podzim2015/VLLL021/um/02/netiketa/print/Netiketa.pdf>.

KREJČÍ, Markéta. Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku [online]. © 2020 HlídacíPes.org. 25. 10. 2017. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/> [cit. 28.2.2020]

KUNDRÁ, Ondřej. PUTINŮV HLAS V ČESKU [online]. © Economia, a.s. 28. 2. 2015 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/z-noveho-cisla/putinuv-hlas-v-cesku>

MARTÍNKOVÁ, Lenka. Agrese – co o ní víme? [online]. Psychologie pro každého. 31. 12. 2016. [cit. 5.7.2020]. Dostupné z: <https://psychologieprokazdeho.cz/agrese-co-o-ni-vime/>.

MAV. Seznam.cz upevnil v pololetí pozici internetové jedničky [online]. © 2020 PHD, a.s. 28. 8. 2019. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/08/seznam-cz-upevnil-v-pololeti-pozici-internetove-jednicky/>.

MAV. Zpravodajské weby: V první desítce i Echo, v blízkosti také Forum 24 [online]. © 2020

PHD, a.s. 23. 9. 2018 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/09/zpravodajske-weby-v-prvni-desitce-i-echo-v-blizkosti-take-forum-24/>.

NEO. VNITRO MÁ DATABÁZI DEZINFORMAČNÍCH WEBŮ. KOHO NA NI ZAŘADILO? [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. [cit. 25.6.2020]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/vnitro-ma-databazi-dezinformacnich-webu-koho-na-ni-zaradilo/>

Neovlivní.cz. DATABÁZE PRORUSKÉHO OBSAHU OD A-Z [online]. © Dead Line Media s.r.o. 2016. 7. 11. 2016 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/databaze-proruskeho-obsahu-od-a-z/>

Newton Media Search. Portál elektronických zdrojů [online]. © 2020 Univerzita Karlova. Dostupné z: <https://ezdroje.cuni.cz/prehled/zdroj.php?id=271&lang=cs>

NIELSEN, E. Carolyn. Coproduction or cohabitation: Are anonymous online comments on newspaper websites shaping news content? [online]. *New Media & Society*, 16(3), 2013. [cit. 25.7.2020]. s. 470–487 Dostupné z: https://cedar.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com/&httpsredir=1&article=1000&context=journalism_facpubs

Novinky.cz. Tiráž [online]. Copyright © 2019–2020 Seznam.cz, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tiraz>.

O společnosti Newton Media. Profil společnosti [online]. © NEWTON Media, a.s. 2014 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/o-nas/profil-spolecnosti>

ParlamentníListy.cz [online]. © OUR MEDIA a.s.. 2009-2020 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/>.

ParlamentníListy.cz. Kontakty [online]. © OUR MEDIA a.s.. 2009-2020 [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/redakce/redakce/>.

Pojem despekt [online]. © 2005-2020 -- ABZ.cz. [cit. 30.7.2020]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/despekt>

Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky. Kancelář Poslanecké sněmovny se distancuje od internetového serveru Parlamentní listy [online]. [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/cms.sqw?z=3911>

POSPĚCH, Pavel, JUREČKOVÁ, Adéla. MIGRACE BEZ MIGRANTŮ? Mediální obraz migrace a jejích aktérů v České republice [online]. *Člověk v tísni*, o.p.s., Praha, září 2019. [cit. 26.7.2020]. Dostupné z:

https://www.clovekvtisni.cz/media/publications/1319/file/2019_11_01_vyzkumna_zprava_media_a_migrace_cz.pdf

Postoj české veřejnosti k uprchlíkům v průzkumech veřejného mínění CVVM v širším kontextu [online].

Analýzy a komentáře. © 2020 Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 26.7.2020]. Dostupné z:

<https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/postoj-ceske-verejnosti-k-uprchlikum-v-pruzkumech-verejneho-mineni-cvvm-v-sirsim-kontextu.aspx>

RAINS, Stephen A., KENSKI, Kate, COE, Kevin, HARWOOD, Jake, Incivility and Political Identity on the Internet: Intergroup Factors as Predictors of Incivility in Discussions of News Online [online], Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 22, Issue 4, 1 July 2017, [cit. 24.7.2020]. s. 163–178. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12191>

RYZ. Web Parlamentní listy zveřejnil nesmyslné vymyšlené zprávy. Není to poprvé [online]. © 2003 - 2020 ROMEA, o. p. s. 17. 4. 2017. [cit. 28.2.2020]. Dostupné z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/domaci/web-parlamentni-listy-zverejnil-nemyslne-vymyslne-zpravy-neni-to-poprve>

