

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra psychologie



Diplomová práce

Vliv médií na společnost

Bc. Pavla Drašnerová

© 2023 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Pavla Drašnerová

Veřejná správa a regionální rozvoj – c.v. Hradec Králové

Název práce

Vliv médií na společnost

Název anglicky

The impact of media on a society

Cíle práce

Cílem diplomové práce je výzkum zodpovědného využívání sociálních sítí v ekonomické oblasti. Práce na konkrétních případech objektivně hodnotí vliv cenzury a informačního embarga v prostředí sociálních sítí. Vedlejším cílem je rozpoznání manipulativních technik a dezinformací na sociálních sítích.

Metodika

Práce bude sestávat ze dvou částí – teoretické a empirické.

Cíl práce bude dosažen prostřednictvím literárních rešerší nastudovaných textů, pozorování, popisu, syntézy a analýzy a kvalitativního výzkumu:

Doporučený rozsah práce

60 – 80

Klíčová slova

cenzura; dezinformace; informační embargo; manipulativní techniky; sociální sítě; společnost

Doporučené zdroje informací

COPENHAGENECONOMICS.COM. Empowering the European business ecosystem – an impact study of businesses using facebook apps and technologies. [online]. 2020. Dostupné z: https://copenhageneconomics.com/wp-content/uploads/2021/12/empowering-the-european-business-ecosystem_copenhagen-economics.pdf

GIDDENS, Anthony; MÜLLER, Karel. *Důsledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2010. ISBN 978-80-7419-035-3.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: výbor z díla*. Brno: Jota, 2000. Nové obzory (Jota). ISBN 80-7217-128-3.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. 400 s. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Mgr. Eva Bobková

Garantující pracoviště

Katedra psychologie

Elektronicky schváleno dne 9. 6. 2022

PhDr. Pavla Rymešová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 19. 11. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Vliv médií na společnost" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.11.2023

Poděkování

Touto cestou děkuji doc. Mgr. Evě Bobkové za připomínky, inspiraci a metodické vedení diplomové práce.

Vliv médií na společnost

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá vlivem sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti. Dopady jsou zkoumány v souvislostech s myšlením jedince, přístupem společnosti a také z pohledu regulací. Hlavní použité metody zahrnují literární rešerše a analýzu konkrétních příkladů.

Výsledky ukazují, že působení sociálních sítí nelze přesně určit, neboť ho není možné konkretizovat ani vyčíslit. Na druhou stranu na míru dopadu má podstatný vliv způsob myšlení každého jedince.

Na základě příkladu přístupu Taiwanu k sociálním sítím je doporučeno zaměřit se především na kognitivní odolnost společnosti, která je samozřejmě spojená s odolností individuální. Tato strategie je podstatným prostředkem, jak efektivním způsobem regulovat vliv sociálních sítí, a to jak na jednotlivce, tak na skupinu osob.

Klíčová slova: cenzura; dezinformace; manipulativní techniky; sociální sítě; společnost

The impact of media on a society

Abstract

This thesis explores the impact of social networks in the economic and political domains. The effects are examined in the contexts of individual thinking, societal attitudes, and regulatory perspectives. The primary methods employed include literature review and analysis of specific examples.

The results indicate that the influence of social networks cannot be precisely determined, as it is challenging to concretize or quantify. On the other hand, the mode of thinking of each individual significantly shapes the tailored impact.

Based on the example of Taiwan's approach to social networks, it is recommended to focus primarily on the cognitive resilience of society, inherently linked to individual resilience. This strategy serves as a crucial means to regulate the influence of social networks effectively, both on individuals and groups.

Keywords: censorship; disinformation; manipulative techniques; social networks; society

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	11
2.1 Cíl práce	11
2.2 Metodika	11
3 Teoretická východiska	12
3.1 Média a společnost.....	12
3.1.1 Vliv médií	13
3.1.2 Cenzura a informační embargo.....	15
3.1.3 Mediální manipulace a dezinformace	18
3.2 Sociální sítě	25
4 Vlastní práce	29
4.1 Pravidla ke zveřejnění obsahu u vybraných sociálních sítí.....	29
4.2 Regulace vlivu médií.....	37
4.3 Příklady využití sociálních sítí v ekonomické oblasti.....	41
4.4 Příklady využití sociálních sítí v politické oblasti	45
4.5 Agilita Taiwanu – dobrá praxe.....	49
4.5.1 Projekt "vTaiwan".....	54
4.5.2 Taiwan a svoboda projevu	62
5 Zhodnocení výsledků	64
5.1 Vyhodnocení kapitol 4.1 a 4.2	64
5.2 Vyhodnocení kapitoly 4.3	66
5.3 Vyhodnocení kapitoly 4.4	67
5.4 Vyhodnocení kapitoly 4.5	67
6 Závěr.....	69
7 Seznam použitých zdrojů	71
8 Seznam obrázků a tabulek	77
8.1 Seznam obrázků	77
8.2 Seznam tabulek	77

1 Úvod

Text dnešní době si život bez médií nedokážeme představit. Ať už je řeč o médiích tištěných nebo elektronických. V současné době jsou často diskutovaným tématem sociální sítě, a to především v souvislosti s jejich vlivem na dnešní společnost. Platformy sociálních médií, kde každý může sdílet své zážitky a může být v kontaktu s kýmkoliv bez jakýchkoliv limitů a omezení, se staly nepostradatelnými komunikačními kanály nejenom v osobní či obchodní komunikaci, ale i v té veřejné. A právě na dopady sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti je zaměřena tato diplomová práce.

Sociální média vznikla jako způsob, jak komunikovat se svými blízkými. Později byla přijata podniky, které tuto komunikační metodu využily k oslovení potenciálních zákazníků, jednání s nimi, k podpoře prodeje například prostřednictvím reklamy a propagace nebo k měření spotřebitelských trendů a nabízení zákaznických služeb či podpory. V poslední době se sociální aplikace stávají zároveň místem pro diskusi o politice a sociálních otázkách. S tím přicházejí komentáře plné emocí, ať už pozitivních nebo negativních, které dokáží rozdělovat nejenom společnost, ale i rodiny. Exploze informací spolu s digitálními technologiemi přinesla neuvěřitelný zmatek. Na téma sociální média vyšla řada publikací, některé se věnují tomu, jakým způsobem mohou být užitečná pro jednotlivce či společnosti, a jiné naopak tomu, kolik času je vhodné jim denně věnovat. I když nepravdivé informace zveřejněné na sociálních sítích mohou ovlivnit nejenom spotřebitele, ale i voliče, stále se řada lidí domnívá, že regulace není potřeba.

Cílem této diplomové práce není určit, v jaké míře je vliv sociálních médií pozitivní či negativní, ale zdali je vůbec možné nějakým efektivním způsobem ho regulovat, pozitivně využívat a objasnit, jakou roli v těchto souvislostech hraje kognitivní odolnost (ať už jedince či celé společnosti).

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je identifikovat a vyhodnotit dopady sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti. Jako vedlejší cíl práce je určit, jak rozpoznat manipulativní techniky a dezinformace na sociálních sítích. Na základě tohoto zhodnocení vypracovat návrh a doporučení, jak zodpovědně a efektivně využívat sociální sítě nejenom v uvedených oblastech, ale i z pohledu jednotlivce, tedy uživatele.

2.2 Metodika

Práce se skládá ze dvou částí, a to teoretické a empirické. Vzhledem k zaměření diplomové práce na charakteristiku dopadů sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti byla zvolena kvalitativní výzkumná strategie. Při zkoumání daného tématu se kvalitativní výzkum ukázal jako nejvhodnější, neboť tato forma výzkumu klade velký důraz na souvislosti mezi událostmi.

Praktická část diplomové práce je zaměřena na využití a vlivu sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti a rovněž jejich regulaci. Uvedené příklady byly zvoleny především pro jejich potenciální dopady, a to nejenom na ekonomické, ale také společenské úrovni. Zároveň byly posuzovány regulace, které by mohly těmto dopadům zabránit. Příklad dobré praxe je využití sociálních sítí na Taiwanu a zkoumání, jak tento příklad může inspirovat další státy či jednotlivce v přístupu k sociálním sítím. Cíl diplomové práce byl dosažen především prostřednictvím literárních rešerší, popisu, syntézy a analýzy.

Vzhledem k charakteru práce byly stanoveny následující výzkumné otázky:

- Jaké jsou dopady sociálních sítí v ekonomické a politické oblasti?
- Lze vliv sociálních sítí regulovat?

3 Teoretická východiska

3.1 Média a společnost

Původ slova médium, jak Jiráček a Köpplová (2009, s. 16) uvádějí, „vychází z latiny a znamená prostředek, prostředník, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje“ a jak dále pokračují, s výrazem médium se lze například kromě teorie sociální komunikace setkat také v chemii či výpočetní technice. I McLuhan (1991, s. 10) vnímá pojem médium velice široce, za sdělovací prostředky považuje nejenom noviny nebo rozhlas, ale také knižní tisk, a dokonce hmotné technické vynálezy jako kolo nebo auta, ale zároveň je nutné zdůraznit, že jeho myšlenky se vztahují především k rozhlasovému a televiznímu médiu, rozhodně ne k internetu. To ale nic nemění na tom, že mají svůj význam v souvislosti s pochopením současných médií. Podle McLuhana (1991, s. 15) lze média lépe pochopit, pokud pochopíme jejich vývoj v průběhu času a on sám přirovnává vývoj technologií k prostorové a časové extenzi naší centrální nervové soustavy, čímž byl na naší planetě zrušen prostor a čas. Současně autor dodává, že každá extenze zároveň ovlivňuje celý psychický i sociální komplex a klade si otázku, zdali tato extenze vědomí bude k něčemu dobrá. Na tuto otázku lze odpovědět prostřednictvím Burtona a Jiráčka (2001, s. 19): „Mít možnost využívat zdroje informací a zábavy patří mezi podstatné parametry, podle nichž člověk stále častěji posuzuje kvalitu vlastního života.“ Dále autoři uvádějí, že média jako zdroj informací a zábavy nemají konkurenci. Zároveň ale musíme dodat, že vzájemné propojení je základem kolektivního myšlení a kolektivního jednání, které se může stát velice silnou a nekontrolovanou zbraní. A s tím je také spojená otázka, jak k informacím člověk přistupuje a pojmy jako manipulativní techniky, dezinformace či cenzura. V neposlední řadě je tu též otázka ceny, neboť nic není zadarmo. A zde by se měl každý uživatel zamyslet nad tím, jestli cena v podobě osobních údajů, i když za cenné statistické údaje či potřebné informace získané doslova během několika sekund, není přece jenom příliš vysoká.

V moderní společnosti si zkrátka život bez nových médií a technologií nedokážeme představit a stejně jako se vyvíjela média, vyvíjela se i společnost. Nešpor (2020) se domnívá, že vývoj moderní společnosti byl rychlý, vzestupný a efektivní. Podle Peyrefitta (in Nešpor, 2020) i Giddense (2010) byla a je základem rychlého

vývoje společnosti důvěra, a to ať sebedůvěra nebo důvěra v ostatní či instituce. Na to navazuje Giddens (2010, s. 76), že „*v moderním sociálním životě mnoho lidí po většinu času interaguje s neznámými lidmi*“, což potvrzuje i Simmel (in Nešpor, 2020), který říká, že v moderní společnosti musíme více důvěřovat lidem neznámým, než tomu bylo ve společnosti tradiční, kde se „všichni znali“. Giddens (2010, s. 35) definuje důvěru jako důvěřivost ve spolehlivost (ať už jednotlivce nebo systém) ve vztahu k určitým událostem. Podle autora se bude ale vždy jednat o slepou důvěru, neboť tam, kde jsou situace známé, kontrolovatelné či průhledné, není důvěry třeba. Holý (2022) vidí problém především v tom, že náš mozek není příliš odlišný od našich předků z hlediska „výpočetní kapacity“, podle autora žijeme ve světě, který je řízen institucemi, které svojí strukturou v podstatě fungují pořád stejně již desítky let a naproti tomu technologie prodělaly neuvěřitelný explozivní vývoj. Americký biolog Edward O. Wilson (in Holý, 2022) řekl, že „*skutečným problémem lidstva je, že máme paleolitické emoce, středověké instituce a božskou technologii*.“

Jak je patrné, existuje celá řada úhlů pohledu jak přistupovat ke vnímání médií a jejich postavení ve společnosti. V oblasti mezilidské komunikace lze všeobecně konstatovat, že médium, ať už klasické nebo digitální, zprostředkovává někomu nějaké sdělení. Zároveň je ale nutné podotknout, že s vývojem digitálních technologií se nezměnilo jen to, jak komunikujeme se svými blízkými a širším okolím, ale také například způsob, jakým se seznamujeme, jak oznamujeme hlavní životní události nebo jak vychováváme své děti.

3.1.1 Vliv médií

McLuhan (1991, s. 69) k vysvětlení vlivu médií a přístupu k nim používá řadu metafor a přirovnání, podle něj jsou například „*ti, kteří se zabývají programovým „obsahem“ médií a ne vlastním médiem, zřejmě v postavení lékařů, kteří ignorují syndrom toho, že jsme prostě nemocní*“.

I kdybychom jen uvažovali o přijmutí tvrzení McLuhana (1991, s. 31), že vlivu médií lidstvo po staletí nevěnovalo dostatečnou pozornost a jejich pokorné přijímání z nich učinilo vězení pro jejich uživatele, na druhou stranu lze McLuhanovi oponovat tím, že

média lze také chápat i jako pomyslné ohniště, k němuž se den co den, večer co večer lidstvo uchyluje, aby zde spolu sdílelo nejenom své zážitky, radosti a starosti, ale také zprávy jak ze svého okolí, tak z celého světa, a vlastně tak určitým způsobem přispívalo i k zachování „ústní“ tradice.

Burton a Jiráček (2001, s. 353-357) nabízejí přehled některých předpokládaných, nikoliv však prokázaných, účinků médií. Jedná se o:

- Změna postoje, myšlení a poznávání.
- Kolektivní reakce / morální paniky.
- Individuální reakce / emocionální odezvy.
- Nastolování agendy.
- Znečitlivění.
- Učení.
- Socializace.
- Společenská kontrola.
- Definování skutečnosti.
- Podpora a posilování dominantní ideologie.
- Zpětný (reciproční) účinek.
- Trivializace.

Jak autoři dále uvádějí, zároveň nelze u jednotlivých uvedených účinků jednomyslně určit, zdali se jedná o negativní nebo pozitivní vliv. Obecně je vnímáno, že moc médií závisí na finančních zdrojích, zákonném postavení a pravomoci řídících pracovníků a orgánů. Tyto uvedené parametry se dále stávají silou, která ovlivňuje konečný produkt, prostřednictvím kterého lze předávat myšlenky či ideologie, jejichž účinkem by mohlo být ovlivňování postojů a názorů publika, ale který je zároveň obtížné prokázat (Burton a Jiráček, 2001, s. 115 - 116). Na základě uvedeného tedy zůstává otázkou, do jaké míry bychom měli mít obavy ohledně ovlivňování postojů uživatelů prostřednictvím sociálních sítí, a to ať už jedinci nebo nadnárodními firmami.

Lidstvo na celém světě už nějakou dobu prochází tzv. digitální transformací. To vytváří obrovský tlak na to, jak naše společnost funguje. Co se fungování veřejného

informačního systému týká, snažíme se jako demokratická společnost dobrat nějakého konsensu, ale zatím se nám to podle Holého (2022) moc nedaří. Podle autora za to z velké míry můžou právě technologie, sociální sítě a jejich algoritmy a způsob, jakým jsou používány a zneužívány.

V souvislosti s vlivem sociálních sítí hovoří Holý (2022) především o tom, že musíme pochopit dva podstatné způsoby, jakým lidé přemýšlejí, respektive čeho se ve vztahu k našemu mozku zneužívá. Jak autor uvádí, nejprve je nutné si uvědomit, že člověk je iracionální. A za druhé, že náš mozek je neuvěřitelně neuroplastický. To znamená, že má schopnost neustále vytvářet nová spojení, přetvářet je či měnit svoji vnitřní strukturu.

Polsko-americký psycholog Robert Bolesław Zajonc je znám, mimo jiné, i díky svému experimentu, který se zabývá vlivem tzv. efektu pouhého vystavení. Podstatou je, že čím více je jedinec vystaven nějakému vjemu, tím více se mu za určitých okolností může začít líbit. Na tom jsou založeny doporučující algoritmy platform, jako jsou například YouTube nebo X (dříve Twitter).

V jednom rozhovoru se moderátor zeptal již zmiňovaného biologa Edwarda O. Wilsona, zdali jako lidstvo budeme schopni řešit krize, kterým budeme čelit příštích sto let. Wilson odpověděl (in Harvard Magazine, 2009): „Ano, pokud budeme čestní a chytří.“ K tomu zatím můžeme pouze dodat, že co se boje proti vlivu médií týká, tak co nám rozhodně nepomáhá, jsou naše emoce a neuroplasticita našeho mozku.

3.1.2 Cenzura a informační embargo

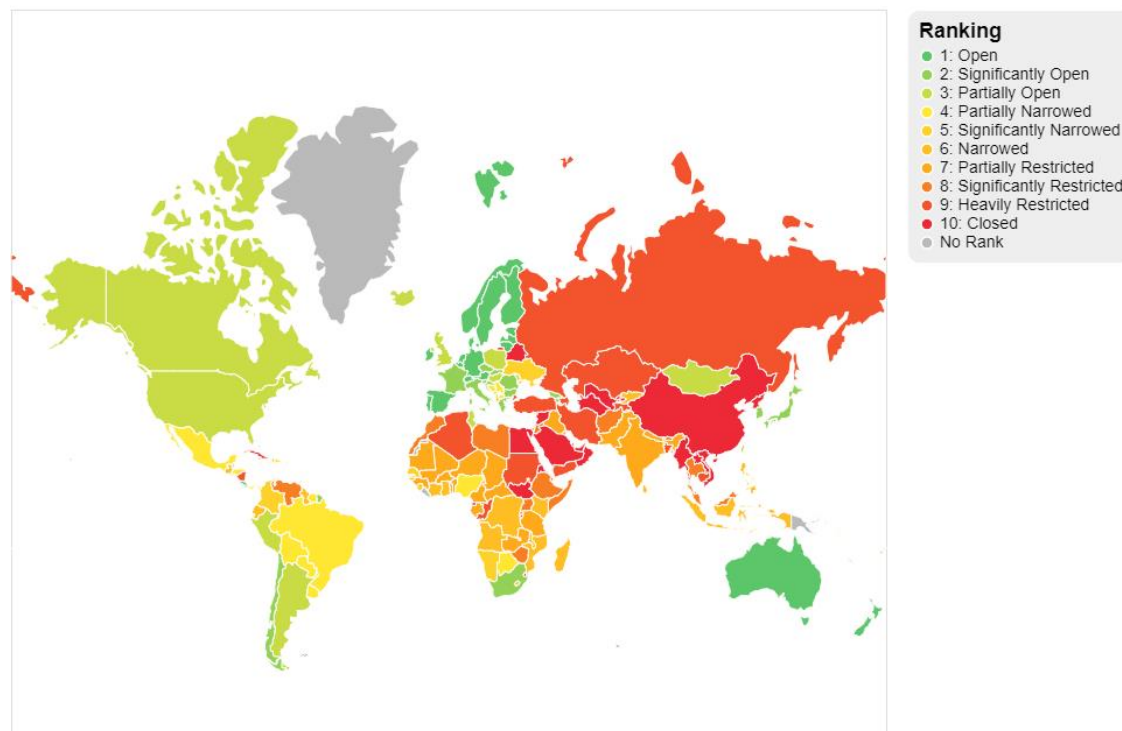
V souvislosti s cenzurou a svobodou projevu jako jejím protikladem se často diskutuje o tenké hranici mezi nimi. V článku 19 Mezinárodního paktu o občanských a politických právech (Vláda České republiky, 2006) je v odst. 1 uvedeno, že každý má právo zastávat svůj názor, a v odst. 2, že každý má právo na svobodu projevu. Druhý odstavec Mezinárodního paktu s sebou nese i zvláštní povinnosti a odpovědnost a může tak podléhat určitým omezením, která však musí stanovit zákon a jsou nutná (Vláda České republiky, 2006): *a) k respektování práv nebo pověstí jiných; b)*

k ochraně národní bezpečnosti nebo veřejného pořádku nebo veřejného zdraví nebo morálky. Na článek 19 navazuje článek 20, ve kterém stojí, že jakákoli válečná propaganda je zakázána zákonem stejně jako jakákoli národní, rasová či náboženská nenávisť, jež představuje podněcování k diskriminaci, nepřátelství i násilí.

