

Univerzita Palackého
Katedra politologie a evropských studií

Markéta Matyášová

Vliv dezinformací na politickou kulturu v ČR

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Doc. Mgr. Pavel Šaradín, Ph.D.

Olomouc 2022

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 27. 04. 2022

Podpis:

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce doc. Mgr. Pavlovi Šaradínovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné rady a podněty.

Obsah

| | |
|---|----|
| Teoretická část..... | 7 |
| 1. Fenomén dezinformací a fake news..... | 7 |
| 1.1. Propaganda..... | 8 |
| 1.2. Politická kultura..... | 8 |
| 1.3. Kolektivní paměť..... | 9 |
| 2. Role dezinformací v ČR..... | 10 |
| 2.1. Historie dezinformací..... | 10 |
| 2.3. Šíření dezinformací a jejich ověřování..... | 12 |
| Praktická část..... | 14 |
| 2.4. Šířitelé nepravdivých informací..... | 14 |
| 2.4.1. Role médií..... | 14 |
| 2.4.2. Role sociálních sítí..... | 18 |
| 2.4.3 Politici..... | 19 |
| 3. Vliv dezinformací ve významných událostech..... | 21 |
| 3.1. Parlamentní volby 2021..... | 21 |
| 4. Dotazník o ověřování informací..... | 29 |
| 4.1. Cíle výzkumu..... | 29 |
| 4.2. Návrh dotazníkové šetření..... | 29 |
| 4.3. Vyhodnocení dotazníkového šetření..... | 30 |
| 4.4. Shrnutí výsledků..... | 37 |
| 5. Řešení této problematiky..... | 38 |
| 5.1. Organizace pro boj proti dezinformacím..... | 39 |
| 5.1.1. Národní strategie a akční plán..... | 39 |
| 5.1.2. Demagog..... | 39 |
| 5.1.3. NELEŽ..... | 40 |
| 5.1.4. Středoevropská observatoř digitálních médií (CEDMO)..... | 40 |
| 6. Závěr..... | 41 |
| Použitá literatura..... | 42 |
| Seznam grafů..... | 46 |
| Abstrakt..... | 46 |
| Abstract..... | 47 |

Úvod

Postupem času, a také z velké části díky demokratizaci po Sametové revoluci v roce 1989, vedlo masivní šíření informací ke vzniku fenoménu dezinformací. Hlavním důvodem je širší dostupnost informací ve velkém měřítku, zdrojů tedy existuje spousta (dříve existovalo například jeden oficiální proud informací) a jejich zneužití je tedy snazší. V současnosti se tyto často nazývané „alternativní pravdy“ začaly objevovat skrze sociální sítě a mnoho občanů dnes není schopno rozeznat pravdivé informace od nepravdivých. Dnešní doba je často nazývaná jako „post-faktická“, nebo taky jako „new post-truth era“, pokud ztratíme jakýsi pravdivý základ pro diskusi, integrita celé společnosti se může zhroutit. Francouzský intelektuál Bernard-Henri Lévy upozornil na změnu v hodnotě samotné pravdy ve své knize *The Empire and the Five Kings: America's Abdication and the Fate of the World (2019)* a napsal: „To, co po celou dobu bylo známo jako pravda, je dnes pouhý posouvající se stín.“ S pravdou souvisí také důvěra, přičemž s její krizí můžeme říci, že nastává i krize pravdy (Douglass, 1869).

Dezinformační weby spoléhají na velké množství zpráv standardních médií, uvádí je jako zdroje či používají útržky informací, tudíž je obtížné mít přehled o tom, které informace jsou spolehlivé. I přes jejich nízkou návštěvnost je však jejich potenciální šíření obrovské, díky sociálním sítím, přes které lidé sdílí různé články a příspěvky. Lidé dokonce odmítají jakoukoliv snahu si zavádějící informaci ověřit. V debatách zaměřených na fenomén dezinformací se obecně dává za vinu nedostatečná mediální gramotnost, vzdělání či naivita a hloupost, avšak otázkou zůstává, na kolik je toto tvrzení pravdivé a zda například média či jiná informační periodika, která často šíří částečně zavádějící informace, nepřispívají k tomuto problému. Řešením by mohla být určitá regulace informací, ta však částečně koliduje s jedním z pilířů k správnému fungování demokracie, a tím je svoboda slova.