Seznam.cz. Naše vize [online]. © 1996–2020, Seznam.cz, a.s. [cit. 29.2.2020]. Dostupné z:

<https://o.seznam.cz/o-nas/>

SIKOROVÁ, Magdaléna. Data mining: Cesta od vyzobávání rozinek k těžbě zlata [online]. 2020 © Ekontech.cz. 7. 11. 2018 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://www.ekontech.cz/clanek/data-mining-cesta-od-vyzobavani-rozinek-tezbe-zlata> [cit. 1.3.2020]

SU, L. Y.-F., XENOS, M. A., ROSE, K. M., WIRZ, C., SCHEUFELE, D. A., & BROSSARD, D. (2018). Uncivil and personal? Comparing patterns of incivility in comments on the Facebook pages of news outlets [online]. New Media & Society, 20(10). [cit. 24.7.2020]. s. 3678–3699. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1461444818757205>

TEV. Po stopách dezinformátora. Reportéři ČT odhalili utajeného provozovatele Aeronetu [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 2. 3. 2020 [cit. 10.7.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3056786-po-stopach-dezinformatora-reporteri-ct-odhalili-utajeneho-provozovatele-aeronetu>

TITLBACH, Filip. „Přestala nás bavit úroveň debat na internetu.“ V Česku vznikla nová platforma #Jsmetu [online]. © 1997-2020 Český rozhlas. 16. 4. 2019 [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/prestala-nas-bavit-uroven-debat-na-internetu-v-cesku-vznikla-nova-platforma-7896340>.

Úřad pro ochranu osobních údajů. Vyhledávání [online]. © 2013 Úřad pro ochranu osobních údajů [cit. 1.3.2020]. Dostupné z:

https://www.uoou.cz/vismo/fulltext.asp?hledani=1&id_org=200144&id_ktg=5572&n=ctk-facebook-dostal-v-italii-pokutu-kvuli-afere-cambridge-analytica&archiv=0&p1=1018&query=Cambridge+Analytica&rh=

Ústav pro jazyk český. Internetová příručka [online]. © 2008–2020 Jazyková poradna ÚJČ AV ČR. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>.

WEBER, Patrick. Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments [online]. *New Media Society*:1-17, 2013. [cit. 25.7.2020] Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1461444813495165>

WHITTAKER, Zack. A huge database of Facebook users' phone numbers found online [online]. © 2013–2020 Verizon Media. 4. 9. 2019 [cit. 1.3.2020]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2019/09/04/facebook-phone-numbers-exposed/>

WIRNITZER, Jan. KOVÁČSOVÁ, Kateřina. Analýza „prokremelských“ webů: šíří vlnu zloby a půl procenta soucitu [online]. © 1999–2020 MAFRA, a. s. 13. 6. 2016 [cit. 29.2.2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/analyza-prokremelskych-webu-evropske-hodnoty-masarykova-univerzita-gregor-vejvodova.A160613_122145_domaci_jw

YouTube. AE News [online]. [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/AENewsTV>

ZEM. Dezinformační web Aeronet vyvolal kauzu lithium. Reportéři ČT odhalovali jeho pozadí [online]. © Česká televize 1996 – 2020. 7. 5. 2018 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2472406-dezinformacni-web-aeronet-vyvolal-kauzu-lithium-reporteri-ct-odhalovali-jeho-pozadi>

ZELENKA, Jakub. PRCHAL, Lukáš. Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů [online]. © *Economia*, a.s. 22. 6. 2017 [cit. 25.2.2020]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statu-t/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/?redirected=1525775550>

ŽABKA, Jan. Nabízíme Zemanovi nástroj, jak spojovat lidi v dialogu, říká zakladatel #jsmetu [online]. © *Economia*, a.s. 18. 5. 2019. [cit. 11.5.2020]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/jsmetu-chceme-kultivovat-diskuzi-na-internetu/r~0fbfcdbc76fe11e9ad610cc47ab5f122/>.