Jak Burtona a Jiráček (2001, s. 132) uvádějí, „*za cenzuru se obvykle pokládá přímý zásah, úplné nebo částečné odstranění, popřípadě přepracování materiálu, který se cenzorovi nezamlouval*“. Podle Beyer (2014) má myšlenka svobody informací v online komunitách tendenci zahrnovat řadu svobod, ale jejím základem je argument, že komunikace v jakékoli formě by neměla být omezována.

Již od roku 1972 vydává britská nezisková organizace Index of Censorship, která celosvětově propaguje a hájí svobodu projevu, časopis věnující se cenzurním zásahům v různých zemích po celém světě. Pozornost je věnována především tištěným médiím a cílem organizace je zvýšit povědomí o hodnotě svobody slova. Organizace zastává názor, že každý by měl mít možnost, bez ohledu na to jaké má názory, svobodně se vyjádřit (Index on Censorship, 2022). A co se České republiky týká, tak jak je v článku 17 odst. 3 Listiny základních práv a svobod uvedeno, cenzura je nepřípustná. Obrázek 1 ukazuje, jaká je podpora svobody slova v jednotlivých zemích. Vzhledem k tomu, že svoboda slova je nezbytná, pro demokracii je povzbudivé, že většina celosvětové populace v zásadě svobodu slova podporuje. Největší podpory se dostává v oblastech západní Evropy a Austrálie. Butcher řekl (in The Orwell Foundation 2023), že pokud svoboda slova něco znamená, je to právo říkat lidem to, co nechtějí slyšet. I když je podpora svobody slova vcelku příznivá, rozdíly v názorech nastávají u kontroverzních výroků, jako jsou například rozdílné postoje k hluboce zastávaným hodnotám nebo podpora homosexuálních vztahů.

Obrázek 1 Globální index svobody slova – digital rank.



Zdroj: Index of Censorship (2023)

Pokud jde o obsah na sociálních sítích, místo svobody slova bychom možná měli mluvit spíš o „svobodě dosahu“. Svoboda slova není svoboda dosahu. Sociální sítě mají čím dál tím větší dopad na naše životy, společnost nebo politická dění. Moc může náležet jednotlivci, ale i skupině. Ale s mocí by hlavně měla růst i zodpovědnost. V demokratických státech se rozlišuje mezi mocí výkonnou, soudní a zákonodárnou. Tento koncept se nazývá dělba moci a vychází z předpokladu, že spolu s mocí právě roste i zmíněná odpovědnost.

Co se informačního embarga týká, tak jde v podstatě o to, aby informace či příběh zůstaly důvěrné do určitého data nebo času. Většinou se s tímto zákazem setkáme v uměleckém, filmovém nebo hudebním průmyslu (novinář je zván, aby shlédl film před jeho uvedením do kin a mohl si tak připravit recenzi předem) nebo u probíhajících vyšetřování, kde by předčasné zveřejnění podstatných faktů mohlo jejich průběh nějakým způsobem narušit. Užitečným nástrojem bylo informační embargo také pro Public Relations. Ale v dnešní době internetu (společně s faktem, že nejaktuálnější zprávy jsou tím, co platí účty) je únik informací čím dál častější.

3.1.3 Mediální manipulace a dezinformace

Definice a pojetí manipulace je celá řada, pro účely této práce byla vybrána základní a výstižná definice Doležala, Máchala a Lacka (2012, s. 332), kteří uvádějí, že z pohledu sociální psychologie a sociologie je manipulace „*snahou o působení na myšlení druhé osoby či více osob.*“ Mediální manipulace by se v médiích vyskytovat neměla, ale opak je pravdou. Velmi zjednodušeně lze konstatovat, že ti, kteří chtějí ovládat pomocí sociálních sítí, napodobují empatické fráze a emocionální projevy, aby získali důvěru a náklonost co největšího počtu uživatelů. Remišová (in Žantovský, 2015, s. 30) dokonce tvrdí, že „*jedním z hlavních etických důsledků mediální manipulace je šíření intolerance ve společnosti.*“ I když rozpoznat věrohodnost a spolehlivost informací a informačních zdrojů není vůbec jednoduché, je zodpovědností každého jedince, jaké prostředky/informace na sebe nechá působit a do jaké míry se jimi nechá ovlivnit.

Ministerstvo vnitra České republiky (MVCR, 2022) uvádí, že: „*Pojem „dezinformace“ znamená šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.*“

Bateson (in Liessmanna, 2008, s. 23) definuje informaci jako „*nějaký rozdíl, který se při pozdější události jako rozdíl projeví.*“ Na autorovu definici reaguje Liessmann (2008) termínem „*dezinformační společnost*“. Jak dále vysvětluje, nesčetné informace, které musí moderní člověk zkonzumovat v průběhu jednoho dne (vlivem nárůstu informačních a komunikačních možností) nemají na pozdější události žádný vliv. Domnívá se, že rozdíly se rozplývají, nanejvýš jsou vnímány jenom okrajově, pokud si je člověk, z kapacitních důvodů, vůbec zapamatuje. Podle Liessmanna (2008, s. 23) pouze vědění, jehož základem je hledání pravdy, umožňuje „*z množství dat odfiltrovat ta, která mají informační hodnotu*“ a je klíčem k poznávání, chápání a porozumění světa. Jak autor dále pokračuje (2008, s. 24), „*vědění lze popsat jako interpretaci dat s ohledem na jejich kauzální souvislosti a vnitřní konzistenci*“. Podobného názoru je i Jiráček (in Kohout, 2018), který tvrdí, že síla dezinformací se přeceňuje a zároveň dodává, že v demokratických poměrech není pravidlem, aby informace musela být pravdivá.

Boj proti šíření dezinformací je důležitý, ale očividně obtížný. Před několika lety se doporučovalo především ověřování faktů, ale to samo o sobě nestačí. Donath (in CNN, 2016) upozorňuje na několik zásad, které je potřeba dodržovat, aby se zabránilo sdílení nepravdivých zpráv:

1. Řídit se rčením: „Nekrmte trolly!“

Na sdílení falešných informací upozornit prostřednictvím důvěryhodnějšího zdroje. Upozornění by mělo být laskavé a nejlépe poslané prostřednictvím soukromé zprávy, neboť nikdo nemá rád, když je veřejně ponižován. Případně lze příspěvek ignorovat a tím nezvyšovat jeho hodnotu. V případě potřeby vyjádřit svůj nesouhlas je opět dobré vyjádřit jej prostřednictvím soukromé zprávy, neboť veřejně vyjádřený nesouhlas posiluje soudržnost uvnitř skupiny a rozdmýchává konflikty s outsidersy, což zároveň zvyšuje postavení osoby, která sporné informace zveřejňuje, zvláště když je napětí vysoké.

2. Propagovat kulturu, která ctí pravdivost, což znamená nezveřejňovat neověřené informace a podporovat důvěryhodná média. Odradit okolí od šíření nepravdivých zpráv, byť se tyto zprávy mohou zdát dobré či zajímavé.

3. Oceňovat humor. Stejně jako dezinformace jsou vtipy a satira určitými znaky identity – vtipné pro zasvěcené a často nepochopitelné či urážlivé pro ostatní. Vtipy nebo satira mohou být nevkusné, mohou být rozdělující, ale na rozdíl od dezinformací nejsou útokem na pravdu.

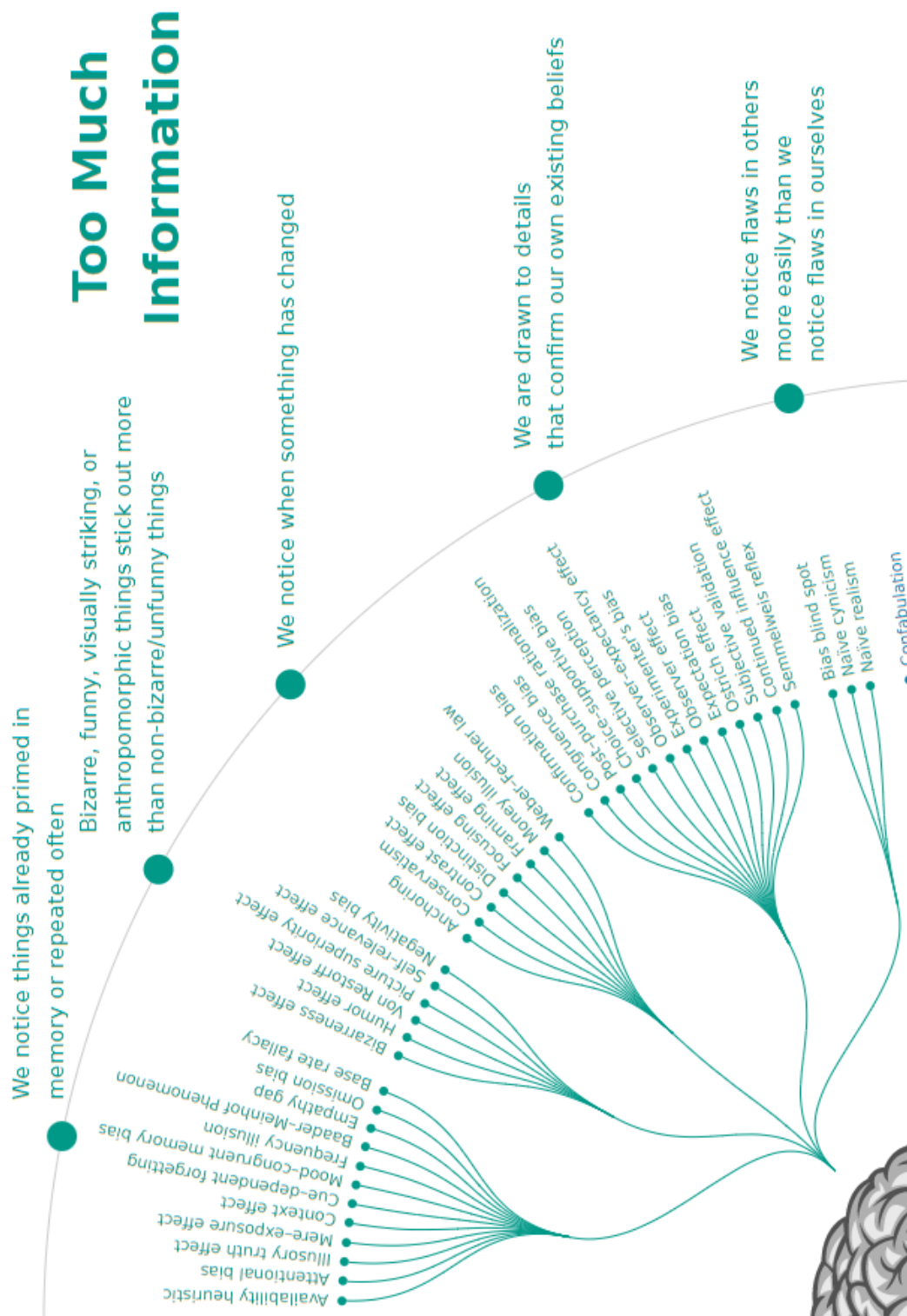
Díky moderním technologiím není potřeba si většinu informací pamatovat, ale je důležité umět s nimi pracovat. V 21. století je za jednu z klíčových dovedností považováno kritické myšlení. Řada odborníků se také zabývá zařazením této metody do učebních osnov. Podstatou kritického myšlení je umět správně přemýšlet a například vědět, jak fungují vědecké metody a jak tyto metody využít v rámci kritického myšlení. Na druhou stranu ale ani vědci, kteří striktně dodržují vědecké metody, nemohou zaručit, že vyvodili ty nejlépe možné závěry. Problémem je totiž samotný proces myšlení. Podle Holého (2022) naše myšlení funguje především na základě kognitivních zkratk, které mají podstatný vliv na naše myšlení, paměť, vyvozování závěrů a rozhodování. Taylor (2011) rovněž uvádí, že kognitivní zkratky jsou důvodem našeho zkresleného, nepřesného a neúplného myšlení. Designér Manoogian (in Desjardins, 2021) vytvořil taxonomii kognitivních

zkratk – předpojatostí (viz obrázek 2), v rámci které rozdělil 188 zkratk do 4 segmentů. Všechny souvisí s tím, jakým způsobem si utváříme obraz o světě, pokud je například informací hodně nebo pokud se potřebujeme rozhodnout rychle. Dle Taylora (2011) měly kognitivní zkratky v určité fázi našeho vývoje adaptivní hodnotu a díky nim se nám podařilo přežít v primitivních dobách. V dnešní době, kdy je mnohem větší důraz kladen na správnost informací, jejich důkladné zpracování, přesný výklad a zdravý úsudek, není již tento způsob (tedy nejjednodušší a nejrychlejší reakce) tím nejefektivnějším řešením.

Zdroj: Mannogian and Benson in Desjardins (2021)



Obrázek 2 Cognitive Bias Codex - detail.



Zdroj: Mannogian and Benson in Desjardins (2021)

Kognitivní zkreslení

V dnešním online světě jsme doslova zaplaveni informacemi, které musíme neustále zpracovávat. I když lze všeobecně říct, že k informacím přistupujeme jako k cestě za poznáním, u většiny těchto střípků poznání se jedná spíše o kvantitu než o kvalitu. Což dokazuje i fakt, že nejsme schopni si většinu informací zapamatovat. Abychom pochopili, podle čeho vybíráme z tohoto množství informací, je nejprve potřeba, abychom porozuměli, jak pracuje náš mozek.

V následujících bodech jsou uvedena kognitivní zkreslení, ke kterým dochází, abychom si zpracování velkého množství informací zjednodušili (Desjardins, 2021):

- Všimáme si věcí, které již máme v paměti, nebo se často opakují. Z toho vyplývá, že informací, které souvisí se záležitostmi, které byly nedávno načteny do naší paměti, si náš mozek všimne s větší pravděpodobností.
- Bizarní, vtipné, vizuálně nápadné, antropomorfní záležitosti vyčnívají více než nebizarní a nevtipné. To znamená, že náš mozek má tendenci zvyšovat důležitost u toho, co je neobvyklé nebo překvapivé. Případně máme sklon přeskakovat informace, které považujeme za běžné nebo očekávané.
- Všimáme si, když se něco změnilo. Obecně budeme mít tendenci zvážit význam nové hodnoty podle toho, jestli došlo k pozitivní nebo negativní změně, než přehodnotit novou hodnotu jako takovou. To platí i tehdy, když porovnáme dvě podobné věci.
- Přitahují nás detaily, které potvrzují naše vlastní stávající přesvědčení. To má za následek, že máme sklon ignorovat detaily, které jsou v rozporu s naším vlastním přesvědčením.
- Snadněji si všimneme chyb u druhých než u sebe.

Systém 1 a Systém 2

Kahneman (2012) rozlišuje dva způsoby myšlení, a to rychlý a pomalý. Nazývá je Systém 1, ten je instinktivní, emocionální a má větší vliv na naše rozhodování, a Systém 2, který je logičtější. Charakteristické pro Systém 1 jsou například hypotetické úvahy, rozhodnutí založená na intuici nebo rychle zpracované informace. Zároveň je ovlivněn zážitky, emocemi a vzpomínkami. Pro Systém 2 jsou příznačné pomalu zpracované informace, vědomé a logické uvažování, dodržování pravidel, porovnávání a zvažování možností. Je ovlivněn fakty a důkazy a používá se, když

System 1 nedokáže vytvořit logický či přijatelný závěr. Podle autora je System 2 (který tvoří pouhé 2 % našeho myšlení) otrokem Systemu 1. Pokud porozumíme, jak oba systémy fungují, můžeme tím zlepšit naši schopnost identifikovat a pochopit naše i omyly ostatních v rozhodnutích. Výsledkem by tak mohlo být omezení následků špatných rozhodnutí. Bohužel v otázkách kognitivních iluzí nelze System 1 jen tak vypnout. Pokud System 1 nevyšle žádný varovný signál, nemá System 2 k chybě intuitivního myšlení žádnou indicii. Na druhou stranu ale nelze, aby řešením bylo neustálé zpochybňování našeho vlastního myšlení. Kahneman (2012) doporučuje, abychom se naučili vyhodnotit, která situace je důležitá a té věnovat potřebné úsilí, abychom se vyhnuli případným omylům.

Paradox šimpanze

Peters (2013, s. 17–18) nabízí efektivní techniky, jak se naučit pracovat se svými emocemi. Autor na zjednodušeném modelu tří mozků (čelní lalok = Člověk, limbický systém = Šimpanz, temenní lalok = Počítač) vysvětluje, jakým způsobem funguje naše mysl a jak se ji můžeme naučit řídit. A právě Šimpanz je strojem na emoce a stojí za tím, když se chováme iracionálně. I když podle Petersna (2013, s. 22) nejsme zodpovědní za chování Šimpanze, jsme zodpovědní za dohled nad ním. Podle autora musíme také pochopit postup, jakým mozek získává informace. Nejprve se informace dostane k Šimpanzovi, ten vyhodnotí, zdali je důvod začít se strachovat, a pokud je vše v pořádku, předá informaci Člověku. Peters (2013, s. 52) tvrdí, že pokud se chceme stát tím, kým se chceme stát, musíme se naučit oproti nám pětikrát silnějšího Šimpanze zvládat.

Přijímáme zhruba 11 milionů bitů informací za sekundu, ale můžeme zpracovat asi kolem 50 bitů informací za sekundu (Britannica, 2023a). Vzhledem k tomu, že právě kognitivní zkratky jsou v dnešní době zneužívány manipulátory v online informačním prostoru k řízení dezinformačních a propagandistických operací, měla by být kvalita informací posuzována nejenom na základě našich znalostí a dovedností, ale zároveň by každý jedinec neměl zapomenout na metakognitivní přístup. To znamená, že nejprve by měl pochopit, jak vůbec lidský mozek funguje, a následně porozumět vlastním myšlenkovým procesům.