Cílem bakalářské práce je zjistit, do jaké míry si lidé tyto informace ověřují a jaká je role samotných informací na naše životy. V první části práce popisují samotný fenomén dezinformací a další termíny, které s ním jakýmkoliv způsobem souvisí, a jeho krátkou historii v české společnosti. S tím souvisí i to, kdo tyto informace šíří, jaký je účel těchto zavádějících informací a na jaká témata se nejvíce zaměřují. K této problematice si zmíníme i roli politiků, která hraje důležitou součást v ovlivňování společnosti. V rámci praktické části se také zaměřují na určité události z českého prostředí, které byly středem

pozornosti médií a byly nějakým způsobem ovlivněny dezinformacemi. Dále zkoumám současné postavení občanů k ověřování informací a jejich schopnost rozpoznání pravdivé informace od nepravdivé, který je vytvořen na základě dotazníku.

V poslední části zmiňuji dopady dezinformací na českou populaci a poté navrhuji potenciální řešení této problematiky. V rámci této kapitoly zmiňuji organizace, které byly založeny přímo za účelem boje proti dezinformacím.

Na začátku práce budu zkoumat postoje k dezinformacím z pohledu českých občanů. K tomu využiji analýz a výzkumů agentury STEM, která se v jednom z výzkumů věnovala právě fenoménu dezinformací. Dále budu využívat odborných debat o této problematice, které se odehrávaly v českém prostředí. U kapitoly zaměřující se na události z českého prostředí budu využívat článků z mediálních gigantů a dostupných informací (v rámci toho také již známých dezinformačních webů, a to na které události se nejvíce zaměřily). Budu pracovat i s primárními zdroji informací, tedy sociálními sítěmi politiků, kteří sami šíří neověřené či zavádějící informace a z jakého důvodu – přímá negativní kampaň, propaganda či pouze neznalost informací. Pro voliče je poté snazší si přečíst vyjádření právě těch politiků a dále si informace neověřují, protože věří právě jim.¹ Jedním z důvodů je ten, že se jejich názorové představy ve většině případech shodují, proto volič uvěří příspěvku politika, který zrovna nemusí být pravdivý, a dále si informaci již neověřuje.

V práci využívám literaturu, která se prvně zabývá definicí pojmů a je tedy tvořena spíše zahraničními autory. Jmenovitě například Almonda a Verbu, kteří jsou tzv. průkopníky ve zkoumání politické kultury. K charakteristice dezinformací a jejich šíření v české společnosti naopak používám českou literaturu, například knihu politologa Miloše Gregora, který se zabývá nejen historií fake news, ale i způsoby, kterými se falešné zprávy mohou šířit mezi lidmi.

Klíčová výzkumná otázka tedy zní „Do jaké míry si občané České republiky ověřují informace?“ a také „Jaký je trend dezinformací na politickou kulturu v ČR?“. K zodpovězení těchto otázek se zaměřím na vedlejší faktory, které mohou mít vliv na přemýšlení společnosti a aktuální trend.

¹ Definice známá pod pojmem “confirmation bias” - jedná se o jakoukoliv novou informaci, která utvrzuje v již vytvořených názorech. Příkladem může být situace, kdy voliči se účelně vyhýbají informacím, které vyvrací jejich existující názory.

Teoretická část

1. Fenomén dezinformací a fake news

Pojem dezinformace či tzv. fake news označuje úmyslně nepravdivé nebo zavádějící tvrzení, které se může objevovat v médiích a dále i na sociálních sítích. Její hlavní cíl je tedy ovlivnit či zmanipulovat příjemce, kterými může být nejen široká veřejnost, ale i část obyvatelstva, která se může stát cílem dezinformační kampaně pro její snazší ovlivnitelnost (například staří lidé).