SCHVÁLENO *uj - 18.6.19*

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:	Razítko podatelny:								
Rybenská Monika	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">24 -05- 2019 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj: 110</td> <td style="text-align: right;">Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	24 -05- 2019 -1-	Čj: 110	Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		24 -05- 2019 -1-							
Čj: 110		Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:									
2018									
E-mail diplomantky/diplomanta:									
rybenska.mon@gmail.com									
Studijní obor/forma studia:									
Mediální a komunikační studia / kombinovaná									
Název práce v češtině:									
Nekorektní vyjadřování v diskusích facebookových stránek vybraných zpravodajských webů: komparativní analýza									
Název práce v angličtině:									
Incorrect expression in selected news sites' s Facebook pages: comparative analysis									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)									
LS 2019/2020									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):									
<p>Tématem práce je komparace facebookových diskusí pod články týkajícími se migrace, jež jsou zveřejněny na facebookových skupinách vybraných zpravodajských webů. Důvodem, proč jsem si vybrala právě téma migrace, je velikost tématu, a i přesto, že již není tématem č. 1, je stále aktuální a vždy více ožije v době voleb, v tomto případě do Evropského parlamentu.</p> <p>Zvolila jsem si facebookové stránky dvou seriózních zpravodajských webů – novinky.cz a aktualne.cz, oproti tomu také facebookové stránky dvou dezinformačních webů – parlamentní listy a aeronet. Časový rozsah zkoumání je omezen první polovinou roku 2019.</p> <p>V diskusích se zaměřím na projevy tzv. „incivility“, tedy neslušnosti, hrubosti, nevychovanosti, nezdravosti. Bude mě zajímat, zda a v jaké míře se vyskytují, a vůči komu jsou mířeny. Pokusím se zjistit spojitost s danými médii, pohlavím, postoji k migraci, případně vytipovat několik nejaktivnějších uživatelů.</p>									
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):									
<p>Cílem práce je zjistit projevy „incivility“ ve facebookových diskusích. Porovnat výsledky mezi seriózními a dezinformačními weby a dokázat, zda povaha média má na diskuse vliv. Detailněji rozeberu povahu komunikace v diskusích, zaměřím se na kvantitu diskusních příspěvků a míru neslušnosti v nich. Cílem je také zjistit, vůči komu jsou příspěvky mířeny. Dále mě bude zajímat, jestli se vyjádření příspěvů liší v závislosti na konkrétním médiu.</p> <p>H1: Předpokládáme, že míra různých forem neslušnosti se u seriózních a dezinformačních webů neliší.</p> <p>H2: Předpokládáme, že budou v diskusích více aktivní muži, a bude se častěji opakovat několik aktivních uživatelů.</p> <p>H3: Předpokládáme, že verbální útoky již nebudou mířeny na Angelu Merkelovou, jak tomu bylo v</p>									

<p>první vlně migrační krize.</p> <p>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</p> <p>Úvod (představení tématu a cílů, co je předmětem výzkumu) Teoretická část (seznámení se s online zpravodajstvím, představení daných webů, uvedení do problematiky veřejných komentářů a facebookových diskusí, seznámení se s normami slušného chování a projevy „uncivility“) Metodika, výzkumné otázky (popis vybrané výzkumné metody a postup analýzy) Praktická část (sběr dat, jejich analýza a vyhodnocení výzkumu) Závěr (shrnutí obsahu práce)</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):</p> <p>Budu zkoumat diskuse na facebookových stránkách dvou webů, které jsou pokládány za seriózní: novinky.cz a aktualne.cz; a dvou webů, které jsou pokládány za dezinformační: parlamentnilisty.cz a aeronet.cz.</p> <p>Zaměříme se na články týkající se migrantů v období od 1.1.2019 do 30.6.2019.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu:</p> <p>Ve výzkumu použiji kvantitativní i kvalitativní výzkumnou metodu.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vyhledám si články týkající se migrantů v daném období, kvantitativně zhodnotím články samotné, diskusní příspěvky pod nimi, a následně porovnam weby mezi sebou. 2. V kvalitativním výzkumu se zaměřím na samotnou povahu komentářů a na projevy neslušnosti, hrubosti, nevychovanosti, nezdvořilosti a agrese. Dále na gender, povahu média a proti komu jsou komentáře mířeny.
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>ERJAVEC KARMEN, KOVAČIČ MELITA POLER. “You Don’t Understand, This is a New War!”, Analysis of Hate Speech in News Web Sites’ Comments. Mass Communication and Society, 15:899– 920, 2012, http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2011.619679.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Protože komentáře zpravodajských webů se staly důležitým prostorem šíření nenávistných projevů, tento článek se snaží přispět k odhalování charakteristik internetových projevů nenávisti kombinováním diskurzních analýz komentářů na slovinských webových stránkách s on-line hloubkovými rozhovory s producenty komentářů. <p>HILLE SANNE, BAKKER PIET. ENGAGING THE SOCIAL NEWS USER, Comments on news sites and Facebook. Journalism Practice, 2014 Vol. 8, No. 5, 563–572, http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.899758.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komentáře uživatelů občas bývají přehnané. V roce 2011 se editoři třech webů přesvědčili o zmírnění nevhodných komentářů, když lidé na Facebooku nemohou komentovat anonymně. Tento text je malým komplexním a srovnávacím výzkumem komentářů na zpravodajských serverech a na Facebooku. <p>HOMOLÁČ, JIŘÍ. Internetové diskuse o cikánech a Romech. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2009. 191 s. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 156. ISBN 978-80-246-1515-8.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analýza čtenářských reakcí na články o Romech a lokálních interakcí v internetových diskusích. Publikace je transdisciplinárně orientovaná a překračuje tradiční lingvistické hranice. <p>HUGHEY MATTHEW W., DANIELS JESSIE. Racist comments at online news sites: a methodological dilemma for discourse analysis. Media, Culture & Society 35(3) 332–347, 2013, https://scholar.google.com/citations</p> <ul style="list-style-type: none"> - V tomto článku se rozebírají metodická úskalí systematického zkoumání převládajícího vzorce