3.2 Sociální sítě

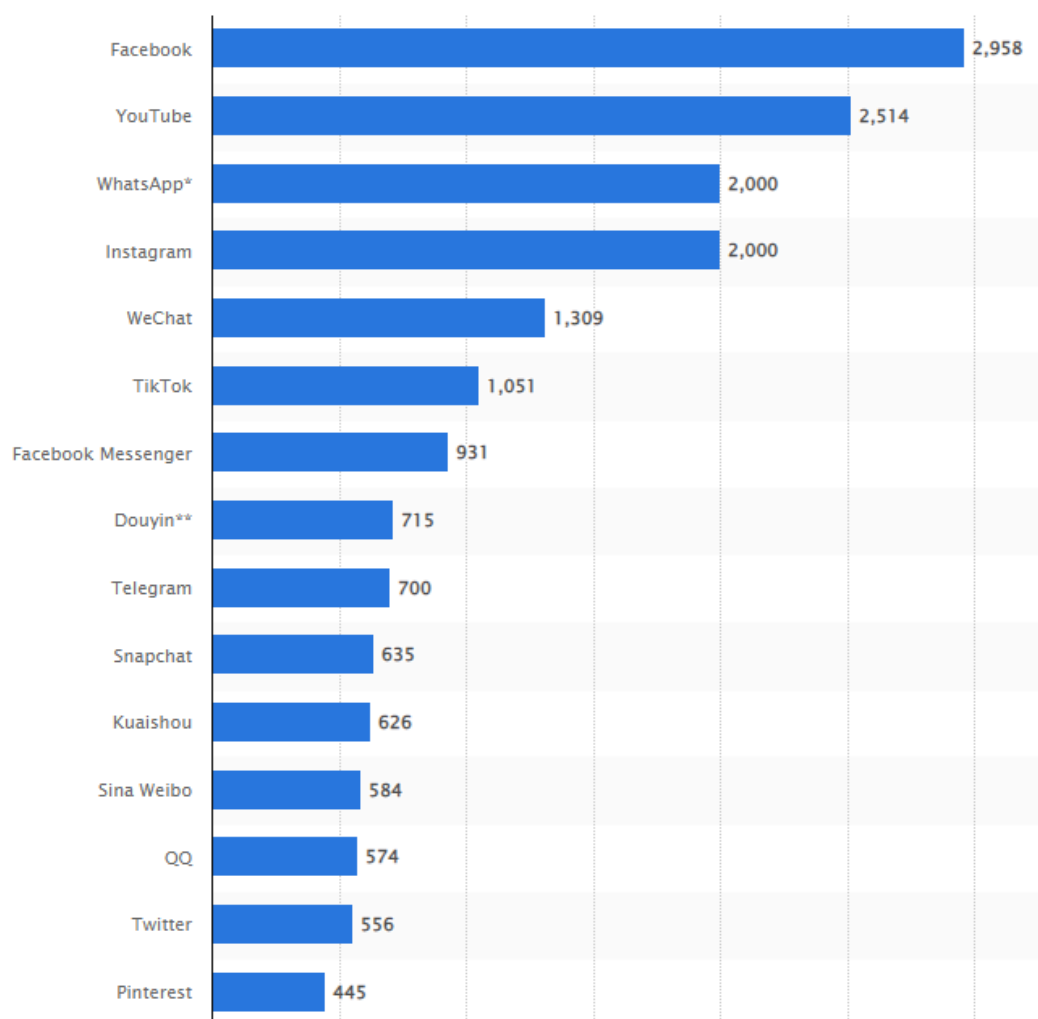
První sociální sítí, která překonala miliardu registrovaných účtů, byl Facebook, a to v roce 2012. Jak portál Statista (2023a) informuje, v roce 2021 v průměru trávili uživatelé na sociálních sítích 2 hodiny a 27 minut denně, nejvíce času trávili připojením k sociálním sítím uživatelé Nigérie (v průměru 4 hodiny a 7 minut) a nejméně Japonska (51 minut). Sociální sítě jsou pro většinu lidí hlavním zdrojem informací a jejich oblíbenost neustále roste. I když jejich využívání v 1. čtvrtletí roku 2020 ve srovnání s údaji z let 2019 a 2018 klesalo nebo stagnovalo, pandemie koronaviru tento trend v mnoha zemích zvrátila (Statista, 2023a).

Stejně jako v roce 2021, tak i v roce 2022 patří Facebook, YouTube a WhatsApp mezi nejpoblárnější sociální sítě na světě. Jak ukazuje obrázek 3 (Statista, 2023b), v současnosti má Facebook více než 2,9 miliardy aktivních uživatelů měsíčně.

Co se počtu uživatelů týká, je ale třeba upozornit, že jedna osoba může mít zřízeno více účtů nebo některé účty mohou například představovat „nelidskou“ entitu včetně domácích mazlíčků, podniků, skupin atd. V důsledku toho mohou být tyto údaje vyšší než počet uživatelů internetu.

Kromě Facebooku vlastní společnost Meta také WhatsApp, Instagram a Facebook Messenger. Prezidentem a výkonným ředitelem společnosti Meta (dříve Facebook) je Mark E. Zuckerberg, který patří mezi nejmocnější osobnosti světa, neboť je zodpovědný za distribuci informací pro miliardy uživatelů a určitým způsobem tak má vliv na to, co si myslí.

Obrázek 3 Nejpopulárnější sociální sítě na světě k lednu 2023, podle počtu aktivních uživatelů za měsíc (počet uživatelů je v milionech).



Zdroj: Statista (2023b)

Sociální média mají mnoho využití, například slouží jako spojovací článek mezi pacienty, zdravotníky a okolím. Jak Gupta, Khan a Kumar (2020) uvádějí, sociální sítě jako Facebook, Twitter nebo YouTube jsou mezi pacienty oblíbené zejména pro vyhledávání a sdílení informací o nemoci a její léčbě, vyhledávání zkušeností jiných pacientů, sdílení osobních zdravotních příběhů, hledání podpůrné skupiny a emocionální podpory či sdílení informací o lécích a jejich vedlejších účincích.

Na druhou stranu v souvislosti s nemocemi nelze nezmínit, že s přibývajícím počtem uživatelů nestoupá jenom popularita sociálních sítí, ale také stoupá počet těch, kteří

díky nim zažívají strach z toho, že o něco přijdou (neboli nemoc dnešní doby „fear of missing out“ - zkráceně FOMO).

Za zmínku také stojí dopaminová závislost. V případě sociálních sítí se jedná o uspokojení ze zpětné vazby. Dopamin (neboli hormon štěstí) je odpovědný za chování motivované odměnou. V tomto kontextu hovoříme o tom, že uživatel, který zveřejní příspěvek na stránkách sociálních sítích jenom proto, aby od svých online přátel/sledujících dostal například lajk či komentář, se s přibývajícím počtem těchto podob odměn stává více manipulován k tomu, aby znovu publikoval nějaký příspěvek a mohl tak opět získat odměnu v podobě palce nahoru či srdíčka. Tímto způsobem se dostává do pastí tohoto začarovaného kruhu stejně tak, jako se lidé stávají závislými na drogách (Kumar D, 2018). Adiktologové už přímo hovoří o digitální závislosti a můžeme se také setkat s pojmy "elektronický kokain" či "digitální heroin".

V posledních několika letech se novým fenoménem stala „Snapchat dysmorfie“. Toto duševní onemocnění spočívá v tom, že se lidé nechávají chirurgicky upravovat podle svých upravených selfie. Filtry na sociálních sítích a aplikace pro úpravy vzhledu zcela změnily vnímání krásy po celém světě. Tento neuvěřitelný trend je děsivý především v tom, že je prakticky nemožné dosáhnout přirozeným způsobem takového fyzického vzhledu, jakého lze docílit za pomoci filtrů v aplikacích.

Dále v souvislosti se sociálními sítěmi nelze opomenout pojem „netiquette“ neboli souhrn pravidel, která by měla být dodržována při komunikaci v online prostředí jak jednotlivci, tak organizacemi (Britannica, 2023b). Termín vznikl ze složenin slov net (v angličtině znamená síť) a slova etiketa, označujícího pravidla „slušného“ chování. Kodex vhodného online chování se vztahuje na všechny typy online komunikace. Když vezmeme v úvahu globální dosah sociálních médií, má porušení obecně uznávaných hodnot a norem v online prostředí nadozřinné následky. Jednou z hlavních zásad netikety je nezveřejňovat a nesdílet osobní údaje, fotografie či videa bez souhlasu zainteresovaných stran. A i v online komunikaci by mělo být poděkování za pomoc samozřejmostí. To platí jak pro jednotlivce, tak pro organizace. Pod bodem netiketa je etiketa sociálních médií, která je součástí oficiálních pravidel komunity každé sociální sítě.

Nutno ale dodat, že i netiketa se s rozvojem společnosti (a především technologií) mění, nehledě na to, že vnímání netikety (stejně jako etikety) se mezi jednotlivými

subkulturami odlišuje (Britannica, 2023b). S tím souvisí i všeobecné nastavení hranic mezi přijatelným a nepřijatelným obsahem na sociálních sítích podpořené potřebnou, ale doposud chybějící legislativou. Přesto by měl ale každý uživatel dodržovat alespoň obecné zásady chování v online prostředí.

Sociální sítě ale nemají vliv jenom na životy lidí, ale i na to, jak lidé podnikají. Připojení k internetu odkudkoliv a nízké náklady na komunikační a informační technologie vedly k tomu, že sociální média se stala každodenním nástrojem nejenom pro jednotlivce, ale i organizace po celém světě. Sítě sociálních médií doslova boří tradiční bariéry mezi zeměmi. Bohužel, ani v tomto prostředí není výjimkou, že nezávislost (ať už fyzických nebo právnických osob) je vyměněna za spojení s vidinou vyššího vlivu/zisku. Také je tu problém veřejných debat týkajících se důležitých otázek, jako je například globální oteplování. Havránek (in Eisenhammer, 2022, s. 22-34) vidí problém především v tom, že tyto debaty vedou mladí lidé, kteří mají čas na sociálních sítích přesvědčovat ostatní o své pravdě. Tlak sociálních sítí je natolik silný, že jak Havránek říká (in Eisenhammer, 2022, s. 22-34), expertům nezbývá než vybrat si: „*bud' lynč na Twitteru, nebo říkat to, co chtějí tihle lidé slyšet*“. Avšak sociální média mají i řadu pozitiv. Mohou například usnadnit hledání skupin podobně smýšlejících lidí, pomáhat v navazování nových přátelství nebo podnikání, lidé se zde navzájem inspirují, pomáhají vidět věci z nové perspektivy, jsou skvělým místem pro studenty atd. A také tu je velký potenciál k pozitivnímu využití sociálních sítí jako efektivního nástroje krizové komunikace. Zvládnout krizovou komunikaci ale není jednoduché. To se ukázalo například v době epidemie virové nemoci covid-19.

4 Vlastní práce

4.1 Pravidla ke zveřejnění obsahu u vybraných sociálních sítí

V rámci čtenářské gramotnosti se neučíme pouze dekodovat slova, ale podstatou je, abychom co nejlépe porozuměli danému textu a hlavně jej dokázali správně zhodnotit. Zatímco ale u knih většinou předem víme, o jaký žánr se bude jednat a tak k danému obsahu také přistupujeme, sociální sítě nám přinášejí nové styly a většina textů je žánrově nezačlenitelná. Tato kapitola se zaměřuje na pravidla několika nejpoužívanějších sociálních sítí týkající se obsahu, který jejich uživatelé zveřejňují.

Facebook

Jednou ze zásad komunity, které uvádějí, co je a není na Facebooku dovoleno a které platí všude na světě a pro všechny uživatele Facebooku, je i postoj společnosti k dezinformacím. Vzhledem k tomu, jak společnost uvádí, že se svět neustále mění a co platí dnes nemusí být zítra pravda, nelze sestavit ucelený seznam toho, co je zakázané. Jedná se tak pouze o přístup k různým kategoriím dezinformací. Při kategorizaci je potom kladen důraz na spolupráci s nezávislými experty, jako jsou například organizace na ochranu lidských práv, které působí v dané zemi, nebo zdravotnické organizace během globální pandemie COVID-19 (Meta, 2023a).

Veřejný informační prostor je řízen algoritmy a algoritmus lze popsat jako počítačový kód, který slouží k tomu, aby nám třídil a dodával informace, o kterých si jejich tvůrci myslí, že nás „nejvíce zajímají“. Algoritmus Facebooku se snaží opatřit co nejvíc behaviorálních dat, na základě kterých uživatelé získají „obsah šitý na míru“. Cílem je, aby uživatelé strávili na službě co nejvíce času a potenciálně klikli na nabízenou reklamu, což pro sociální sítě znamená byznysový zisk. Do celého systému je zároveň zapojen tým programátorů, kteří jej neustále vylepšují a maximalizují „zapojení uživatele“. Účelem algoritmu je zajistit co nejdelší pozornost uživatelů, kteří tak dostávají jen to, co se jim „líbí“ = co v nich vyvolá emoci, ať už pozitivní nebo negativní, která ale hlavně zajistí „reakci“, například přeposlání obsahu nebo napsání komentáře. (Holý, 2022)

YouTube

YouTube je bezplatná služba pro sdílení videí. Uživatelé zde mohou vyhledávat, sledovat, lajkovat, komentovat a sdílet například hudební videa nebo si vytvořit svůj kanál, kam nahrávají své vlastní příspěvky. YouTube pro založení účtu vyžaduje, aby uživatelům bylo 18 let (nebo 13 let a souhlas rodičů), ale například v Irsku k této platformě nemají vůbec přístup mladí do 16 let. Z důvodu ochrany nezletilých před nevhodným obsahem jsou některá videa na YouTube věkově omezena. Prohlížet si tato videa nemohou jak uživatelé mladší 18 let, tak uživatelé, kteří nejsou přihlášení ke svému účtu. YouTube také může omezit video podle věku, pokud jej pro určitou skupinu považuje za nevhodné. Nutno ale dodat, že na internetu lze najít konkrétní návody, jak tato omezení obejít.

Pokud rodiče ale chtějí mít kontrolu nad online aktivitami svých dětí, nabízí jim YouTube hned několik možností a nástrojů. Pro děti ve věku 3-8 let nabízí YouTube verzi YouTube Kids, pro starší potom YouTube s dohledem. Rodiče tak mohou kontrolovat a blokovat obsah, který jejich děti sledují, povolit nebo vypnout vyhledávání či nastavit dobu používání a prostřednictvím služby historie sledování mají přehled o tom, co jejich dítě sleduje.

Vzhledem k tomu, že uživatelé YouTube mohou komentovat videa ostatních uživatelů, setkávají se zde lidé jak s negativními komentáři, tak se šikanou. V případě negativních komentářů je možné v nastavení zakázat komentáře na svém kanálu a v případě obtěžování je možné uživatele zablokovat a nahlásit.

Pravidla pro komunitu YouTube (2023) uvádějí, že určité typy zavádějícího nebo klamavého obsahu, které mohou způsobit škody v reálném životě, jsou na platformě zakázány. Patří sem například propagace léčby nebo zasahování do voleb. Zároveň nejsou povoleny projevy nenávisti či obsah, který propaguje nebezpečné chování nebo zasahuje do demokratických procesů.

Milmo (2022) ve svém článku uvedl, že YouTube je hlavním zprostředkovatelem online dezinformací po celém světě a současná opatření, která YouTube přijal k jejich potlačení, jsou nedostatečná. Na druhou stranu v současné době probíhá na YouTube v části „Pravidla a zásady“ krátká online anketa, v rámci které uživatelé odpovídají

na otázky týkající se například jejich názoru na ochranu před škodlivým obsahem nebo zdali v sekci pravidla pro uživatele našli požadované informace.

WhatsApp

WhatsApp je nejpoužívanější aplikací pro zasílání zpráv. Jedná se o alternativu k SMS zprávám, ale platforma podporuje i hlasové hovory a videohovory. Odesílat a přijímat lze nejenom textové zprávy, ale i fotky, videa nebo dokumenty. Skupinový chat je až pro 256 účastníků a lze zde vytvořit vlastní komunikační prostor pro komunity, jako například městské čtvrti nebo školy. Služby jsou zdarma, ale vyžadují internetové připojení. Nevýhodou zatím zůstává, že se uživatelé nemohou přihlásit na více telefonech pomocí stejného účtu.

I když aplikace avizuje, že zprávy i hovory jsou zabezpečeny koncovým šifrováním pomocí klíčů, v roce 2017 bylo prokázáno, že server umí tyto klíče vyměnit a odposlechnout komunikaci, aniž by o tom uživatelé věděli (Krčmář, 2017). Odesílatel se o této výměně může dozvědět v nastavení, pokud má tedy zapnuté potřebné funkce. Společnost Open Whisper Systems, která WhatsApp poskytuje end-to-end šifrování, na tento problém zareagovala tím, že je vše v pořádku, neboť takto funguje většina šifrovacích systémů (Krčmář, 2017). Podstatu problému, tedy že komunikace v aplikaci není vlastně dostatečně zabezpečena, ale neřeší.

Instagram

Se dvěma miliardami registrovaných účtů se jedná o jednu z nejpoblárnějších platforem zaměřenou především na sdílení obrázků a videí. Mezi uživateli jsou jak podniky, tak celebrity či influenceři. I zde je v rámci zásad komunity popsáno co je a není na Instagramu povoleno. Důraz je kladen především na ochranu svobody projevu a zajištění bezpečí všech uživatelů.

V rámci zásad komunity (Meta, 2023b) je také popsáno, jak probíhá posouzení nahlášeného nezákonného obsahu v souladu s německým zákonem (podrobněji popsán v kapitole 4.2) na zlepšení vymahatelnosti práva v sociálních sítích, tzv. Netzwerkdurchsetzungsgesetz (dále jen „NetzDG“). Vyhodnocení tohoto obsahu probíhá ve dvou krocích. Nejprve je obsah posouzen z pohledu zásad komunity a pokud tyto zásady porušuje, je z platformy celosvětově odebrán. Pokud nahlášený obsah zásady neporušuje, je následně posuzován dle ustanovení zákona NetzDG.

V případě porušení tohoto zákona je daný obsah v Německu zablokován. Stejně se postupuje i v případě porušení rakouského zákona o komunikačních platformách.

Ve srovnání například s X je používání Instagramu poměrně snadné. V závislosti na nastavení uvidí každý uživatel po otevření poslední nahraná videa či obsah, o kterých si platforma myslí, že by ho mohly zajímat, a zároveň upozorní na nedávné příspěvky lidí, které sleduje. Sledování ostatních je velmi jednoduché a pokud s tím sledovaný souhlasí, není k tomu zapotřebí ani žádné žádosti. Pro zatraktivnění příspěvku či příběhu lze použít řada filtrů nebo animace. A právě vynikající vizuální zážitek je to, nač Instagram klade důraz. Co se reklam týká, tak oproti jiným aplikacím jsou reklamy na této platformě nejméně rušivé, neboť se zobrazují až poté, co zhlédnete všechny příběhy konkrétního profilu.

TikTok

TikTok je kreativní a trendově řízená mobilní aplikace pro vytváření, sdílení a sledování krátkých videí. Zpočátku se jednalo pouze o patnáctisekundová, později minutová a v poslední době tříminutová videa. V současné době mohou uživatelé přidávat videa až o délce deseti minut. Pro jedince i firmy je TikTok skvělou příležitostí, jak kreativním způsobem propagovat svoji práci, produkty či nápady. Verze pro stolní počítače na [tiktok.com](https://www.tiktok.com) obsahuje většinu funkcí a vzhledem k větší obrazovce jich lze vidět více najednou. Vlastníkem populární aplikace je čínská společnost Bytedance, která je považována za jeden z nejhodnotnějších startupů světa.

Jedním z pokynů pro komunitu je zákaz dezinformací. Na základě tohoto pokynu budou dezinformace, které výrazně poškodí jedince, komunitu nebo širší veřejnost, odstraněny. Výraznými škodami TikTok především myslí fyzické zranění, onemocnění nebo smrt, psychické trauma, rozsáhlé škody na majetku a podkopávání důvěry veřejnosti v občanské instituce a procesy (TikTok, 2022).

V současné době ale existují důvody k obavám, že se aplikace stala významným zdrojem politických a společenských dezinformací. Politická videa jsou na TikToku stále oblíbenější, většinou se ale jedná o neškodné příspěvky, i když sem tam se objeví i takové, které obsahují mylné informace. Podle Hsu (2022) se TikTok významně

podílel na letošních prezidentských volbách na Filipínách, které vyhrál syn někdejšího diktátora Ferdinand Marcos mladší, neboť jím sdílená videa na TikToku zkreslovala informace o vládě jeho otce. Zároveň je ale třeba si uvědomit, že TikTok je sociální síť, na které se sdílejí pouze videa, a obsah tohoto formátu nelze efektivně zkontrolovat, neboť neobsahuje žádný text, jako je tomu třeba u videí na Facebooku nebo Youtube.

Facebook Messenger

Messenger lze používat ve spojení s Facebookem na vašem počítači nebo prostřednictvím mobilní aplikace. Stejně jako na Facebooku umožňuje Messenger reagovat na zprávy na webu i v aplikaci. Pokud je Messenger používán v kombinaci s účtem na Facebooku, zobrazí se v něm i jakákoli soukromá zpráva z Facebooku. Texty zpráv je možné smazat nebo archivovat.

Messenger je aplikace pro individuální i skupinové zasílání textových zpráv, ale umí také odesílat obrázky a videa. Pomocí některých funkcí lze například zjistit, kdy daná osoba píše, kdy zprávu odeslala, kdy obdržela zprávu nebo kdy ji přečetla.