Tato zpráva může být šířena nejen písemně, ale i ústně, pomocí upravených fotografií či videozáznamy. Hlavní charakteristikou dezinformace je tedy fakt, že neodpovídá skutečnému obrazu, chybí jí jakékoliv důvěryhodné zdroje a zastupuje extrémní názory, které se prezentují jako alternativní pravda (Táborský, 2019: 20-23).

Vedle pojmu dezinformací můžeme nalézt i pojem misinformace (tj. misinterpretovaná forma informace), která se liší svým způsobem sdělením. Může vzniknout kvůli nevědomosti příjemce určité informace, nebo pouhým omylem.

S jednou z definic „fake news“ přichází Evan Annett z kanadského časopisu *Globe and Mail*, který je rozlišuje do několika typů. Jeden z nich jsou dezinformace pro zisk, které se zaměřují na ekonomický motiv profitujících hoaxových webových stránek. Zde zmiňuje příklad webů převážně z východní Evropy, které těžily na příspěvcích o amerických volbách.² V tom smyslu, že se vytvořil větší prostor pro tvorbu nových hoaxů. Jako další typ jsou dezinformace pro politický zisk. Annett zmiňuje vládce jako byl Julius Caesar či Josif Vissarionovič Stalin, kteří používali média k ovlivnění spojenců a zmatení svých nepřátel. Dnes už bychom tuto formu dezinformací nazývali propagandou. Třetím typem jsou dezinformace jako trestný čin, kde hlavní roli mají hackeři, kteří záměrně získávají přístup k webovým stránkám a účtům na sociálních sítích k vytvoření falešných zpráv. Jako poslední typ dezinformací jsou tzv. „virální pranky“, které jsou jak už individuálně či skupinou lidí šířeny za účelem zábavy nebo i z pouhé neznalosti (Annett, 2017). Jedná se o tzv. recesi či zlomyslný žert, který cílí na určitou osobu či skupinu osob a zpravidla vyvolává rozpaky či nepříjemné pocity.

² <https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>

1.1. Propaganda

Pojem propaganda je úzce provázána s dezinformacemi, které při použití slouží jako určitý nástroj k manipulaci lidí. Jedním z mnoha, kteří tento pojem definovali, byl francouzský sociolog Jacques Ellul: „*Propaganda je soubor metod používaných organizovanou skupinou, která chce dosáhnout aktivní nebo pasivní účasti na svých činnostech od mas jednotlivců...*“ (Ellul, 1973).

Můžeme si zmínit jednu z českých definic vytvořenou Josefem Ftorkem, který tento fenomén charakterizuje jako soustředěnou činnost jednotlivců či skupin, kteří působením na emoce lidí kontrolují a mění postoje, názory a sdílené hodnoty dané společnosti (Ftorek, 2010).

Základní dělení propagandy vzniklo během druhé světové války ve Velké Británii. Rozlišuje se na tři druhy propagandy – bílou, černou a šedou. První ze zmíněných druhů je bílá propaganda, která je ze všech typů nejbližší k pravdě. Informace je prezentována způsobem, kdy člověk nabude pocitu, že odesílatel vše zamýšlí s dobrým záměrem (Jowett – Odonnell, 2012: 87). Tuto činnost může vykonávat například vládní agentura, nebo i žurnalisté z oblasti sportu. Dalším druhem je šedá propaganda, která se dá zařadit mezi právě bílou a černou propagandu. Je v podstatě více zavádějící, jelikož se může zdát, že původ zdroje pochází z nepravdivého média (Ftorek, 2010: 44). Jako příklad si můžeme uvést vyzdvihování západních hodnot oproti sovětským aktivitám. Posledním typem je černá propaganda, která pracuje přímo s dezinformacemi a lžemi, nejčastěji při operacích prováděnými vládou či jinou organizací. Zde záleží na tom, zda příjemce důvěryhodnosti informace uvěří či naopak. V tomto případě je příkladem vysílání rádia Svobodné Maďarsko v roce 1956, které popisovalo sovětské krutosti a vyzývalo Spojené státy k intervenci. Ve skutečnosti zprávy vysílala KGB, která chtěla zdiskreditovat roli USA v neschopnosti pomoci menším státům. (Welch, 2003: 39).