rasismu v online komentářích ve veřejné sféře a jsou navrhovány kroky, kterými se výzkumníci mohou těmito metodickými problémy zabývat. Závěrem poukazují na širší důsledky moderování online obsahu.

KOPECKÝ, KAMIL. Moderní trendy v e-komunikaci. Vyd. 1. Olomouc: Hanex, 2007. 98 s. ISBN 978-80-85783-78-0.

- Publikace z oblasti e-learningu je zaměřena na aktuální problematiku mediální výchovy. Utrídí základní poznatky a umožňuje tak čtenářům orientaci v problematice elektronické komunikace, a to zejména na internetu.

MUSIL, JOSEF. Sociální a mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

- Základní pojmy z oblastí teorie komunikace a komunikační vědy, poznatky ze sociální a mediální komunikace a detailnější analýza přínosů a rizik soudobých hromadných sdělovacích prostředků. Značná pozornost je věnována současnému stavu i předpokládanému vývoji informační společnosti v souvislostech kulturních a sociálních aspektů životního stylu, trávení volného času i pracovních aktivit.

POSPÍŠILOVÁ, MARIE. Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku. První vydání. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. 136 stran. ISBN 978-80-246-3306-0.

- Autorka zkoumá Facebook z úzké perspektivy a snaží se odpovědět na otázky: co je na Facebooku tak zajímavého a přitažlivého, proč se na něj lidé znovu a znovu přihlašují, proč ho většinou už neopouštějí a proč by ho vlastně měli (anebo mohli) opouštět, na základě teoretických přístupů a kvalitativních rozhovorů vedených s mladými uživateli sociální sítě v českém prostředí.

TRAMPOTA, TOMÁŠ a VOJTĚCHOVSKÁ, MARTINA. Metody výzkumu médií. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

- Cílem knihy je seznámit čtenáře s metodami užívanými při výzkumu médií. Svou koncepcí kniha obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak i akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu).

Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.

TSAGKIAS MANOS, WEERKAMP WOUTER, DE RIJKE MAARTEN. News Comments: Exploring, Modeling, and Online Prediction. ECIR, 2009. <https://www.researchgate.net/publication/221397754>

- Tento text přináší několik příspěvků. Nejprve zkoumá dynamiku a časové cykly komentářů generovaných uživatelem v online holandských médiích, pak poskytuje model pro distribuci komentářů na základě analýzy dat z osmi zpravodajských zdrojů, a dále se snaží předvídat objem komentářů s použitím lineárního modelu.


ZAMITH RODRIGO, LEWIS C. SETH. FROM PUBLIC SPACES TO PUBLIC SPHERE, Rethinking systems for reader comments on online news sites. Digital Journalism, 2:4, 558-574, 2014, <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.882066>.


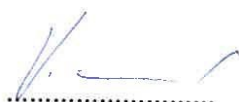
- Tato studie si klade za cíl prozkoumat, jak si inovátoři z novinářského a technologického sektoru znovu představili systémy diskusí o online zpravodajstvích. Kvantitativně analyzují 126 podnětů, jak řešit nedostatky internetu a systémů komentování, které se běžně vyskytují na internetových stránkách s ohledem na jejich schopnost sloužit jako platformy pro veřejný dialog.

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)

LEHMAN, Tomáš. Analýza chování uživatelů sociální sítě Facebook [online]. Praha, 2014 [cit. 2019-05-21]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/nksyxp/>>. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Tomáš Sigmund.

MALEŇÁKOVÁ, Veronika. Analýza politického zpravodajství českých deníků během parlamentních voleb v roce 2017. Praha, 2017. 94 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas,

Ph.D.
VORÁČEK, Michal. Komparace českých a zahraničních dezinformačních webů. Praha, 2018. 71 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. Roman Hájek.
Datum / Podpis studenta/ky
24.5.2019 

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.
 24.5.2019 
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 PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.
TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.