Kromě sledování videí s přáteli, videochaty či zasílání bezplatných zpráv, využívá Messenger i řada firem k výhodným nabídkám, provádění rezervací nebo k nabídce rychlé zákaznické podpory. Velkou výhodou je i to, že odpověď lze zajistit, byť třeba jen automatickou, napříč časovými pásmy, což šetří čas i peníze.

Není výjimkou, že i zde uživatelé čelí kybernetickým hrozbám. Mezi nejznámější a také nejčastější patří phishing. Jedná se o zasílání podvodných e-mailů či zpráv se záměrem získat od uživatele citlivá data, jako jsou například hesla nebo přístupové údaje k internetovému bankovníctví. Tyto e-maily a zprávy většinou vypadají, že jsou od přítele nebo známé firmy. Phishingových útoků neustále přibývá a jsou více a více promyšlenější. Mezi hlavní zásady ochrany proti těmto útokům je především být ostražitý při poskytování osobních údajů, nepřijímat soubory od neznámých lidí, neotevírat linky na webové stránky a podezřelé zprávy od známých lidí prověřit.

Pinterest

Jedná se o online nástěnku plnou nápadů v podobě obrázků, videí nebo konkrétních produktů. Každý uživatel si může vytvořit svoji vlastní nástěnku podle témat a obrázkům, které si zde připíchne, se říká piny. Díky miliardám pinů si zde přijde na své opravdu každý. Od receptů, citátů a módy až například k tipům, jak si vyrobit nábytek z palet. K nápadům lze přidat komentář nebo je sdílet s přáteli.

I na Pinterestu jsou stanovena pravidla komunity. V případě, že uživatel najde obsah, který by na Pinterestu neměl být, nahlásí to správci, který rozhodne, zdali bude pouze smazán příspěvek nebo například omezen či zablokován účet jeho autora. V pravidlech je také uvedeno, že Pinterest není místem například pro pornografii, nenávislné aktivity, zneužívání lidí/zvířat či pro praktiky a produkty, které mohou být škodlivé nebo klamné. Jedno z pravidel je také zaměřeno na zavádějící obsah, dezinformace a nesprávné informace. Příspěvky tohoto typu jsou odstraněny nebo je omezeno jejich šíření. Také pro dezinformace týkající se občanské účasti, jako je například falešná či zavádějící informace o tom, kdo může volit, není na Pinterestu místo (Pinterest, 2022).

X – dříve Twitter

Jedná se o online mikrobloginovací službu, která šíří krátké zprávy o maximální délce 280 znaků, nazývané tweety. Uživatel zadá tweet a odešle jej na server X, který jej předá dalším uživatelům/sledujícím, kteří se zaregistrovali k přijímání zpráv odesílatele. Sledování konkrétních témat si uživatelé volí kliknutím na „#“ hashtagy, které se právě k označování článků, dokumentů, fotografií či klíčových slov využívají.

Služba vznikla v roce 2006 a ze začátku se jednalo o bezplatné zasílání zpráv s prvky sociální sítě, která neměla žádný příjem z bannerové reklamy nebo členských příspěvků. Od roku 2010 začaly postupně přicházet příjmy z reklam a o 7 let později s počtem 330 milionů uživatelů měsíčně se stal Twitter konečně ziskovým (Britannica, 2022c). Významným lákadlem služby také zůstalo sledování celebrit. V roce 2009 se herec Ashton Kutcher stal vítězem závodu se CNN a byl tak prvním, kdo měl na Twitteru více než milion sledujících.

Pro srovnání, podle Statista (2023c) měl v lednu 2023 nejvíce sledujících bývalý prezident Spojených států amerických Barack Obama. Jeho twitterový účet v uvedené době sledovalo 133,54 milionů lidí. Na druhém místě se 127,13 miliony sledujících skončil účet Elona Muska a následován byl účtem Justina Biebera, kterého sledovalo 113,81 milionů „followerů“.

I když v politickém prostředí byl Twitter využíván především ke kontroverzním tvrzením, tedy tvrzením vyvolávajících především emoce, v protikladu k tomu je ale také velkým pomocníkem k popularizaci vědy nebo k rozšíření uměleckých obzorů, což jistě patří k těm pozitivním důvodům, proč tuto síť využívat. Od 28. října 2022 se Elon Musk stává vlastníkem a generálním ředitelem Twitter Inc. a jedním z jeho cílů je například veřejně zpřístupnit algoritmy, které určují, jak je obsah na platformě prezentován jejím uživatelům (Danga a Roumeliotis, 2022). I když od té doby nový vlastník udělal několik změn a kontroverzních rozhodnutí, jeho vize o budoucnosti této sociální sítě není z pohledu veřejnosti úplně jasná.

Reddit

Reddit není jako předešlé zmiňované sociální sítě. V případě jakéhokoli porušení pravidel nejenom, že je příspěvek smazán, ale také za něj může jeho autor dostat i ban (= zablokování přístupu). Ke spamům je Reddit velmi přísný a i když není graficky atraktivní jako ostatní sociální sítě, liší se právě svým obsahem a pravidly. Jedná se spíše o diskuzní fórum s přísnými pravidly. Každý uživatel má zároveň svoji digitální „karmu“ (v originále uvedenou jako „Reddit Karma“) a stejně jako v buddhismu se jedná o zákon příčiny a následku. Za relevantní a užitečný obsah získává uživatel od ostatních uživatelů plusové body, v případě spamů potom mínusy. Toto osobní hodnocení, které nelze skrýt, potom slouží ostatním členům jako nápodoba, zdali mohou slovům daného uživatele věřit (Reddit, 2022a).

Po založení účtu se může každý uživatel přihlásit k odběru konkrétních subredditů, které začínají na „r/“, například subreddit pro téměř vše, co se týká her (ať už videoher nebo deskových či karetních her) je r/gaming. Jedním z pravidel této komunity je například to, že příspěvky musí přímo souviset s daným tématem (tedy hraním). Pokud tedy příspěvek jenom připomíná hru (nebo jen obrázek souvisí s hraním, ale

text už ne), je příspěvek nekompromisně smazán. Zároveň se netolerují jakékoliv příspěvky o pirátství, obchodní podmínky či soutěže, a musí být uveden odkaz na původní zdroj obsahu, pokud uživatel není jeho autorem (Reddit, 2022b). Kromě odběru může uživatel zároveň odesílat příspěvky (buď vlastní, nebo z webového obsahu). Příspěvky mohou mít podobu odkazu, obrázku, textu nebo videa.

Doposud nebyla tato sociální síť využívána k reklamním účelům. To se má ale změnit. Jak portál MediaGuru (2022) informuje skupina Aleph oznámila globální partnerství se společností Reddit a díky této spolupráci budou moci i prodejci z České republiky využít globální reklamní možnosti této platformy. Součástí skupiny Aleph je i český Httpool, který na českém trhu zajišťuje prodej reklamy pro TikTok, Snapchat, LinkedIn, Spotify nebo X. Například ve zmíněné komunitě r/gaming je téměř 34,4 milionů uživatelů a představují tak pro inzerenty velmi zajímavou skupinu (Reddit, 2022c).

I když každá platforma má vlastní pravidla komunity, obecně lze konstatovat, že důraz je kladen na práva k duševnímu vlastnictví, používání a zabezpečení dat či zásady ochrany osobních údajů. Používáním dané aplikace vyjadřuje uživatel svůj souhlas s těmito zásadami a smluvními podmínkami, které se týkají obecně toho, že posláním služby je především přiblížit své uživatele k lidem a věcem, které mají rádi. Kolik uživatelů tato pravidla četlo není podstatné. Mladším generacím, které už vyrůstaly na internetu, vlastně ani personalizovaný obsah nevádí. Ale kde je hranice, kdy už to začíná být problém? Nejde o reklamy nebo falešné zprávy jako takové, ale obsah s následky. Mezi základní zásady by tak mělo především patřit například nepřijímat „přátelství“ od neznámých lidí, zabezpečit svůj profil (přihlášení 2FA), omezit dostupnost profilu „pouze pro přátele“ či podezřelou komunikaci od známých lidí prověřit dotazem jiným kanálem (telefon, e-mail). O takovýchto doporučeních se ale většinou v pravidlech nedočteme. A postih za porušení pravidel či zákonů? Po prověření obsahu, který může být mezitím přečten a sdílen několik dní, je přístup k danému obsahu smazán, maximálně je zrušen účet, což ale nemění nic na tom, že si autor nebezpečného obsahu může založit nový.

4.2 Regulace vlivu médií

Kromě zákonů, jako je například v České republice zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, působí na regulaci vlivu médií autoregulační a regulační orgány.

Směrnice o audiovizuálních mediálních službách Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1808 ze dne 14. listopadu 2018 (dále jen „Směrnice“), kterou se s ohledem na měnící se situaci na trhu mění směrnice 2010/13/EU, upravuje celounijní koordinaci vnitrostátních právních předpisů týkajících se všech audiovizuálních médií, a to jak pro tradiční televizní vysílání a služby na vyžádání, tak i pro platformy pro sdílení videonahrávek (Evropská komise, 2022). Směrnice se, kromě zavedení dalších požadavků na nezávislost vnitrostátních regulačních orgánů pro média, zabývá také podporou vysílání evropské tvorby, regulací vysílání obchodních sdělení, garancí práv osob, jejichž práva byla poškozena uvedením nepravdivých skutečností skrze právo na uveřejnění odpovědi nebo na obdobný prostředek nápravy. Zároveň klade důraz na zachování kulturní rozmanitosti v audiovizuálních médiích nebo poskytuje pravidla, která by formulovala technologický vývoj (Krausová, Nováková a Syllová, 2019).

I když Směrnice nabyla účinnosti už 18. 12. 2018, v České republice byla směrnice zapracována do zákona č. 242/2022 Sb., zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek), který nabyl účinnosti až 15. 9. 2022. Tedy poté, kdy se Evropská komise rozhodla u Soudního dvoru žádat uložení finanční sankce členským státům, které nezpracovaly Směrnici do svého právního řádu do 19. září 2020 (Evropská komise, 2022). Kromě České republiky se dále jednalo o Irsko, Rumunsko, Slovensko a Španělsko. Zároveň je ale také nutné podotknout, že zákon se vztahuje pouze na společnosti sídlící v České republice. To znamená, že v České republice se tento zákon například nevztahuje na obsah na platformách, jako jsou YouTube nebo Instagram.

Někdy psaní zákonů může být snazší než jejich prosazování, a přestože má Evropská unie pověst nejprísrnějšího světového regulátora technologického průmyslu, její kroky se někdy mohou zdát tvrdší na papíře než v praxi.

Na začátku července 2022 byly schváleny Evropským parlamentem, poté Radou EU a následně vyhlášeny v Úředním věstníku EU akt o digitálních trzích a akt o digitálních službách, které by mohly zcela změnit digitální prostředí. Akt o digitálních trzích vstoupil v platnost 1. 11. 2022, plně využívat se ale začne až od 2. 5. 2023. Akt o digitálních službách vstoupil v platnost 16. 11. 2022. Nyní by jednotlivé státy měly do patnácti měsíců od schválení nebo do listopadu 2024 (podle toho, co nastane později) implementovat tato nařízení do svých právních řádů a stanovit v daném státě orgán, který se stane Koordinátorem digitálních služeb vykonávajícím dohled nad trhem s digitálními službami (MPO, 2022). Akt o digitálních trzích by měl především vytvořit spravedlivější hospodářskou soutěž pro digitální podniky, zintenzivnit inovace a poskytnout ochranu spotřebitele. Cílem aktu o digitálních službách je vytvořit bezpečnější online prostředí, stanovit jasné povinnosti platform a řešit aktuální digitální výzvy, jako jsou transparentní hlášení údajů a dohled nebo například nelegální produkty, nenávistné verbální projevy a dezinformace (Rada EU a Evropská rada 2022a a 2022b). Jak se v tiskové zprávě Evropského parlamentu (2022) uvádí, pravidla vyplývající z aktu o digitálních službách by měla zajistit, že co je nezákonné offline bude nezákonné také online. Občané by například měli mít lepší kontrolu nad tím, jak jejich data využívají online platformy a velké společnosti.

Tento krok Evropské unie se ale může zdát trochu opožděný, neboť například už od 1. 10. 2017 platí v Německu zákon na zlepšení vymahatelnosti práva v sociálních sítích, tzv. Netzwerkdurchsetzungsgesetz (dále jen „NetzDG“). Nejprve NetzDG (2020) v § 1 ods. 1 upřesňuje, že tento zákon se vztahuje pouze na poskytovatele telemediálních služeb, kteří za účelem dosažení zisku provozují platformy na internetu, které jsou určeny uživatelům ke sdílení jakéhokoli obsahu s jinými uživateli nebo k jeho zpřístupnění veřejnosti (sociální sítě). Za sociální sítě ve smyslu tohoto zákona se nepovažují platformy s publicisticky a redakčně koncipovanými nabídkami, za které odpovídá poskytovatel služby. Podle § 1 ods. 2 (NetzDG, 2020) je poskytovatel sociální sítě zproštěn povinností, má-li sociální síť v Německu méně než dva miliony registrovaných uživatelů.

V § 3a je v odst. 2 například uvedeno, že poskytovatel sociální sítě je povinen předat obsah Spolkovému kriminální úřadu (Německo) jako ústřednímu orgánu za účelem umožnění stíhání trestných činů. Jedná se o obsah, který byl nahlášen poskytovateli

ve stížnosti na nezákonný obsah, nebo který poskytovatel odstranil nebo ke kterému zablokoval přístup.

Dle NetzDG (2020) poskytovatelé sociálních sítí, kteří v kalendářním roce obdrží více než 100 stížností na nelegální obsah, jsou povinni vytvořit každých šest měsíců zprávu, která je v německém jazyce a informuje o tom, jak byly stížnosti vyřizovány. Zpráva je zveřejněna jak ve Spolkovém věstníku, tak na platformách, kterých se nelegální obsah týkal. Podmínkou je, aby zpráva byla snadno rozpoznatelná, přímo přístupná a trvale dostupná.

Uvedeným německým zákonem se inspirovala Francie. V květnu 2020 byl ve Francii schválen „zákon Avia“, který měl zajistit odstranění nenávistného a pornografického obsahu z jakékoliv platformy, a to do 24 hodin (EDRi, 2020). Za nedodržení tohoto zákona hrozilo platformám obvinění z trestného činu. O měsíc později Conseil Constitutionnel prohlásil zákon za protiústavní, a to především z důvodu omezení svobody slova. Nakonec byla kritická ustanovení zákona zrušena a nový zákon je platný od 1. 7. 2020.

Od 1. 4. 2021 vešel v Rakousku v platnost „Bundesgesetz über Maßnahmen zum Schutz der Nutzer auf Kommunikationsplattformen (Kommunikationsplattformen-Gesetz – KoPl-G)“. Zákon o komunikačních platformách (dále jen „KoPl-G“) nařizuje online platformám jako Facebook, Instagram nebo Twitter nabízet jednodušší možnosti pro odstranění nelegálního obsahu. Například pokud je evidentní, že příspěvky obsahují projevy nenávisti, pomluvy, nebezpečné hrozby nebo zobrazují šikanu, musí provozovatelé platformy daný obsah do 24 hodin odstranit. Pokud je nutné podrobnější prozkoumání obsahu, je možné dobu potřebnou k odstranění nevhodného obsahu prodloužit na 72 hodin, na sedm dnů a v odůvodněných případech i na delší dobu (NetzDG, 2020).

Jak je z německého, francouzského i rakouského zákona patrné, v určitém směru může každá země přistoupit k „nežádoucímu“ obsahu v online prostředí individuálně a výsledný postoj či zákon nemusí být v souladu s názorem ostatních zemí. Určitě v tom svoji roli hraje i historie a fakt, že demokracie byla několikrát zneužita právě k jejímu zničení. Problémem je také stanovení hranice mezi základním právem na svobodu projevu, posouzením zneužití této svobody a přístup k mechanismům nápravy. Na druhou stranu bychom ale měli být jednotní v tom, že pokud je

demokracie ohrožena, je potřeba ji bránit i za cenu určitých omezení, ovšem stále v souladu s demokratickými hodnotami.

Jak ukazuje obrázek 4, zákonem NetzDG se inspirovalo 25 zemí. Podle Mchangama (in Justitia, 2020) ale není problém, aby si některé méně demokratické státy tento koncept pozměnily. Zákon totiž mimo jiné obsahuje i ustanovení, která chrání svobodu slova. Tato ustanovení ale ne všechny státy ve stejné míře přijaly. Například Turecko je důkazem toho, jak může být dobrá myšlenka zneužita. Protože i když je Turecko jednou ze zemí s největším počtem novinářů ve vězení, cituje německý zákon jako inspiraci v rámci svého nového zákona, který má více regulovat působení sociálních sítí v zemi.

Obrázek 4 Země, které buď projednaly, nebo již uzákonily legislativu inspirovanou německým zákonem NetzDG.



Zdroj: Justitia (2020)

Zajímavou myšlenkou je určitě názor Holého (2022), který navrhuje regulace algoritmů, a to takovým způsobem, jakým jsme schopni regulovat programové schéma média veřejné služby. Tedy skrz radu (u médií veřejné služby je to Rada pro rozhlasové a televizní vysílání), volbu ředitele, nezávislost či etické kodexy

novinářů a redaktorů. V současné době ale nelze říci, zda by vůbec bylo možné otisknout podobné hodnoty do algoritmu.

Podle Donath (in CNN, 2016) je velmi snadné nechat se oklamat některými technologiemi, jako jsou anonymní chaty nebo falešné profily, ale zároveň je důležité zamyslet se nad druhým protipólem, který slibuje prostřednictvím všudypřítomného a skrytého sledování dat jejich odstranění. Jak dále pokračuje, při rozhodování, zda chceme přijmout nebo odmítnout tyto technologie, je nezbytné, abychom porozuměli „ekonomice poctivosti“. Právě poctivost i podvod hrají významnou roli při pomoci jednotlivcům a společnostem vzkvétat nebo selhat. Zde je ale nutno podotknout, že i poctivost v podnikání se rovná pravdě, a i když ani zde nelze lhát, jinak je tomu s polopravdou nebo neúplnou pravdou, bez nichž by se podnikání neobešlo, neboť sdělení plné pravdy není většinou žádoucí a někdy ani možné. Nicméně i zde by ale mělo platit, že jestliže zákazník položí přímou otázku, měl by na ni dostat pravdivou odpověď (Pechačová a Natovová, 2009).

Pokrok nelze zastavit a nelze jej ani odmítat, neboť tím by došlo k popírání samotného života, a to platí i pro technologie. Samozřejmě, že i zde se střetávají názory zastánců a odpůrců, ale vývoj technologií nelze označit jako něco, co je dobré nebo špatné. Na druhou stranu tak můžeme ale hodnotit jejich využití společností. V dnešní době jsou média a specifický typ sociální komunikace podmínkou ekonomického úspěchu napříč různými odvětvími. A právě proto, že jsou média významnou součástí moderního života, měli bychom je využívat funkčně a s rozvahou. Jak už v roce 1676 Christian Weise (in Burtona a Jiráka, 2001) napsal, při výběru zpráv bychom měli věnovat pozornost především tomu, co je podstatné a pravé. *„Není přehnané tvrzení, že budoucnost lidské společnosti a stabilita jejího vnitřního života do značné míry závisejí na udržení rovnováhy mezi silou komunikačních technik a schopností jednotlivce na ně reagovat“* (papež Pius XII. 17. února 1950 in McLuhan, 1991).

4.3 Příklady využití sociálních sítí v ekonomické oblasti

V dubnu 2022 Twitter oznámil, že jej koupí americký podnikatel Elon Musk. Ten ale už v červenci téhož roku sdělil, že odstupuje od dohody a Twitter nechce. Jedním

z důvodů bylo podle něj i to, že Twitter nedokáže kontrolovat miliony podvodných účtů a vlastně se o to ani zásadně nesnaží. V srpnu 2022 ale Elon Musk uvedl, že pokud společnost Twitter prokáže pravost účtů, měla by se dohoda uskutečnit za původních podmínek (ČTK, 2022). Po měsících sporů (kdy tehdejší vedení společnosti zastupovala jedna z nejlepších právnických firem na světě Wachtell, Lipton, Rosen & Katz) Elon Musk nakonec koupil internetovou společnost za 44 miliard dolarů.