1.2. Politická kultura

Samotný pojem kultury vyjadřuje veškerou lidskou skutečnost, která vyjadřuje charakter jakékoliv lidské činnosti, která podle některých autorů vyjadřuje informační schopnost, její další zpracování informace, a následného vlivu na občanskou společnost. Politická kultura je tedy charakterizována jako činnost, která má svou základní osu v politickém procesu spjatým s fungováním státu a dalších institucích a organizacích.

Jednou z nejnámějších a nejrozšířenějších definic politické kultury je ta od amerických politologů G. A. Almonda a S. Verba (*The Civic Culture*, 1963), podle nich je „politická kultura souborem individuálních politických přístupů a orientací subjektů daného systému“ (Almond, 1963: 14-17). Autoři řeší problematiku politické kultury, její vliv na stabilitu demokracie a rozdíly mezi politickými systémy ve světě. Zavádí i tzv. pojem občanské kultury, která má vyjadřovat vztah mezi rolí občana a politické kultury. Ta se na rozdíl od politické kultury nevztahuje jen na oblast politických systémů, ale na širší oblasti sociálního systému.

Typickým příkladem je jejich typologie politické kultury na 3 základní typy – účastnickou, kulturu „podřízenosti“ a kulturu „farní“. V tzv. účastnické politické kultuře berou občané svou roli zodpovědně a soustřeďují se na aktivní přístup v politickém systému. V kultuře podřízenosti, která je specifická pro autoritativní společnosti, se od obyvatel nečeká aktivní pojetí své role v politickém životě, spíše určitá loajalita vůči systému. Posledním typem je farní politická kultura, která je charakteristická svou provázaností s náboženstvím a konzervativní politickou strukturou bez očekávání určité změny (Almond, 1963: 14-17).

Existují i kombinace těchto politických kultur, které ovšem nemusí být vždy negativním jevem ovlivňujícím vývoj demokracie, naopak představuje prvek stability. Na druhou stranu, v případě přebytku prvků podřízenosti či farní kultury může dojít k brždění demokratického rozvoje, stejně tak i v okamžiku přemíry prvků participace, ve které se občané podílejí na zásadních otázkách týkající se budoucnosti státu. Rovnováha mezi těmito kulturami je tedy zásadní.

Mezi roky 1960-1961 Almond a Verba zkoumali úroveň politické kultury 5 společností: Velké Británie, USA, Itálie, Německo a Mexiko, a to na základě zejména politické znalosti společnosti, stupně angažovanosti, snášenlivosti politických názorových rozdílů či způsoby politické činnosti.

1.3. Kolektivní paměť

Mezi další pojmy, které jsou určitým způsobem spojeny s fenoménem dezinformací je tzv. „collective memory“ (neboli kolektivní paměť). Ta vznikla a stále vzniká na základě životních událostí, které dále připomínají člověku sdílené zkušenosti z minulosti. Tato speciální vzpomínka může být spojena jak už s určitými objekty, tak i s psanými dokumenty, knihami a místy (Halbwachs, 1980: 130). Avšak záleží, jak jedinec s těmito

vzpomínkami zachází v sociální skupině a dále, jak ji tato skupina udržuje. Každá kultura formuluje svou vlastní identitu a zprostředkovává společnou symboliku – sdílený prostor se stejnými zkušenostmi a očekáváními, který vytváří mezi touto skupinou vzájemnou důvěru (Assmann, 2011: 25-28).