Na celém případu je pro tuto práci podstatný především fakt, že sice bývalé vedení Twitteru vyhrálo, ale otázka ohledně podvodných účtů zůstala nevyřešena.

V roce 2019 společnost Facebook (přejmenovaná v roce 2021 na Meta) oslovila společnost Copenhagen Economics, aby prozkoumala, jaký vliv mají její aplikace a technologie (zahrnující Instagram, Messenger a WhatsApp) na obchodní aktivity podniků v EU. Zpráva „EMPOWERING THE EUROPEAN BUSINESS ECOSYSTEM – AN IMPACT STUDY OF BUSINESSES USING FACEBOOK APPS AND TECHNOLOGIES“ (dále jen „Zpráva“) ukazuje, že aplikace a technologie Facebooku měly v roce 2018 u zúčastněných podniků významný podíl především na tržbách, pracovních místech a exportu.

Zpráva (Næss-Schmidt, 2020, s. 19) také uvádí, že v době výzkumu využívalo technologie a aplikace Facebooku více než 140 milionů podniků po celém světě. Tabulka č. 1 ukazuje jejich nejčastější využití. Pokud jde o obchodní využití technologií a aplikací Facebooku v rámci studie, výzkumný tým neměl v jejím průběhu přístup k žádným interním informacím společnosti Facebook.

Tabulka č. 1: Využití aplikací Facebooku v rámci obchodních aktivit.

	Facebook	Instagram	Messenger	WhatsApp
Placená reklama	✓	✓	✓	
Informace o firmě	✓	✓		
Analýza zákazníků a reklam	✓	✓	✓	
Komunikace se zákazníky	✓	✓	✓	✓
Hledání nových zákazníků	✓	✓		
Neplacený marketing	✓	✓	✓	✓
Prezentace produktů	✓	✓	(✓)	✓
Přijímání nových zaměstnanců	✓	✓	✓	✓

Zdroj: Næss-Schmidt (2020, s. 19)

Průzkumu se zúčastnilo 7 727 podniků z 15 zemí Evropské unie (Belgie, České republiky, Francie, Německo, Řecko, Maďarsko, Irsko, Itálie, Nizozemsko, Polsko, Portugalsko, Rumunsko, Španělsko, Švédsko a Spojeného království) a přibližně 500 zaměstnanců z každé uvedené země. V roce 2018, podle údajů Eurostatu, činily sledované země 92 % celkové hrubé přidané hodnoty EU. Díky využití digitálních nástrojů a sociálních médií byly u 69 % malých a středních podniků výrazně sníženy náklady na marketing.

Mezi zmíněné podniky patří jak malé a střední podniky, tak velké mezinárodní společnosti. Podle Zprávy (Næss-Schmidt, 2020, s. 20) mohou uvedené aplikace sehrát podstatnou roli ve všech fázích podnikání, a to od startupů až po velké korporace. Dotazované podniky také potvrdily, že používání technologií a aplikací Facebooku je pro ně velmi užitečné při vytváření a zvyšování vývozu do zemí uvnitř i vně Evropské unie.

Vytvoření jednotného digitálního trhu bylo v uvedené době jednou z deseti klíčových priorit Evropské unie. Jean-Claude Juncker, lucemburský politik, právník a v letech 2014–2019 předseda Evropské komise, projevil v oblasti digitalizace velké ambice. Právě v období 2014–2019 Evropská komise společně s Evropským parlamentem a Radou Evropské unie provedla řadu opatření a podařilo se jí tak realizovat 28 z 30

legislativních iniciativ v rámci snahy o vytvoření digitální Evropy. Jednotný digitální trh se skládal ze tří politických pilířů (Næss-Schmidt, 2020, s. 62):

- Zlepšení přístupu spotřebitelů a podniků ke zboží a službám on-line v celé Evropě.
- Vytvoření vhodného prostředí, v němž se mohou rozvíjet digitální sítě a služby.
- Maximalizace potenciálu evropské digitální ekonomiky prostřednictvím zlepšení digitálních dovedností.

Je ale nutné doplnit, že i když je přístup k internetu lepší a rychlejší, tvorba jednotného digitálního trhu je také závislá na digitální gramotnosti. Zlepšení digitálních dovedností je, mimochodem, jednou z hlavních priorit Ursuly von der Leyenové, nynější předsedkyně Evropské komise.

Sociální sítě nejsou ale prostředníky k dosažení zisku jenom pro uživatele, na druhou stranu i ony samy dosahují rok od roku vyšší hodnoty. V roce 2021 byl Mark Zuckerberg na 7. místě v žebříčku nejbohatších lidí světa.

Bitcoin a Elon Musk

Satoshi Nakamoto je jméno nebo pseudonym osoby nebo skupiny, která v roce 2009 navrhla a vytvořila protokol pro Bitcoin. Jedná se o neznámou identitu, která má účet na fóru, kde se lidé zabývali digitálními penězi. Nikdo dodnes neví, o koho jde. I když tento „člověk“ zmizel ze světa, tak na jeho účtu je stále milion bitcoinů.

12. 5. 2021 napsal Elon Musk na svém tweetu, že Tesla při nákupu přestane akceptovat kryptoměnu bitcoin jako platební měnu. V dubnu 2021 dosáhla hodnota bitcoinu svého maxima (64 829 USD), po tweetu Elona Muska během několika hodin klesla jeho hodnota o více než 50 % (Browne a Kharpal, 2021). Tento jediný tweet neovlivnil jenom kurz bitcoinu, ale zároveň způsobil, že z celého trhu s kryptoměnami bylo vymazáno více než 365,85 miliard dolarů, a to za pouhých 24 hodin. Obrázek 5 ukazuje cenový graf bitcoinu ve vztahu k Elonovým tweetům v období od května do června 2021. S vývojem kurzu si Elon Musk hraje dál. Například v prosinci 2021 vzrostla hodnota kryptoměny dogecoin o téměř 33 % poté, co generální ředitel Tesly řekl, že přijme dogecoin jako platbu za své zboží (Malwa, 2021). V dnešním digitálním světě je to neuvěřitelná moc jedince.

Od samého počátku přitahují kryptoměny pozornost regulátorů po celém světě. Pokusy o regulaci ale doposud neměly na vývoj kurzu takový vliv, jako například Elon Musk nebo šíření poplašných zpráv, které i když mají reálný základ, tak za pomoci nepravdivých faktů dokážou pravdu pokroutit a změnit natolik, až zcela přestane existovat. Mnozí uživatelé potom pracují pouze s mylnými nebo neověřenými informacemi a činí tak neobjektivní rozhodnutí, která ale pro ně mohou mít nedozírné následky. Obchodování a investování do kryptoměn není tak jednoduché, jak by se mohlo zdát. Určitě k tomu nebude stačit pouze dobrá aplikace a návod, jak obchodovat s kryptoměnami. Předpovídání cen kryptoměn je náročný úkol a jak je z této kapitoly zřejmé, k rozhodování je zapotřebí věnovat i zvýšenou pozornost aktivitám souvisejících s kryptoměnami na sociálních sítích.

Obrázek 5 Cenový graf bitcoinu ve vztahu k Elonovým tweetům.



Zdroj: Molla (2021)

4.4 Příklady využití sociálních sítí v politické oblasti

Využití sociálních sítí včetně Twitteru v průběhu prezidentských voleb v USA v roce 2008 zajistilo, že budoucí kandidáti zahrnuli využití sociálních sítí do svých

mediálních strategiích. Tweety Donalda J. Trumpa byly vydány v knižní podobě a sám exprezident je považován za mistra v tomto „umění“.

Twitter se stal důležitým pracovním nástrojem mnohých novinářů a svou roli v šíření informací sehrál například i v průběhu íránských prezidentských voleb v červnu 2009 nebo po ničivém zemětřesení na Haiti, kde kromě toho i výrazně pomohl při získání potřebných finančních prostředků.

Nejznámějším případem ovlivňování veřejného mínění byly právě prezidentské volby roku 2016 ve Spojených státech amerických. Dva roky po volbách vyšlo najevo, že firma Cambridge Analytica, která stála za vítězstvím Donalda Trumpa, zneužila data více než 87 milionů uživatelů Facebooku za cílem šíření politické propagandy.

Aby bylo možné lidem posílat personalizované zprávy, jsou k tomu zapotřebí data z jejich online aktivity. Každá interakce je zaznamenána v reálném čase a přiřazena k identitě daného uživatele. Co má rád, čeho se bojí, co ho upoutá, jaké jsou jeho hranice a co je potřeba, aby je překročil. Používání sociálních sítí je zdarma. Ale to, že je tato služba bezplatná neznamená, že za ni neplatíme jinou formou. Data z naší online aktivity nikam nemizí a tyto digitální stopy tvoří průmysl, který každoročně vydělává biliony dolarů. Při rozhodování nás ovlivňuje řada skrytých faktorů a reklamy na sociálních sítích jsou důkazem, že cílení funguje a předpovídá naše chování.

Investigativní novinářka Carole Cadwalladr jako první poukázala na vazby společnosti Cambridge Analytica i na kampaně Brexitu a odchod Velké Británie z EU.

Cambridge Analytica byla ohledně zmíněných kauz vyšetřována a Mark Zuckerberg před americkým Kongresem přiznal, že společnost Facebook dostatečně nechránila data svých uživatelů. Konkrétní chyby ale šéf Facebooku neuvedl. Podle něj byla osobní data uživatelů nejprve shromažďována z vědeckých důvodů a v souladu s pravidly společnosti, ale následně se dostala k třetím osobám.

Společnost Cambridge Analytica se nechvalně proslavila nejenom svým zapojením do amerických voleb v roce 2016 a do kampaně za brexit, ale jak se dále ukázalo, působnost této společnosti v oblasti politického a marketingového poradenství se rozšířila daleko za hranice USA a Spojeného království. Alexander Nix, bývalý generální ředitel společnosti, byl přistižen (nutno dodat, že to bylo v utajení) jak se chlubí „operacemi“ v Nigérii, Lotyšsku, Slovensku a několika karibských zemích, mimo jiné na Trinidadu a Tobagu.

Politická kampaň Do So v roce 2010 v posledně zmíněné zemi byla zaměřena na mládež, kterou vlastně politika nezajímá. Ačkoli na veřejnosti jsou vztahy mezi etniky srdečné, stejně jako mnoho postkoloniálních společností se i Republika Trinidad a Tobago potýká s hlubokými etnickými rozdíly. Mezi obyvatele patří především potomci otroků z Afriky a přistěhovalců z Indie. Kampaň měla za výsledek vítězství strany UNC, které bylo velmi nečekané, neboť podle předvolebních průzkumů měla strana pouze 20% šanci na úspěch. Kampaň Do So byla založena hlavně na tom, aby africké „děti“ nešly k volbám a faktu, že indické děti udělají to, co jim rodiče řeknou. Počet voličů ve věku 18 – 35 let klesl v těchto volbách o 40 %.

Mezi další příklady, kdy byly sociální sítě využity v polické oblasti, je možné uvést například volby v Brazílii. V roce 2018 byl v prezidentských volbách, za pomoci falešných zpráv šířících se prostřednictvím aplikace WhatsApp, zvolen pravicový extremistu Jair Messias Bolsonaro. I když výzkumníci vyzvali WhatsApp, aby navrhl technologické řešení pro zabránění šíření falešných zpráv, došlo zde k závěru, že takové opravy by mohly potenciálně bránit svobodě slova (Nemer, 2018). V neposlední řadě uveďme prezidentské volby na Filipínách v roce 2022, o kterých se též zmiňuje kapitola 5.1.5.

I když by se v dnešní době zdálo, že jsou dezinformace z pohledu minulosti dobře rozpoznatelné, události za poslední roky ukázaly, že je tomu právě naopak. Dnes by bylo sice snadné a rychlé vyvrátit dřívější jednostranná sdělení, ale s těmi už se v současnosti setkáváme jen zřídka. Mnohem častěji je volena forma, kdy okolo faktu, který je pravdivý a skutečně se stal, jsou dovytvářeny lživé informace nebo polopravdy (dezinformace), kterými se autor snaží například čtenáře vmanipulovat do určitého postoje či pocitu. V případech společnosti Cambridge Analytica byla k manipulaci použita data uživatelů sociálních sítí. Steve Bannon, autor Breitbartovy doktríny, věří, že pokud někdo chce zásadně změnit společnost, musí ji nejdříve rozbít. Pokud ji rozbije, může potom tyto kousky přetvořit do své vize nové společnosti.

Abychom ale lépe porozuměli tomu, jak mohou být naše data využívána pro ovlivňování našeho myšlení, bylo by nutné nejprve zjistit, o jaká konkrétní data se jedná a jakým způsobem jsou zpracovávána, s kým jsou sdílena a zdali existuje

legislativa, která by účastníky, alespoň právně, chránila před zneužitím jejich „osobních údajů“. I když většina uvedených příkladů prošla určitými právními procesy, žádný z nich nepřinesl nic konkrétního. Některé případy jsou odloženy, jiné z důvodu chybějících nebo nedostatečných důkazů uzavřeny.

Výsledky procesů ale měly za následek diskuze, jejichž hlavním tématem je právo na data, které by mělo být považováno za základní právo. V této oblasti je zde nutné zmínit několikanásobně oceněného právního zástupce s průkopnickou praxí v popředí datových práv a technologií Ravio Naika a jeho rozsáhlé výzkumy.

V žádném z uvedených procesů nebylo jasně definováno, jaká konkrétní osobní data byla k manipulaci využita. I když společnost Facebook byla několikrát vyzvána, aby tento seznam předložila, ani v jednom případě nebyly tyto údaje předloženy k posouzení. Jak je tedy patrné, vše začíná u manipulace jednotlivce, a proto je důležité, aby si každý popravdě dokázal odpovědět na otázku: „Můžu být manipulován?“ K tomu je ale určitě zapotřebí, aby člověk sám sebe velmi dobře znal. K odpovědi na tuto otázku a na základě této kapitoly je v následujících bodech uvedeno několik obecných pravidel, jak se nenechat manipulovat:

- Zaměřit se na sponzorované příspěvky – například Facebook částečně umožňuje zjistit, jaká naše data vedla k jejich zobrazení.
- Diskutovat s lidmi opačného názoru a dívat se na věci objektivně.
- Ověřovat fakta – nečíst pouze titulky a informace ověřit z několika různých zdrojů.
- Sdílet jen nejnutnější – včetně „like“.
- Vyhledávat anonymně – používat vyhledávače, které nesbírají od uživatelů žádná data.

Pokud bychom si z uvedených událostí měli přeci jenom vzít nějaké ponaučení, tak to, že sociální sítě a technologie mohou mít obrovský vliv a budou ho mít i v dalších letech. Autoritářské vlády používají na sociálních sítích politiku nenávisti a strachu, aby se země obrátila proti sobě. Mají tak obrovský vliv na demokratický politický systém. Platformy, které byly vytvořeny, aby nás spojily, mají i opačný dopad. A občas je těžké tento negativní vliv rozpoznat, protože se to děje v tom samém prostředí, ve kterém si povídáme se svými přáteli a sdílíme své soukromí.

Sociální média ale mohou být i velmi dobrým pomocníkem při zapojení široké veřejnosti do politického dění. Jsou také vynikajícím místem pro komunikaci s voliči či základním nástrojem krizové komunikace. Sociální média hrají jednu z významných rolí v komunikačních strategiích vládních orgánů, politiků a zákonodárců po celém světě. Pokud skutečně dochází ke komunikaci s veřejností, pomáhají platformy vybudovat důvěru na všech úrovních státní správy. Významným příkladem této efektivní komunikace prostřednictvím sociálních sítí je Taiwan.

4.5 Agilita Taiwanu – dobrá praxe

Taiwan (viz obrázek 6) se nachází v západním Pacifiku mezi Japonskem a Filipínami. Celková plocha vlastního Taiwanu a jeho odlehlých ostrovů je asi 36 197 km², což je o něco více než rozloha Moldavska. V březnu 2023 byla celková populace Taiwanu 23,91 milionů (World Population Review, 2023). Předpokládá se, že v roce 2029 by mohla populace Taiwanu překročit hranici 24 milionů lidí. V současné době je na Taiwanu míra růstu populace 0,18 %, což je necelých 43 tisíc lidí. Ženy tvoří 50,5 % taiwanské populace, zatímco muži 49,5 %. Míra porodnosti je zde velmi nízká. Od roku 2030 bude populace pomalu klesat. V roce 2099 by podle odhadů mohl počet obyvatel klesnout na 16,3 milionů.

Na začátku roku 2023 žilo 79,9 % taiwanské populace v městských centrech a 20,1 % ve venkovských oblastech.

Obrázek 6 Mapa Taiwanu.



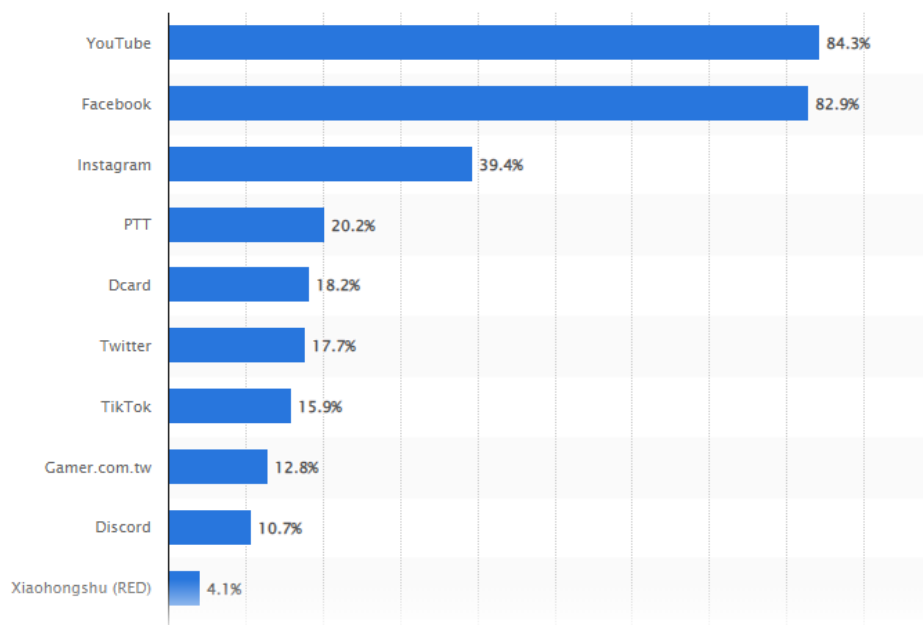
Zdroj: Guide of the world (2023)

Téměř ve všech zemích po celém světě používání sociálních médií stále roste a není tomu jinak ani na Taiwanu. V lednu 2023 zde dosáhl počet uživatelů sociálních médií přibližně 20,2 milionů uživatelů, což představuje téměř 85 % z celkového počtu obyvatel ostrova. Jak je již zmíněno v kapitole 1.4, uvedený počet uživatelů sociálních médií ale může být vyšší než počet uživatelů internetu či překročit údaj o celkové populaci. Tyto rozdíly ale nemusí nutně představovat chybu v datech. Může se jednat o vyšší výskyt duplicitních účtů, ale také se může jednat o to, že oficiální údaje o populaci nemusí zahrnovat migrující pracovníky nebo obyvatele, kteří mají pouze přechodný pobyt.

Nejoblíbenějšími platformami na Taiwanu jsou YouTube, Facebook a Instagram. Jak je na Obrázku č. 7 (Statista, 2023d) vidět, nejpopulárnější sítí na Taiwanu je YouTube. Platformu pro sdílení videí využívá 84,3 % respondentů. Vyrůstající popularita YouTube po celém světě je známkou toho, že video je budoucností obsahového marketingu. A právě k objevování nových značek nebo produktů používá mnoho taiwanských spotřebitelů sociální média. Výsledky průzkumu také ukázaly, že sociální

média by brzy mohla na Taiwanu nahradit televizi jako hlavní zdroj zpráv (Statista, 2023d).