2. Role dezinformací v ČR

2.1. Historie dezinformací

Jedním z příkladů využití dezinformačních kampaní je období válek, které byly využity všemi stranami. Můžeme si zmínit například zpravodajské služby států Varšavské smlouvy, mezi nimi i samotné Československo, které přímo dominovalo v této praxi. Právě českoslovenští dezinformátoři patřili mezi velmi vlivné a světovou špičku (Gregor, 2018: 10-14).

K určitému prosazení dezinformací a přesvědčování občanů o jiné skutečnosti sloužila tzv. propaganda. Takové praktiky se částečně využívaly i dříve, ale první světová válka ukázala, jak mocná může být při správném použití. Na jednu stranu se prezentovala v různých formách jako obyčejná reklama na automobily a prací prášky, v jiných případech však představovala teror a účelné vymývání mozků.

Během druhé světové války se tyto zkušenosti začaly využívat v dosud nevídaném měřítku, cílem armád již nebyly pouze vojenské cíle, ale i civilní obyvatelstvo. Byl vidět výrazný posun v oblasti technologie zbraní a médií, sledování filmů v kině se začalo stávat oblíbeným trendem dostupným pro širokou veřejnost a většina domácností si pořídila rádio. Rádio a televizní přenos tedy představovaly pro propagandisty skvělou příležitost k šíření potřebných sdělení.³ Již zavedené noviny a plakáty ovšem také zůstaly nedílnou součástí (Gregor, 2018: 10-14).

Případ Československa za Studené války značil mocný vliv Sovětského svazu, ten byl po dlouhá desetiletí mezi lety 1945-1990 v napjatém vztahu se Spojenými státy. Cílem jeho propagandistické kampaně bylo tvrzení, které rozlišovalo, kdo je ten hodný a zlý aktér. Tato ideologie měla přesvědčit stejně jako vlastní obyvatelstva, tak i zbytek světa o nevinosti komunistického režimu. V těchto zemích panovala naprostá kontrola médií, tudíž všechny přinášely zprávy s přesvědčením nad jedinou existující pravdou. Jedinou výjimkou byla rádia vysílána přes železnou oponu, ty byly oficiálně zakázány vládními

³ Hitler byl znám jako velký propagátor rádia a díky tomu mělo Německo největší podíl domácností s rádiem na světě (před druhou světovou válkou nebylo rádio standardem).

orgány a za jejich šíření hrozily přísné tresty (např. Hlas Ameriky a Svobodná Evropa). Nicméně i západní média byla schopná manipulovat s veřejným míněním tvorbou tzv. „rudého nepřítele“. Existovala celá řada animovaných filmů pro děti, které obsahovaly propagandistická sdělení, nebo například žvýkačky se jménem „Dětské tažení proti komunismu“ s vysvětlivkami a naučnými kartičkami (Gregor, 2018: 10-14).

Propaganda a dezinformace v komunistických zemích se staly i součástí vzdělávacího systému, především v předmětu historie. Některé události byly buď pozměněny nebo přímo vymazány, aby přesně odpovídaly ideologickému myšlení. I přesto, že propaganda byla všude přítomná, v té době byla ještě relativně rozpoznatelná a naivní. Tvůrci těchto sdělení se snažili o věrohodnost, nicméně to neodpovídalo každodenní realitě, kdy obyvatelé byli například zbavováni majetku, nebo neměli možnost studovat a cestovat.

Existuje několik historických událostí, které byly doprovázeny dezinformačními kampaněmi. Ty nám tedy dokazují, že se nejedná o fenomén několika posledních let.