Obrázek 7 Nejpopulárnější sociální sítě na Taiwanu za rok 2022



Zdroj: Statista (2023d)

Dle Statista (2023d) patří mezi pět hlavních důvodů pro používání sociálních médií udržování kontaktu s přáteli a rodinou, vyplnění volného času, sledování toho, co je trendy/o čem se mluví, vyhledávání obsahu a čtení novinek. Kromě celosvětově známých platform jako je YouTube, Facebook a Instagram jsou na Taiwanu populární také domácí platformy jako PTT a Dcard.

Taiwanská ministryně pro digitální záležitosti Audrey Tang se také velmi úspěšně podílela na zvládnutí pandemie covidu-19 právě prostřednictvím sociálních sítí, které využila ke komunikaci s veřejností. Po celou dobu pandemie si ostrov udržel nejnižší počet případů na světě. V uvedeném období Taiwan například vydržel i 200 dní bez případu covid-19 a bez větších restrikcí, a to vše díky šifrování chránícímu soukromí. Celé to bylo založeno na tom, že se lidé dobrovolně podíleli na sběru potřebných dat, jako bylo například sledování kontaktů, protože věděli, že i když naskenují QR kód, jejich telefonní číslo nebo jiné jejich údaje se nikam nedostanou. Občané tak ochotně skenovali QR kódy a "přihlašovali se" v každé restauraci,

obchodu, baru nebo kavárně, aniž by prozradili své osobní údaje (PDIS, 2022). Základem byl výzkum založený na důkazu s nulovou znalostí z oblasti Web 3.0. Tato špičková technologie umožňuje ověření určité informace bez odhalení podkladových dat a poskytuje vysokou úroveň zabezpečení a soukromí.

Předností Taiwanu je především způsob, jakým veřejný sektor využívá sociální kanály ke spojení s občany. Během pandemie covidu-19 také ministr zdravotnictví a sociálních věcí a ministr hospodářství používali sociální média ke komunikaci s veřejností. Ministr hospodářství využil sociální sítě také při projednávání politických rozhodnutí, jako podepsání nové dohody CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership = Komplexní a progresivní dohoda pro transpacifické partnerství) nebo zrušení dovozních omezení u kontroverzních produktů.

Jedná se především o neortodoxní systém. Audrey Tang je nejmladší ministryně v historii země, první ministryně bez portfeje v zemi a vyznavačka "radikální transparentnosti", to znamená, že veškerá její komunikace je k dispozici online. Zavedla nástroje, které umožňují občanům Taiwanu rychle dospět ke konsenzu - nejen v otázkách, o kterých se hlasuje jednou za několik let (volby), ale i v otázkách v reálném čase, jako například: „Jaký QR skener je nejlepší použít pro systém sledování kontaktů?“ Také pomohla prostřednictvím strategie zvané „humor nad fámami“ vyřešit zdánlivě nevyřešitelné dilema mezi právem na ochranu soukromí na straně jedné a strukturálních problémů, jako je například pandemie nebo infodemie (rychlé šíření nadměrného množství ať už pravdivých či zavádějících informací) na straně druhé. V neposlední řadě stojí také za tím, že se na Taiwanu dlouhodobě buduje kognitivní odolnost společnosti.

K dosažení pozitivních výsledků využívá open source a crowdsourcing. Tedy zjednodušeně řečeno softwaru, který je přístupný každému a je velmi vhodným nástrojem ke sběru informací od velkého množství lidí.

Jedná se o velký posun ve vývoji demokracie, neboť například u voleb mají voliči možnost vybrat si pouze jednu ideologii a následně ji přijmout ve velkém. Tang dává možnost, aby se každý mohl zapojit do řešení společenských/politických otázek.

Myšlenka spočívá především v práci s lidmi a ne pro lidi. Podle Tang totiž práce pro lidi znamená, že to víte lépe než lidé, ale s lidmi znamená budovat funkční mechanismy, jako jsou například bezplatná telefonní linka (= pro volajícího je volání zdarma) nebo každodenní tiskové konference. Zkrátka vše, co může nějakým způsobem zajistit, aby se lidé dozvěděli o veškerém dění bez jakéhokoliv velkého hledání a hlavně s možností zapojení. Jedná se o extrémně efektivní komunikaci v reálném čase, která umožňuje, aby se lidé vyjádřili a případně navrhli vlastní řešení. Taková strategie nabízí cestu i v mnoha kontroverzních otázkách, jako je boj proti klimatickým změnám či sociální nerovnosti.

Strategie „humor nad fámami“ či efektivní komunikace v reálném čase by mohly být inspirací například i pro Českou republiku v otázce Ukrajinců v ČR. V boji s dezinformacemi by jistě byly účinnějším prostředkem než informace v podobě reklamy ve vlaku, jak ukazuje obrázek 8.

Obrázek 8 „Reklama na ověřené a skutečné informace“.

**UKRAJINŠTÍ
UPRCHLÍCI POMÁHAJÍ
FIRMÁM**

**V Česku si našlo práci přes 150 000
ukrajinských uprchlíků.**

Obsazují především místa, které byla dlouhodobě neobsazená.
Zaměstnaní ukrajinští uprchlíci přispívají svými odvody do
sociálního a zdravotního systému.

 **Nebát se a nenaletět**

Kolem tématu Ukrajinců v ČR se šíří řada nepravd a dezinformací.
Chcete mít ověřené a skutečné informace? Podívejte se na nenaletet.cz!

*Kolem tématu Ukrajinců v ČR se šíří řada nepravd a dezinformací.
Chcete mít ověřené a skutečné informace? Podívejte se na nenaletet.cz!*

Zdroj: Foto autorka (4. 3. 2023)

V rámci boje s dezinformacemi v České republice je určitě na místě zmínit společnost Semantic Visions, která se od roku 2016 věnuje vyhodnocování textových informací z internetu, a to za pomoci vlastního algoritmu, který dokáže monitorovat 90 % světového online zpravodajského obsahu. Podle šéfa společnosti Františka Vrabely (in Hruška, 2022) se sociální sítě staly hlavním zdrojem zpráv, ale zároveň nespádají pod žádný mediální zákon ani nejsou regulovány. Podle Vrabely (in Hruška, 2022) jde především o to, aby se cíleně nepravdivé informace nešířily dál, což by podle něj bylo možné dosáhnout tím, že za obsah na sociálních sítích budou zodpovědní jejich provozovatelé.

Od října 2020 do února 2021 pomáhala ministerstvu zdravotnictví v boji proti dezinformacím již zmíněná společnost Semantic Visions. Jak František Vrabel uvedl (in Řeháková, 2021), část každotýdenní analýzy obsahovala i konkrétní doporučení jak komunikovat s veřejností. Ministerstvo zdravotnictví ale podle Vrabely (in Řeháková, 2021) nemělo v této oblasti dostatečně kvalifikovaný personál a nebylo tak schopné aplikovat strategickou komunikaci do praxe.

4.5.1 Projekt "vTaiwan"

Audrey Tang je také jednou z těch, kdo stojí za projektem "vTaiwan". Tento projekt byl zahájen v roce 2014 a je prototypem otevřeného konzultačního procesu, který spojuje taiwanské občany a vládu v online i offline prostoru. Celá společnost se tak může zapojit do racionální diskuse o národních otázkách a vytvořit národní digitální legislativu. Zjednodušeně řečeno, jedná se o online místo, kde se lidé mohou aktivně zapojit do politického dění.

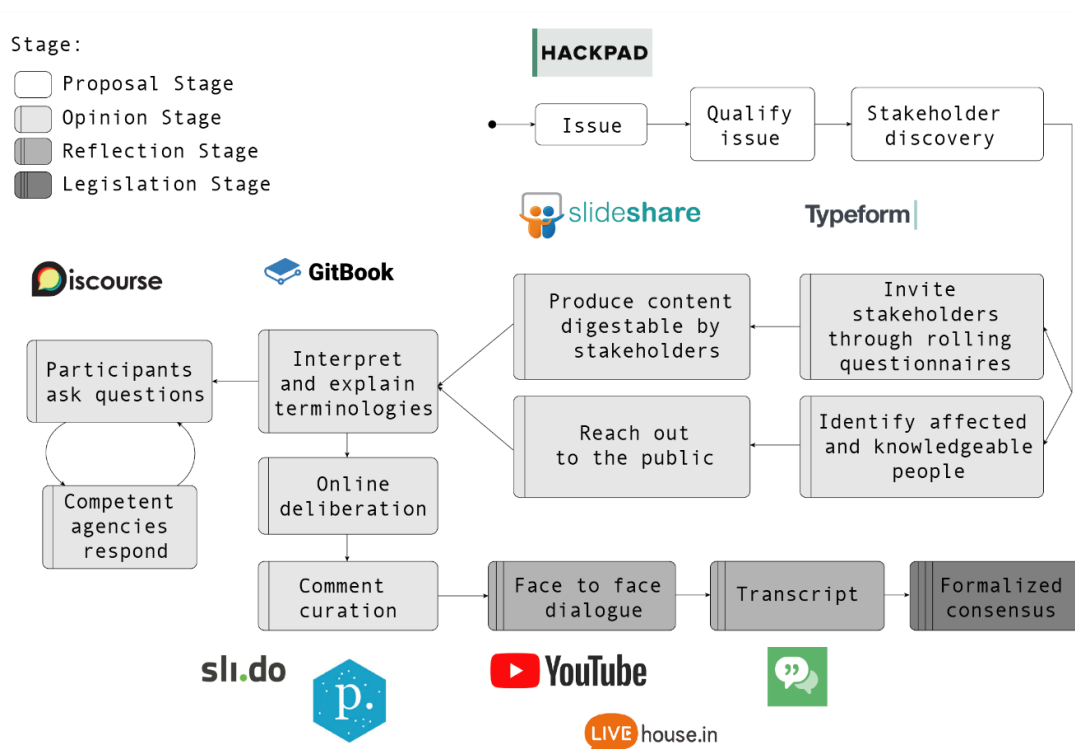
I když zmíněný projekt funguje téměř deset let, stále je vnímám „jen“ jako experiment, neboť je stále upravován a vylepšován.

Jak je vidět na obrázku 9, proces "vTaiwan" se skládá ze čtyř po sobě jdoucích fází se zapojením open source:

1. Návrh
2. Stanovisko

3. Reflexe
4. Legislativa

Obrázek 9 Proces "vTaiwan".



Zdroj: "vTaiwan" (2023)

Jednotlivé fáze jsou dále podrobněji popsány na základě vlastního zpracování studie: "vTaiwan: An Empirical Study of Open Consultation Process in Taiwan" (Yu-Tang, 2018).

1. Fáze návrhu

Každý týden pořádá "vTaiwan" mini-hackathon. V rámci tohoto online nebo offline setkání předkládají přispěvatelé, tedy kdokoliv včetně programátorů, designerů, filmařů, státních úředníků, novinářů, vědců, zákonodárců či studentů, svůj problém příslušnému vládnímu orgánu. Příslušný vládní orgán se může rozhodnout, zda bude za danou problematiku odpovědný nebo se tématem návrhu odmítne zabývat. Problém nemůže postoupit do procesu "vTaiwan", pokud za něj příslušný vládní orgán nepřijmul zodpovědnost.

Pokud se vládní orgán rozhodne pro konkrétní problém, je zvolen odborník, který volí metody jednání a vede diskusi v každé fázi procesu. To znamená, že nejprve účastníci sdílejí fakta a údaje, potom vyjadřují své pocity a myšlenky, následně si vyměňují názory a ve finální fázi přijímají rozhodnutí založené na principu konsensu.

V této první fázi se používají nástroje, jako jsou Hackpad – pro společné zapisování a sdílení poznámek a SlideShare – pro sdílení dokumentů a prezentací. Účastníky jsou všechny osoby nebo skupiny, kterých se problematika dotýká a/nebo se znalostmi v dané problematice.

2. Fáze stanovisek

Veřejné mínění k danému problému se zjišťuje několika metodami. Nejprve komunita "vTaiwanu" provede online průzkum se zainteresovanými stranami, které mohou dále doporučit další relevantní subjekty ze svého okolí. Stejný dotazník je zaslán i dalším osobám, často prostřednictvím online reklam nebo Facebooku. Zde má respondent možnost své názory zveřejnit anebo je poslat přímo "vTaiwan" komunitě. Kromě možnosti zůstat v anonymitě se může také přihlásit k odběru e-mailových novinek týkajících se dané problematiky nebo se dále podrobněji účastnit průzkumu.

Po určitou dobu vytvoří "vTaiwan" také online fórum, na kterém může kdokoli, tedy nejenom občan z Taiwanu, klást otázky, komentovat myšlenky nebo zvolit "souhlasit", "nesouhlasit" či "přeposlat".

Aby bylo dosaženo konsensu, jsou účastníci následně vyzváni k použití diskusních nástrojů, jako jsou Discourse, Pol.is, Typeform a Sli.do. Discourse je diskusní platforma s otevřeným zdrojovým kódem, která vyžaduje, aby odpovědná osoba odpověděla na připomínky zúčastněných stran do sedmi dnů. Pol.is umožňuje zapojení velkého počtu lidí do názorových skupin. Online průzkum může probíhat jednou nebo několikrát, s tím, že na počet kol není stanoven žádný limit, dáno je pouze to, že jedno kolo trvá nejméně jeden měsíc. Proces za pomoci Pol.is probíhá v několika fázích. V prvním kole organizátoři a následně účastníci sepisují vše o daném problému a vytvářejí vzorová tvrzení, kterými chtějí vyvolat diskusi. Ve druhém kole jsou účastníci vyzváni, aby se k těmto výrokům vyjádřili "souhlasně", "nesouhlasně" či "předat dál" nebo odpověděli na otázku "Je pro vás

toto tvrzení důležité". Výroky jsou zobrazeny všem účastníkům a každému z nich je přiděleno prioritní skóre na základě odpovědí, které dosud obdržel. Každý jednotlivec, který vstoupí do konverzace, vidí jiné pořadí výroků, aby se zabránilo zkreslení. V průběhu těchto několika kol procesu lze zjistit kde a s kým se vyskytuje shoda nebo neshoda. Jakmile je názorový proces uzavřen, všechny interakce jsou komunitou "vTaiwanu" přezkoumány a analyzovány. Na konci jsou zveřejněny dvě zprávy o výsledcích průzkumu. Jedna z nich obsahuje metadata, čísla, statistiky atd. a druhá interpretaci těchto údajů. Zprávy jsou veřejně přístupné a rovněž jsou předkládány příslušnému vládnímu orgánu. Slouží také jako podklady pro stanovení agendy a jako téma k diskusi pro nadcházející mini-hackathon a konzultace.

3. Fáze reflexe

Jedná se o kratší etapu skládající se ze dvou osobních setkání, jejichž cílem je reflektovat dosavadní zjištění a určit, zda přejít k další fázi procesu nebo se znovu vrátit ke druhé fázi.

Pokud příslušný orgán a účastníci dojdou k závěru, že je vhodné pokračovat, navrhnou osobní konzultaci, určí vhodného moderátora konzultace, definují velikost a rozsah problému s příslušným orgánem státní správy. Minimálně týden před schůzkou uspořádají předběžnou schůzku s moderátorem a příslušným orgánem. V neposlední řadě vytvoří program jednání a seznam pozvaných účastníků.

Poté se koná osobní konzultační schůzka, na kterou jsou pozváni klíčoví aktéři včetně vědců, státních úředníků, zástupců soukromého sektoru a účastníků, kteří byli v předchozích fázích považováni za velmi aktivní. Ačkoli je vyžadována osobní účast, je toto setkání živě přenášeno i online. Hlavními platformami používanými k živému vysílání jsou LIVEhouse.in a YouTube. LIVEhouse.in má také chatovací místnost, kde může kdokoli přispívat svými nápady. Schůzky se tedy může zúčastnit každý, i když se na místo nemůže dostavit fyzicky.

O příspěvcích z chatu, které budou zahrnuty do schůzky, rozhoduje moderátor, který také aktivně podněcuje účastníky k diskusi.

Co se schůzky týká, je po celou dobu nahrávána a přepisována, aby mohla být použita případně k dalším účelům. Začíná tím, že moderátor shrne celý průběh procesů týkajících se daného problému. Poté je dán prostor zúčastněným a jejich prezentacím, jejich obsah moderátor písemně shrne a tyto poznámky se zobrazí na projektoru. Po skončení schůzky jsou videa zveřejněna na facebookové stránce "vTaiwan", kde se k nim v následujících týdnech může opět kdokoliv vyjádřit.

4. Fáze legislativy

Jedná se o závěrečnou diskusi o výsledcích celého procesu, na které se rozhodne o opatřeních, která vláda přijme. Někdy například vydá kompetentní orgán pouze vyjádření, které obsahuje i vysvětlení, proč není přijata legislativa. Ve druhém případě je výsledek formulován do podoby návrhu zákona, který je zaslán Yuanu (taiwanskému zákonodárnému sboru).

Zároveň komunita "vTaiwanu" a příslušný vládní orgán diskutují o reportech z druhé fáze, sekundární studii o diskusi z celého procesu, zápisu z konzultační schůzky a hrubém konsenzu.

Celý proces má tři klíčové mechanismy pro zapojení veřejnosti – interpretaci, facilitaci a dokumentaci. Smyslem těchto mechanismů je:

1. Překlenout komunikační rozdíly mezi lidmi prostřednictvím terminologie, žargonu a slovníků – cílem je, aby se myšlenky dostaly i k laikům.
2. Celkové zapojení veřejnosti – je zde podstatné, aby byla vyvolána diskuse.
3. Zdůraznit důležitost transparentnosti a odpovědnosti.

Transparentnost procesu i dat umožňuje účastníkům pochopit rozhodnutí přijatá v rámci procesu "vTaiwan", který se tak stává důvěryhodnější a zároveň posiluje legitimitu rozhodnutí přijatých v průběhu všech čtyř fází.

Na druhou stranu je také nutno dodat, že pouhé využití vynikajících technologií nestačí. Důkazem toho je islandská ústava, která se vytvářela pomocí metody crowdsourcingu. Do tvorby novější verze ústavy bylo na Islandu zapojeno 40 000 obyvatel a s výslednou verzí se ztotožnilo téměř 70 % populace. Postup byl následující. Nejprve skupina kolem 1 000 lidí připravila novou strukturu a následně na jejím základě připravilo 25 lidí konkrétní reprezentativní materiál. Ten byl

několikrát veřejně projednáván. A připomínkovat novou ústavu mohli Islandčané hned několika způsoby. Většina diskuzí proběhla prostřednictvím Facebooku, Twitteru, Youtube a Flickru. Do návrhu tak byly vkládány návrhy veřejnosti a po celou dobu byla snaha jít jako skupina společným směrem. Podstatné bylo, aby se proces vytvoření nové ústavy nezabýval pouze zákony, ale byl vytvořením společných představ o tom, kam chtějí občané Islandu směřovat a jakými prostředky chtějí požadovaného cíle dosáhnout.

Bohužel, i přes velmi dobrý výsledek a vysokou míru spokojenosti s finální verzí, nebyla (z důvodu tamních politických her) ústava schválena.

UberX – první případ využití procesu "vTaiwan"

Jednou z prvních otázek v rámci procesu "vTaiwan" byl případ UberX, který je označován za jeden z nejkonstruktivnějších procesů.

Před procesem v rámci "vTaiwanu" byla na Taiwanu regulace sdílení jízdy kontroverzním tématem. Občané se obávali o svou bezpečnost, protože společnost UberX odmítala být označována za dopravní společnost a dodržovat tak příslušné zákony. Taxikáři si stěžovali, že přicházeli o 30 % svých příjmů, a společnost zase nesouhlasila s placením pokut podle zákona o silniční dopravě.

Taiwanské ministerstvo dopravy a komunikací přislíbilo ratifikovat konsenzus dosažený v rámci procesu "vTaiwan" a změnit stávající nařízení. Před těmito změnami předcházely tyto fáze:

1. Fáze

V roce 2015 na základě žádosti několika vládních orgánů otevřeno téma zabývající se regulací služeb Uber.