Jednu z nich má na svědomí československá Státní bezpečnost za komunistického režimu, kde jednu z hlavních postav hrál roli major dezinformačního odboru Ladislav Bittman. Pod krycím názvem „Akce Neptun“ se stala jednou z mála nejméně úspěšných dezinformačních kampaní Státní bezpečnosti. Cílem bylo mystifikovat a zmanipulovat veřejné mínění československých občanů a také zahraničí a zdiskreditovat ideu západní politiky po již dvacátém výročí konce druhé světové války. Dne 21. června 1964 byly čtyři bedny s údajně nacistickými dokumenty tajně schovány na dno šumavského jezera a několik dní poté probíhala investigace těchto materiálů dokumentována médii, ty však o zinscenované akci nevěděly. Posléze vydalo ministerstvo vnitra zprávu o nálezů těchto písemností, které značily důkazy o tom, že Západní Německo a Rakousko je stále obýváno sympatizanty nacistického režimu. Akce způsobila odchod některých politiků z politické scény, stupňovalo se úsilí zahraničních organizací ke stíhání nacistických zločinců a došlo i k sebevraždám. Pravdivé pozadí operace odhalil až Ladislav Bittman v 70. letech.⁴

⁴ http://www.totalita.cz/stb/stb_a_neptun.php

2.2. Současnost

V České republice se trend v počtu dezinformačních webů stále zvyšuje, jen mezi lety 2016 a 2019 se jejich počet zdvojnásobil. Samotný počet dezinformačních článků za rok 2019 byl přes 181 tisíc, který vyplývá z Výroční správy Bezpečnostního centra Evropských hodnot.⁵ Spolek Nelež sestavil svůj vlastní seznam „nejvíce toxických“ dezinformačních webů, které se skládají ze tří hlavních zdrojů – slovenského webu konšpiratori.sk, hodnocení novinářských standardů Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky a na základě analýz mediálních dat společnosti Semantic Visions.⁶ Mezi nejvíce vlivné české dezinformační weby patří například Aeronet, Sputniknews, Pravý prostor, Protiproud a asi nejznámější Parlamentní listy, avšak ty jsou řazeny do zvláštní kategorie politického mainstreamového bulváru (Štětka, 2020: 90-109).

Na konci února 2022 se sdružení CZ.NIC, které spravuje českou internetovou doménu, po konzultacích s bezpečnostními složkami státu, části těchto webů pozastavila činnost kvůli šíření dezinformací ve vztahu ruského útoku na Ukrajinu, jelikož v některých případech jsou weby vlastněny a kontrolovány cizími mocnostmi (v tomto případě Ruskou federací).

Dosah falešných zpráv těchto médií je značně limitován na určitou skupinu oddaných čtenářů, naopak vlivnou součástí tohoto systému jsou řetězové emaily, které mohou dosáhnout významné role v šíření dezinformací (Štětka, 2020: 90-109).

2.3. Šíření dezinformací a jejich ověřování

Historie nám ukázala, že manipulace byla snadná v dřívějších letech, když byli lidé negramotní, neuměli číst ani psát, či žili ve strachu například během první a druhé světové války. Takové zprávy se nejčastěji šířily ústně, tudíž lidé měli minimální možnost si informaci ověřovat. Dnes má každý možnost svobodného vyhledávání informací, většina společnosti je již gramotná, avšak trend manipulace stále přetrvává. Přísun masy nových zpráv by měl správně vést k větší informovanosti, nicméně jako společnost jsme nastavení tak, že se snažíme zobecňovat a zjednodušovat určité skutečnosti (Gregor, 2018: 43-46).

⁵ <https://europeanvalues.cz/cs/annual-report-on-the-state-of-the-czech-disinformation-scene-in-2020/>

⁶ <https://www.nelez.cz/#uvod>

Lidé přirozeně cítí potřebu ztotožňovat se a sdílet informaci, která odpovídá jejich představě nebo preferovanému narativu. Podle novináře Jeremyho Haya ze Spaceship Media, společnost vnímá informace z pohledu emočního a psychologického a nepřemýšlí nad možnostmi, že se můžou mýlit (Chun, 2020: 17-18). I přesto, že tito příjemci jsou si zcela vědomi falešné zprávy, jejich představa se shoduje, proto jí i dále věří. Toto tvrzení potvrdil v roce 2010 neurovědec Antonio Damasio svým výzkumem, že v procesu rozhodování hrají větší role emoce než logické myšlení.