2. Fáze

Poprvé byl v rámci "vTaiwan" použit nástroj Pol.is. Do této aplikace byli uživatelé zváni zejména skrze facebookovou kampaň. Nejprve komunita přeložila právní žargon, aby napsala popis tématu. Výroky zveřejnila ve srozumitelném jazyce a zahájila diskusi. Uživatelé mohli zvolit "souhlasím", "nesouhlasím" nebo "odmítám" a/nebo přispět dalšími komentáři. Na základě hlasování identifikoval algoritmus Pol.is čtyři názorové skupiny. Jednalo se o řidiče taxislužby, řidiče UberX, cestující UberX

a cestující mimo UberX. Následně byly skupiny sloučeny do dvou. První skupina představovala 45 % všech účastníků a druhá 55 %. Celkem se průzkumu zúčastnilo 925 účastníků, do Pol.is bylo vloženo 145 komentářů a shromážděno 31 115 hlasů. Jedním z většinových názorů, na kterém se shodlo 95 % účastníků, bylo využít této příležitosti a vyzvat odvětví taxislužby, aby zlepšilo svůj systém řízení a kontroly kvality. Účastníci chtěli, aby řidiči a cestující měli stejně kvalitní služby jako UberX. Do čtyř týdnů byl vytvořen ucelený soubor názorů a návrhů. Na základě výsledků ankety Pol.is se účastníci také shodli na potřebě regulovat UberX a chránit zavedenou soukromou a veřejnou dopravu.

3. Fáze

Následovala přednáška, ve které účastníci (odborníci, aktivní online uživatelé z předchozí fáze a další) diskutovali nad výsledky průzkumu Pol.is a vyměňovali si názory. Přímého přenosu se zúčastnilo 1 875 osob. Výsledkem bylo, že nejenom Uber, ale i stávající taxislužby rozšíří své služby na požadavky trhu týkající se nabízené služby spolujízdy.

4. Fáze

Vláda se zavázala ratifikovat všechny Pol.is dohody a změnit související nařízení a zároveň poskytla podrobné vysvětlení u těch bodů, kde konsenzus nebyl možný.

Tento případ Uberu potvrzuje, že proces "vTaiwan" je více než jenom diskusí nad problémem. Ukazuje, jak důležité je řešit problém spojením názorů různých zúčastněných stran, a především potvrzuje to, že proces může poskytovat i metodu pro skutečné zlepšení legislativy.

V současné době ministerstvo Taiwanu pro digitální záležitosti pracuje na návrhu dokumentu „Pravidla pro technologie posilující ochranu soukromí“. Přípomínky k návrhu mohl do půlky října 2023 sdílet kdokoliv.

Důležité je také upozornit, že proces "vTaiwan" je ze své podstaty adaptivní. Není omezen pouze na Taiwan nebo na konkrétní vládu. Cílem tohoto experimentu je vytvořit model pro vytváření konsensu mezi velkými skupinami obecně. U tohoto

procesu se předpokládá, že neexistují dvě stejné otázky. Každá otázka tak bude mít svůj jedinečný proces, jehož průběh určuje zapojená komunita. Také není vyžadováno, aby každý proces měl všechny čtyři fáze. Rovněž není nikde určeno, kdy se má projednávaný problém posunout z jedné fáze do druhé. O tom čistě rozhoduje komunita na základě aktuální situace. Každý případ je zkrátka jiný a mělo by se tak k němu i přistupovat. Zároveň se "vTaiwan" snaží, aby byl jejich proces pro všechny jednoduchý a inkluzivní. Spíše, než vytvořit osvědčený postup, je cílem "vTaiwanu" rozvíjet znalosti v oblasti digitální a participativní demokracie, aby se tak ostatní vlády a instituce mohly inspirovat. Jedná se o uživatelsky příjemné prostředí, kde se setkávají různé skupiny lidí, které spolu obvykle nespolupracují.

Tchajwanská vláda došla také k rozhodnutí, aby si každé ministerstvo vytvořilo účet na fóru "vTaiwanu" a učinila je odpovědnými za odpovědi na připomínky občanů. Na jejich dotazy musí být odpovězeno do sedmi dnů. Mladší Taiwanci kritizovali předchozí vládu za to, že před rozhodováním řekla veřejnosti příliš málo. Nyní se každý může podílet na přijatých rozhodnutích nebo se k nim alespoň vyjádřit.

Již zmíněná ministryně Tang také zveřejňuje všechny dokumenty svých jednání. Živě přenášena zasedání kabinetu jsou přímo vysílána na webu ministerstva pro digitální záležitosti a Tang na komentáře k nim většinou odpovídá v reálném čase. Například soukromé společnosti prostřednictvím těchto vysílání vědí, co vláda plánuje, a mohou předkládat petice k vládnímu přezkoumání. Ministryně také zdůrazňuje, že zatímco dříve platilo, že pokud se chce člověk podílet na demokracii, potřebuje rozvíjet gramotnost, dnes je mnohem důležitější v rámci digitální gramotnosti být kompetentní (in Glatthard a Kaufmann, 2021). Jak dodává, rozdíl je v tom, že gramotnost je o přijímání, zatímco kompetence o spoluvytváření. Znamená to například i to, že s občanskými iniciativami mohou na Taiwanu začít i lidé mladší 18 let. Mladí tak zakládají platformy digitální demokracie a mnohé z nich mají velký dopad. Důraz je kladen například na celoživotní učení, mezigenerační solidaritu nebo reverzní mentoring.

4.5.2 Taiwan a svoboda projevu

Podle organizace Freedom House (2023) jsou zpravodajská média na Taiwanu vcelku svobodná. K tomu je ale potřeba dodat, že i když je zde snaha objektivně informovat o vládní politice a publikovat rozmanité názory a postoje, z mnohých zdrojů je nakonec poznat stranická příslušnost.

Významný vliv na mediální prostředí má také Komunistická strana Číny (dále také „ČKS“), která vede již několik let proti Taiwanu rozsáhlou dezinformační válku. Cílem je podkopat důvěru v taiwanskou demokracii a vládu a přesvědčit občany ke sjednocení Taiwanu a Číny. V případě, že by Taiwan vyhlásil nezávislost, Čína mu hrozí vojenským zásahem. „Mírové“ sjednocení je podle Číny jediným možným řešením, jak se vyhnout válce.

Nutno ale také dodat, že na Taiwanu nelze nikoho beztrestně pomlouvat. A to jak v médiích tištěných, tak na internetu. Na taiwanské právo má již delší dobu vliv to americké. Taiwanští zákonodárci čerpali z jeho teorie i praxe. I když je ale ve Spojených státech pomluva považována spíše za problém občanskoprávní odpovědnosti, na Taiwanu je tomu právě naopak. Podle § 310 odst. 3 taiwanského trestního zákoníku hrozí těm, kteří šíří nepravdivé zprávy a poškozují tak pověst druhého, trest odnětí svobody až na dva roky. Ovšem komentář k události, která je předmětem veřejné kritiky, nelze považovat za pomluvu. Někteří politici a státní zástupci tvrdili, že je zákon v rozporu s ústavou. V červnu 2023 ale Ústavní soud potvrdil ústavnost § 310 tchajwanského trestního zákoníku (Chang a Wu, 2023). Upřesnil také, že norma neporušuje práva na svobodu projevu, neboť svoboda projevu se nevztahuje na nepravdivé informace přenášené bez snahy tyto informace ověřit. A tak, i když by se mohlo zdát, že by zákon o pomluvě mohl ovlivnit práci novinářů na Taiwanu, z pohledu práva na svobodu slova se není čeho obávat.

V boji proti falešným zprávám pomáhá na Taiwanu řada společností. Jednou z nich je například Taiwan FactCheck Foundation (dále jen „TFC“). Cílem této neziskové organizace je především zajistit spolehlivé informace a podporovat digitální gramotnost. Od května 2019 jako první taiwanská společnost hodnotí a kontroluje věrohodnost obsahu na platformě Facebook (TFC, 2023).

Doublethink Lab je organizace, která se zaměřuje na prošetřování dezinformačních a operačních kampaní s cílem chránit demokracii po celém světě. Jedná se především o výzkum čínských informačních operací a jejich dopadů prostřednictvím digitálních nástrojů a metodik.

Organizace Fake News Cleaner pořádá workshopy zaměřené na mediální gramotnost. Na základě příkladů a interaktivních metod informují veřejnost o tom, jak rozpoznat falešné zprávy a pomáhají ve společnosti rozvíjet kritické myšlení.

V neposlední řadě je tu platforma Cofacts, která umožňuje zkontrolovat důvěryhodnost jakékoliv zprávy. Je založena na spolupráci veřejnosti a chatbota. Sami uživatelé tak mohou přispívat k jeho vylepšení. Výhodou je, že chatbot odpovídá na dotazy 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Všechny příspěvky jsou zároveň dohledatelné v online databázi. Uživatel si může nejenom nechat zkontrolovat text zprávy, ale také se sám aktivně zapojit. Například tím, že nahlásí hoax.

Tang pomohla mimo jiné k vytvoření guerilla center (dobrovolnických center), v kterých pracují lidé, kteří jsou hodnotově v souladu s Taiwanem. Tato centra jsou schopna rychle reagovat na nové kampaně z Číny tím, že vytvoří protiakci, která je zneutralizuje. To znamená, že vezmou čínský mem a udělají z něho vtip. Jedná se zde o již zmíněnou strategii „humor nad fámami“. Ministryně totiž přišla na to, že humor se na sociálních sítích šíří rychleji než nenávist.

5 Zhodnocení výsledků

5.1 Vyhodnocení kapitol 4.1 a 4.2

Z kapitoly 3.2 bylo vybráno osm sociálních sítí. Konkrétně to byly Facebook, YouTube, WhatsApp a Instagram, které se za rok 2022 umístily na prvních čtyřech místech v žebříčku nejpopulárnějších sociálních sítí na světě. Dále TikTok a Facebook Messenger, které jsou na šestém a sedmém místě, a X (dříve Twitter) se sítí Pinterest umístěné v žebříčku na čtrnáctém a patnáctém místě. Také byla do seznamu přidána sociální síť Reddit, která není tak populární jako předešlé sítě, ale je zajímavá z pohledu přístupu k porušení komunitních pravidel. U všech uvedených platform byla posuzována především ochrana proti nevhodnému obsahu a dezinformacím.

Podle typu využití lze vybrané platformy rozdělit do čtyř skupin. Facebook, Instagram a X jako skupina zaměřená na zprávy, sdílení videí či obrázků. Komunitní pravidla jsou podobná, podstatný rozdíl je u Facebooku. Ten se domnívá, že nelze sestavit úplný rejstřík toho, co je na platformě zakázané. I když uvádí postoj k různým typům dezinformací, zároveň klade důraz na spolupráci s dalšími stranami, jako jsou nezávislí odborníci nebo organizace. Také se za pomoci algoritmu snaží získat co nejvíce dat o uživateli, na základě kterých mu zasílá personifikovaný obsah, s cílem zajistit, aby uživatel strávil na síti co nejvíce času. Tento algoritmus používá i platforma YouTube. Tedy pro zmíněný algoritmus není podstatné, zdali je obsah psaný nebo vizuální. Oproti tomu nový majitel X měl v úmyslu zveřejnit algoritmus, který rozhoduje o zveřejňovaném obsahu. Nutno dodat, že ani u jedné platformy nelze zatím zjistit, s jakými informacemi uvedené algoritmy pracují a na základě kterých je personifikovaný obsah tvořen. Podstatným faktem je také to, že osobní údaje by neměly být používány mimo svůj původní účel, pokud to zúčastněné strany výslovně neschválí. Aby mohly být dále bezpečně používány, musí být převedeny na neosobní údaje s plnou ochranou kontextových hranic.

Další skupinu tvoří YouTube a TikTok. Jedná se o platformy zaměřeny především na sdílení videí, a i když mají podobná komunitní pravidla a jasný přístup k dezinformacím, je nutné uvést, že pokud formát neobsahuje žádný text, je kontrola obsahu zcela nemožná.

Aplikace pro zasílání zpráv WhatsApp a Facebook Messenger představují třetí skupinu. V souvislosti s touto skupinou je některými vytýkáno nedostatečné zabezpečení. Toto tvrzení ale nelze vyvrátit ani potvrdit. Uživatelé těchto aplikací se navíc stále častěji setkávají s phishingovými útoky. Vzhledem k charakteru uvedených aplikací se více než s nevhodným obsah potýká s kybernetickými hrozbami a nedostatečným zabezpečením. Velmi podobně jako tyto dvě uvedené aplikace funguje i aplikace Threema. Služba nabízí textové a hlasové zprávy, hlasové hovory a videohovory či sdílení souborů. Co ale tuto aplikaci činí velice bezpečnou je především skutečnost, že k vytvoření účtu nevyžaduje zadání e-mailové adresy nebo telefonního čísla. Nevýhodou je relativně malý počet uživatelů a také to, že aplikace není bezplatná.

Samostatnou skupinou je Pinterest, který by se dal nejlépe popsat jako sdílená nástěnka, která skýtá nepřeberné množství témat. Nutno dodat, že typ aplikace velkou měrou přispívá k tomu, že pravidla komunity nejsou porušována. Důležité je ale také zmínit, že Pinterest má oproti Facebooku skoro 7 krát méně členů, tudíž i o tolik méně příspěvků. Při kontrole obsahu tento počet určitě hraje podstatnou roli.

A nakonec aplikace Reddit. Přístup k pravidlům by se dal nejlépe přirovnat právě k aplikaci Pinterest. Uvedená sociální síť je výjimečná především v tom, že sami uživatelé hodnotí informace (tedy obsah), který každý individuálně zveřejňuje. Hodnotí se především pravdivost a užitečnost.

Kromě pravidel vytvořených přímo sociálními sítěmi je snaha regulovat obsah na nich prostřednictvím směrnic a zákonů. Kapitola 4.2 potvrzuje, že Evropská unie by ráda v digitálním světě nastavila stejná pravidla jako v tom reálném. Řečnickou otázkou zůstává, zdali je možné jednoznačně změnit společnou digitální kulturu. K dosažení takového cíle nepřispívá fakt, že legislativní proces projednávání návrhů zákonů je časově velmi náročný a nestíhá tak efektivně držet krok s vývojem digitálních technologií. A také skutečnost, že schválené zákony se mohou zdát mnohem tvrdší na papíře než vymáhání jejich dodržování. Kapitola 4.2 rovněž ukazuje, že i když může být vytvořen přelomový zákon, kterým se inspirovala řada dalších zemí, nemusí být v těchto zemích implementován obdobně.

V souladu s kapitolou 3 lze určitě souhlasit s tím, že sociální sítě jsou prostředkem, který zajišťuje přenos informací mezi uživateli. Ale z pohledu algoritmů také tvoří, a to obsah, který je formován konkrétnímu uživateli. Regulace nemusí být tím nejlepším řešením. Také je zde právo na svobodu projevu. I když je ale podpora svobody slova celosvětově povzbudivá, jak je uvedeno v kapitole 3.1.2, k poklesu podpory výrazně dochází u kontroverzních témat. Na druhou stranu, svoboda slova neznamená, že každý může říkat, co chce. Svoboda slova jako svoboda obecně má vždy určité hranice. Takovou hranicí může být i netiketa uvedená v kapitole 4 a již dříve uvedená „ekonomická poctivost“. Mimochodem, každá sociální síť má v pravidlech komunity také etiketu sociálních médií.

S vývojem technologií a internetu se také začala transformovat demokracie. Zatímco v reálném světě je demokracie časově velmi náročná, oproti tomu v tom digitálním by se mohla stát velmi efektivní. Zásadním rozdílem je také to, že na vývoji digitální demokracie se může podílet za určitých okolností každý.

5.2 Vyhodnocení kapitoly 4.3

Kromě sdílených vzpomínek, znalostí či nápadů se sociální média stala také okamžitým zdrojem informací a zpráv z celého světa. Slouží jako zdroj zábavy a lidé na nich tráví čím dál tím více svého volného času. Ale to oč tu běží, je především pozornost každého jednotlivého uživatele. S každým takzvaným kliknutím rostou tržby sociálním sítím. A právě kontroverzní témata nebo upravené zprávy tak, aby šokovaly, zaručují více kliknutí a tím i vyšší příjmy. Na maximalizaci zisku se také podílejí reklamy, kterým je uživatel během své online aktivity neustále vystaven.

I když kryptoměny přitahují zájem regulátorů po celém světě, kapitola 4.3 se zaměřuje na bitcoiny a moc v rukou jedince. Pokud jeden člověk může jednou zprávou hýbat cenovým grafem bitcoinu, jakou záruku máme, že to někdo jiný neudělá v jiné oblasti. Sociální sítě tak dávají jednotlivcům obrovskou moc. Upravené zprávy mohou způsobit nejenom ekonomické ztráty, ale mohou také způsobit to, že neinformovaní lidé budou vyvozovat a šířit takové závěry, které budou ohrožovat veřejné zájmy. Jak je v kapitole 5.2 uvedeno, možným řešením by mohla být zásada, že na sociálních sítích by se neumožňovala komunikace komerčního využití. Na druhou stranu by tato

zásada musela být podrobněji specifikovaná, neboť sociální sítě jsou pro veškeré podniky výrazným pomocníkem například při snižování nákladů na marketing nebo při vytváření a zvyšování vývozu do zemí po celém světě.

5.3 Vyhodnocení kapitoly 4.4

I když je v kapitole 5.4 uvedeno několik příkladů, které by mohly být považovány za manipulativní techniky založené na dezinformacích, nelze tyto úvahy jednoznačně potvrdit. Není totiž možné stanovit přesná kritéria, na základě kterých by se tyto techniky daly poměřovat. V digitálním věku je hodnota dat při prosazování a podpoře rozvoje všeobecně uznávána. Většina zemí se zároveň zavázala k přizpůsobení příslušných zákonů vztahujících se k zabránění jejich zneužití a k zajištění tak jejich maximálního využití. Kapitola 5.4 také ukazuje, že k případnému ovlivňování našeho myšlení nemusí být nutně použit pouze textový podklad. V případě nově zvoleného filipínského prezidenta byl údajným zdrojem dezinformací vizuální podklad.

Nezbytným předpokladem pro vytvoření společné digitální důvěry je zákonnost a transparentnost, které by pomohly držitelům dat, uživatelům a provozovatelům porozumět základnímu konceptu mechanismu sdílení dat. To je ale ovšem čistě hypotetická úvaha.

Není ale nutné čekat, až problém případné manipulace a vlivu dezinformací bude někým vyřešen. Na každého působí každá informace jinak. Jde o způsob myšlení každého jednotlivce. Jak je z kapitoly 3.1.3 patrné, podstatné je naučit se vyhodnotit důležitost informace a začít ovládat našeho "Šimpanze", tedy zlepšit naše kritické myšlení.

5.4 Vyhodnocení kapitoly 4.5

Sociální sítě poskytují každému jednotlivci nástroj, který mu umožňuje překonat časové a prostorové překážky a vyjádřit tak svůj názor či zúčastnit se online debaty. Mají schopnost nejenom překonat rozdíl mezi online a offline účastí, ale také mezi sektory a občany. Přístup Taiwanu je založen právě na uvedených možnostech. Důraz je kladen na občanskou angažovanost a podstatou je umožnit občanům této země

rychle dospět ke konsenzu nejenom v otázkách, o kterých se hlasuje jednou za několik let, ale také v reálném čase. K identifikaci problému, jako je například regulace sdílených jízd, ukazuje "vTaiwan" schopnost za pomoci sociálních sítí přizvat účastníky z různých prostředí. Vytváří tak racionální a produktivní dialog v klíčových otázkách. Tento proces ale není primárně omezen pouze na Taiwan, cílem je vytvořit model pro vytváření konsenzu obecně. Tento model by mohly použít nejenom ostatní státy, ale také například kraje a obce podle komunikačních potřeb v příslušné oblasti. V rámci digitální demokracie, která má dopady na demokracii jako takovou, se může zapojit kdokoli. Pokud ale někdo demonstruje proti stávajícímu demokratickému procesu, musí popsat důvod a zároveň přijít s novým návrhem řešení, který je následně projednán. V diskusích je hlavní normou střídání se v rétorickém projevu a aktivním naslouchání.

Co se sociálních sítí týká, nemá Taiwan žádný zákon, který by je jakýmkoliv způsobem reguloval. Sociální sítě ale nesmějí porušit společenskou normu, o které mají obyvatelé země jasnou představu. Společenská norma tak efektivním způsobem kompenzuje absenci zákona.

6 Závěr

Z ekonomického pohledu se sociální platformy snaží o to, aby online aktivita každého uživatele byla co nejdelší. Pokud se tato osoba rozhodne trávit čas v konkrétní aplikaci, umožňuje tak společností dosáhnout vyšších tržeb. K tomu, aby uživatel zůstal delší dobu na síti, může přispět například dopaminový efekt nebo algoritmus, který připravuje tzv. obsah šitý na míru. Aby takový personalizovaný obsah uživatel obdržel, je k tomu zapotřebí velké množství behaviorálních dat. Jaké konkrétní údaje takový seznam dat obsahuje nelze zatím přesně definovat. Nicméně sám uživatel dává k tomuto shromažďování dat souhlas, například prostřednictvím souborů cookies.

Jak z práce vyplývá, z obsahů uveřejněných na sociálních sítích nelze míru dopadu jednoznačně prokázat. Žádná z metod není zkrátka schopna tyto dopady konkrétně určit a zároveň obstát před kritickým posouzením. Na druhou stranu každý uživatel sociálních sítí zaujímá k uveřejněným informacím určitý postoj. V politické oblasti může personifikovaný obsah přispět ke změně politické situace v zemi. V ekonomické oblasti je užitečným pomocníkem mnoha podniků k dosažení zisku. Podle kritiků mají sociální sítě obrovskou moc. Je ale otázkou, zdali jim přece jenom nepřisuzujeme větší sílu, než si zaslouží. Ve své podstatě se skutečně jedná jenom o „pouhý“ prostředek, který něco zajišťuje. Jak už z této diplomové práce vyplývá, média sama o sobě nejsou mocná. Záleží jenom na uživateli, jakou moc jim přiřknou. Není tedy podstatné, co všechno o sociálních sítích víme a kolik regulačních mechanismů se nám podařilo vytvořit, ale jak o nic přemýšlíme a využíváme je.

A protože nelze dopady konkretizovat, není možné je efektivně regulovat. V procesu regulace také nelze opomenout argument, že by jí rozhodně neměla být dotčena, omezena nebo oslabena svoboda slova. Na druhou stranu právo na svobodu slova sebou nese také zodpovědnost.

Přijímání nových zákonů a předpisů se zatím zdá neefektivní. Určitou regulaci můžeme vnímat v podobě naší kognitivní odolnosti a s tím spojeného kritického myšlení. V demokratické společnosti nikdo nikomu nemůže určovat, co má číst a co ne. Záleží na každém jedinci, jak se rozhodne, ale pokud činí svá rozhodnutí na základě informací, měl by vědět, jak jeho mysl funguje. Zaměřit se tak na to, aby se naučil vyhodnocovat, která situace či informace je podstatná a podle toho jí věnovat potřebnou pozornost.

Aby bylo možné zmírnit (případně zcela odstranit) vliv falešných zpráv, ať už v ekonomické nebo politické oblasti, museli by si lidé začít vážit debaty a diskuse s těmi, kteří zastávají opačné názory. Přístup Taiwanu dokazuje, že tato cesta je možná. Podstatou je, aby moc nad sociálními médii neměly soukromé technologické společnosti, ale občanská společnost, která je pro fungování svobodného a demokratického státu klíčová. Tento přístup ale nemusí být pouze na vládní úrovni, lze jej uplatnit při řešení otázek, které se týkají krajů či jednotlivých obcí. Na základě výsledků této práce je doporučení vytvořit strukturu schvalovacího procesu vybraného tématu a aplikovat ji v praxi.

7 Seznam použitých zdrojů

- BEYER, J. L. 2014. *The Emergence of a Freedom of Information Movement: Anonymous, WikiLeaks, the Pirate Party, and Iceland* [online]. Journal of Computer-Mediated Communication. 14 s. (PDF). [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/jcc4.12050>
- BRITANNICA. 2023a. *Physiology* [online]. Britannica. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/science/information-theory/Physiology>
- BRITANNICA. 2023b. *Netiquette* [online]. Britannica. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/netiquette>
- BRITANNICA. 2023c. *Twitter* [online]. Britannica. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Twitter>
- BROWNE, R., KHARPAL, A. 2021. *Bitcoin plunges 30% to \$30,000 at one point in wild session, recovers somewhat to \$38,000* [online]. CNBC. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2021/05/19/bitcoin-btc-price-plunges-but-bottom-could-be-near.html>
- BURTON, G., JIRÁK, J. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. 392 s. ISBN 80-85947-67-6
- CHANG-SHUN, L., WU, O. 2023. *Court rules defamation clauses constitutional* [online]. The Central News Agency. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://focustaiwan.tw/society/202306100013>
- CNN. 2016. *Why fake news stories thrive online* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2016/11/20/opinions/fake-news-stories-thrive-donath/index.html>
- ČTK. 2022. *Musk: Ukáže-li Twitter, jak dokázal pravost účtů, převzetí by mělo proběhnout* [online]. Česká tisková kancelář. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/musk-ukaze-li-twitter-jak-dokazal-pravost-uctu-prevzeti-by-melo-probehnout/2239942>
- DANG, S., ROUMELIOTIS, G. 2022. *Musk begins his Twitter ownership with firings, declares the 'bird is freed'* [online]. [cit. 2023-04-11]. Dostupné z: https://www-reuters-com.translate.goog/markets/deals/elon-musk-completes-44-bln-acquisition-twitter-2022-10-28/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=cs&_x_tr_hl=cs&_x_tr_pto=sc
- DESJARDINS, J. 2021. *Every Single Cognitive Bias in One Infographic* [online]. Visual Capitalist. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.visualcapitalist.com/every-single-cognitive-bias/>
- DOLEŽAL, J., MÁČAL, P., LACKO, B. 2012. *Projektový management podle IPMA*. 2 vyd. Praha: Grada. 528 s. ISBN 978-80-247-4275-5.

EDRI. 2020. *French Avia law declared unconstitutional: what does this teach us at EU level?* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://edri.org/our-work/french-avia-law-declared-unconstitutional-what-does-this-teach-us-at-eu-level/>

EISENHAMMER, M. 2022. *Evropa odešla od rozumu k ideologii*. Téma. 42/2022, s. 22-34. DOI 4.36290/vnl.2022.091.

EVROPSKÁ KOMISE. 2022. *Směrnice o audiovizuálních mediálních službách: Komise žaluje pět členských států u Soudního dvora EU* [online]. [cit. 2023-07-30]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/ip_22_2707

FREEDOM HOUSE. 2023. Taiwan [online]. Freedom house. [cit. 2023-11-10]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/country/taiwan/freedom-world/2023>

GIDDENS, A. 2010. *Důsledky modernity*. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství. 158 s. ISBN 978-80-7419-035-3

GLATTHARD, J., KAUFMANN, B. 2021. 'Humour over rumour': lessons from Taiwan in digital democracy [online]. SWI. [cit. 2023-11-10]. Dostupné z: <https://www.swissinfo.ch/eng/politics/freedom-of-expression-humour-over-rumour---lessons-from-taiwan-in-digital-democracy/46592080>

GUIDE OF THE WORLD. 2023. *Taiwan Map* [online]. Guide of the world. [cit. 2023-11-10]. Dostupné z: <https://www.guideoftheworld.net/taiwan-map.asp>

GUPTA, P., KHAN, A., KUMAR, A. 2020. Social media use by patients in health care: A scoping review [online]. International Journal of Healthcare Management 12/2020, s. 121-131. DOI: 10.1080/20479700.2020.1860563. [cit. 2023-06-25]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/20479700.2020.1860563?scroll=top&needAccess=true>

HARVARD MAGAZINE. 2009. *An Intellectual Entente* [online]. Harvard Magazine. [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://www.harvardmagazine.com/breaking-news/james-watson-edward-o-wilson-intellectual-entente>

HOLÝ, J. Lapeni v sociálních sítích. Přednáška In: *Neurazitelný.cz / josef-holy-lapeni-v-socialnich-sitich*. Praha: FF UK v Praze, 10.ledna 2022.

HRUŠKA, B. 2022. *Na sociálních sítích má každý svůj svět, říká šéf Semantic Vision* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/656664-na-socialnich-sitich-ma-kazdy-svuj-svet-rika-sef-semantic-visions/>

HSU, T. 2022. *On TikTok, Election Misinformation Thrives Ahead of Midterms* [online]. The New York Times Company. [cit. 2023-09-26]. Dostupné z: https://www.nytimes.com.translate.goog/2022/08/14/business/media/on-tiktok-election-misinformation.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=cs&_x_tr_hl=cs&_x_tr_pto=sc

INDEX OF CENSORSHIP. 2022. *What we do* [online]. Index on Censorship. [cit. 2022-09-26]. Dostupné z: <https://www.indexoncensorship.org/what-we-do/>

INDEX OF CENSORSHIP. 2023. *Index Index* [online]. Index on Censorship. [cit. 2023-10-15]. Dostupné z: <https://www.indexoncensorship.org/campaigns/indexindex/>

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. 2009. *Masová média*. Praha: Portál. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JUSTITIA. 2020. *The Digital Berlin Wall Act 2: How the German Prototype for Online Censorship went Global – 2020 edition* [online]. Denmark: Justitia. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://justitia-int.org/en/the-digital-berlin-wall-act-2-how-the-german-prototype-for-online-censorship-went-global-2020-edition/>

KAHNEMAN, D. 2012. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil Publishing. 544 s. ISBN 978-80-87270-42-4.

KHARPAL, A. 2021. *As much as \$365 billion wiped off cryptocurrency market after Tesla stops car purchases with bitcoin* [online]. CNBC. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2021/05/13/bitcoin-btc-price-falls-after-tesla-stops-car-purchases-with-crypto.html>

KOHOUT, D. 2018. *Sílu dezinformací přeceňujeme. Čtenář má stejné právo na pravdu i na lež, říká mediální expert Jiráček* [online]. [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-66879470-lovci-dezinformaci-konci-s-vladou-ministri-neposlouchaji-nase-rady-rikaji>

KRAUSOVÁ, M., NOVÁKOVÁ, M., SYLLOVÁ, J. 2019. *Srovnání vybraných orgánů regulujících audiovizuální média v EU* [online]. Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky. 42 s. (PDF). [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=81919>

KRČMÁŘ, P. 2017. *Šifrování WhatsApp je lež, server umí klientům vyměnit klíče* [online]. Root.cz. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.root.cz/clanky/sifrovani-whatsapp-je-lez-server-umi-klientum-vymenit-klice/>

KUMAR D, S. 2018. *How dopamine driven feedback loops work?* [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://digitash.com/technology/internet/how-dopamine-driven-feedback-loops-work/>

LIESSMANN, K. P. 2008. *Teorie nevzdělanosti: Omyly společnosti vědění*. Praha: Academia. 125 s. ISBN 978-80-200-1677-5.

MEDIAGURU. 2022. *Httpool bude na českém trhu zastupovat Reddit* [online]. [cit. 2023-01-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/08/httpool-bude-na-ceskem-trhu-zastupovat-reddit/>

META. 2023a. *Dezinformace* [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://transparency.fb.com/cs-cz/policies/community-standards/misinformation/>

META. 2023b. *Zásady komunity* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://help.instagram.com/477434105621119>

MALWA, S. 2021. *Dogecoin Surges as Elon Musk Teases Tesla Merchandise Plan* [online]. CoinDesk. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.coindesk.com/business/2021/12/14/dogecoin-surges-as-elon-musk-teases-tesla-merchandise-plan/>

MCLUHAN, M. 1991. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon. 400 s. ISBN 80-207-0296-2.

MILMO, D. 2022. *YouTube is major conduit of fake news, factcheckers say* [online]. The Guardian. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2022/jan/12/youtube-is-major-conduit-of-fake-news-factcheckers-say>

MOLLA, R. 2021. *When Elon Musk tweets, crypto prices move* [online]. [cit. 2022-10-04]. Dostupné z: <https://www.vox.com/recode/2021/5/18/22441831/elon-musk-bitcoin-dogecoin-crypto-prices-tesla>

MPO. 2022. *Akt o digitálních službách* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/digitalni-spolecnost/akt-o-digitalnich-sluzbach--268567/>

MVCR. 2022. *Definice dezinformací a propagandy* [online]. Ministerstvo vnitra České republiky - Centrum proti hybridním hrozbám. [cit. 2022-09-28]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

NÆSS-SCHMIDT, S. 2020. *Empowering the European business ecosystem* [online]. Copenhagen Economics. 79 s. (PDF). [cit. 2022-10-04]. Dostupné z: [empowering-the-european-business-ecosystem_copenhagen-economics.pdf](https://www.copenhagen-economics.com/wp-content/uploads/2020/09/Empowering-the-European-business-ecosystem.pdf)

NEMER, D. 2018. *The three types of WhatsApp users getting Brazil's Jair Bolsonaro elected* [online]. The Guardian. [cit. 2023-08-12]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2018/oct/25/brazil-president-jair-bolsonaro-whatsapp-fake-news>

NEŠPOR, R. Z. 2020. *Společnost důvěry* [online]. Sociologický ústav AV ČR, v. v. i. [cit. 2022-10-02]. Dostupné z: [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Spole%C4%8Dnost_d%C5%AFv%C4%9Bry_\(PSpol\)](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Spole%C4%8Dnost_d%C5%AFv%C4%9Bry_(PSpol))

NETZDG. 2020. *Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Kommunikationsplattformen-Gesetz, Fassung vom 05.03.2023* [online]. Bundesministerium für Finanzen. Rechtsinformationssystem des Bundes. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20011415>

PDIS. 2022. *Lecture at the Innovation Governance Expert Program, the Graduate School of Public Policy, the University of Tokyo* [online]. [cit. 2023-09-25]. Dostupné z: <https://sayit.pdis.nat.gov.tw/2022-02-23-lecture-at-the-innovation-governance-ex>

PECHAČOVÁ, Z., NATOVOVÁ, L. 2009. *Komunikace pro ekonomy*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze. 205 s. ISBN 978-80-213-1740-6.

PETERS, S. 2013. *Paradox šimpanze*. Brno: Zoner Press. 320 s. ISBN 978-80-7413-257-5.

PINTEREST. 2022. *Pravidla komunity Pinterestu* [online]. [cit. 2022-09-25]. Dostupné z: <https://policy.pinterest.com/cs/community-guidelines>

RADA EU A EVROPSKÁ RADA. 2022a. *Infografika – Akt o digitálních trzích* [online]. [cit. 2022-10-02]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/infographics/digital-markets-act/>

RADA EU A EVROPSKÁ RADA. 2022b. *Infografika – Akt o digitálních trzích* [online]. [cit. 2022-10-02]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/infographics/digital-services-act/>

REDDIT. 2022a. *What is karma?* [online]. [cit. 2022-09-25]. Dostupné z: <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us/articles/204511829-What-is-karma->

REDDIT. 2022b. *Wiki – community rules* [online]. [cit. 2022-09-25]. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/gaming/wiki/index/#wiki_community_rules

REDDIT. 2022c. *r/gaming* [online]. [cit. 2022-09-25]. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/gaming/wiki/index/#wiki_community_rules

ŘEHÁKOVÁ, M. 2021. *Lovci dezinformací končí s vládou. Ministři neposlouchají naše rady, říkají a jdou pomáhat americkému ministerstvu zahraničí* [online]. Hospodářské noviny. [cit. 2023-01-31]. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-66879470-lovci-dezinformaci-konci-s-vladou-ministri-neposlouchaji-nase-rady-rikaji>

STATISTA. 2023a. *Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2023* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

STATISTA. 2023b. *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

STATISTA. 2023c. *X (formerly Twitter) accounts with the most followers worldwide 2023* [online]. [cit. 2023-09-26]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/273172/twitter-accounts-with-the-most-followers-worldwide/>

STATISTA. 2023d. *Penetration rate of leading social media platforms in Taiwan in 2022* [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/295611/taiwan-social-network-penetration/>

TAYLOR, J. 2011. *Popular Culture: Cognitive Biases Make Common Sense Neither* [online]. [cit. 2022-09-28]. Dostupné z: <https://www.drjimtaylor.com/4.0/popular-culture-cognitive-biases-make-common-sense-neither/>

TFC. 2023. *About Us* [online]. Taiwan FactCheck Center. [cit. 2023-09-26]. Dostupné z: <https://tfc-taiwan.org.tw/en/about-us>

THE ORWELL FOUNDATION. 2023. *The Orwell Youth Prize* [online]. [cit. 2023-09-26]. Dostupné z - <https://www.orwellfoundation.com/the-orwell-youth-prize/2018-youth-prize/previous-winners-youth/2016-winners/if-liberty-means-anything-at-all-it-means-the-right-to-tell-people-what-they-do-not-want-to-hear-alexander-butcher/>

TIKTOK. 2022. *Pokyny pro komunitu* [online]. [cit. 2022-09-26]. Dostupné z: <https://www.tiktok.com/community-guidelines#37>

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. 2006. *Mezinárodní pakt o občanských a politických právech a Mezinárodní pakt o hospodářských, sociálních a kulturních právech* [online]. [cit. 2023-09-26]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/pracovni-a-poradni-organy-vlady/rp/dokumenty/mezinarodni-pakt-o-obcanskych-a-politickych-pravech-a-mezinarodni-pakt-o-hospodarskych--socialnich-a-kulturnich-pravech-19852/>

VTAIWAN. 2023. *Where do we go as a society?* [online]. vTaiwan. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://info.vtaiwan.tw/>

WORLD POPULATION REVIEW. 2023. *Taiwan Population 2023* [online]. [cit. 2023-03-13]. Dostupné z: <https://worldpopulationreview.com/countries/taiwan-population>

YOUTUBE. 2023. *Pokyny pro komunitu* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

Yu-Tang, H. 2018. *vTaiwan: An Empirical Study of Open Consultation Process in Taiwan* [online]. OSF. [cit. 2023-10-15]. Dostupné z: <https://osf.io/jnq8u/#!.%201>

Zákon o regulaci reklamy, 2022. Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. Dne 7. prosince 2022 (376/2022 Sb.)

ŽANTOVSKÝ, P. 2015. *Mediální manipulace a krize v České televizi v roce 2000*. Praha: Institut Václava Klause. 280 s. ISBN 978-80-87806-97-5.

8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

8.1 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Globální index svobody slova – digital rank. Zdroj: Index of Censorship (2023)

Obrázek č. 2: Cognitive Bias Codex. Zdroj: Mannogian and Benson in Desjardins (2021)

Obrázek č. 3: Nejpopulárnější sociální sítě na světě k lednu 2023, podle počtu aktivních uživatelů za měsíc (počet uživatelů je v milionech). Zdroj: Statista (2023b)

Obrázek č. 4: Země, které buď projednaly nebo již uzákonily legislativu inspirovanou německým zákonem NetzDG. Zdroj: Justitia (2020)

Obrázek č. 5: Cenový graf bitcoinu ve vztahu k Elonovým tweetům. Zdroj: Molla (2021)

Obrázek č. 6: Mapa Taiwanu. Zdroj: Guide of the world (2023)

Obrázek č. 7: Nejpopulárnější sociální sítě na Taiwanu za rok 2022. Zdroj: Statista (2022c)

Obrázek č. 8: „Reklama na ověřené a skutečné informace“. Zdroj: Foto autorka (4.3.2023)

Obrázek č. 9: Procec "vTaiwan". Zdroj: vTaiwan (2023)

8.2 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Využití aplikací Facebooku v rámci obchodních aktivit. Zdroj: Næss-Schmidt (2020, s. 19)