Dezinformace často bývají přitažlivé a jejich účelem je nějakým způsobem zaujmout čtenáře, jak už poutajícími titulky, extremistickými výroky či vystrašujícími fotkami. V některých případech se objevují od rasistických článků po homofobní či xenofobní obrázky, které vzbuzují v člověku strach nebo zlobu. Šířitelé těchto zpráv používají fotky vytržené z kontextu, které jsou dále sdíleny jako hoaxy proti imigrantům, gayům, ženám atd. Titulky jsou nejčastěji napsány velkým písmem s šokujícím sdělením, aby zaujaly co nejvíce lidí (Chun, 2020: 210-211).

Kognitivní neurolog Tali Sharot píše o tématu tzv. „technology-induced confirmation bias“ (Sharot, 2017). Jedná se o algoritmy, které nám ukazují zprávy založené na tom, co jsme si dříve hledali například na internetu. Tedy informace, které každodenně přijímáme, jsou již dávno přednastavené. I v případě, kdy bychom se fake news určitým způsobem zbavili, stále budou existovat lidé, kteří nemají názory založené na oficiálních datech. Jedním z problémů je problém etický. Tyto již samotně generující algoritmy neumí rozlišit obsah příspěvků, tedy zda je zpráva dezinformací či jen satirická. Tím se vytváří výzva pro obyčejného člověka, který je již naučen přijímat tzv. „rychlé informace“ a je tedy občas náročné analyticky uvažovat, ještě při tak velkém přílivu informací.

K většímu šíření dezinformací dochází i ve společnostech, které jsou signifikantně polarizované. K takovým příkladům patří platforma Facebook a další podobné technologie, které umožňují uživatelům plně vyjadřovat své názory pod maskou digitálního světa.

Nejefektivnější cesta komunikace a tedy nejsnadnější metoda šíření dezinformací je tzv. „vizuální kultura“, příkladem je fotožurnalismus, filmové dokumenty či televizní vysílání (Zelizer, 2010: 24). S vývojem multimédií se tento trend ještě zvětšil, stejně jako role vizuálních médií v dezinformačních kampaních. Jeden z důvodů je ten, že obsahují méně textu či vůbec žádný, proto je potřeba minimálního množství racionálního myšlení.

Odborník na vizuální komunikace Paul Messaris zmiňuje tři klíčové charakteristiky, které vysvětlují zmíněnou efektivitu. Jednou z nich je ikoničnost obrázku, při které autor může použít symboly z historických událostí, které si lidé pamatují a mají je spojené s určitým významem a emocemi. Zvednutá pěst je dobrým příkladem, lidé mají tento symbol spojený s lidovým odporem, proto je možné použít toto gesto v různých kombinacích a spojit ho s určitou informací. Messaris dále zmiňuje charakteristiku důkazu, který je vytvořen právě určitým obrázkem. Také s možností tzv. „photoshopu“ (tedy upravení obrázku, kterého si příjemce nevšimne) v 90. letech se stávají tyto vizuály až nevyvratitelným svědectvím o tom, že událost se opravdu stala (Chun, 2020: 100-101). Jedním z populárních trendů na toto téma jsou uprchlíci spojeni s imigrační krizí. Před několika lety se na sociálních sítích začaly objevovat fotografie lodí obsypané lidmi, které byly neustále sdíleny dalšími uživateli. Ve skutečnosti šlo o rok 1990, kdy zkolaboval komunistický režim v Albánii a následující události vedly k masivní emigraci do Itálie.

Poslední charakteristikou je fakt, že vizuální obrázky nepotřebují žádné opodstatnění či argumenty na rozdíl od psaného textu. Důvodem je to, že dnes žijeme v době, ve které dominují informace ve formě obrázků a zvuků ovlivňující naše emoce, než naši racionalitu. A tedy slogany a „memes“ mají větší moc než samotné argumenty (Manjoo, 2018).

Praktická část

2.4. Šířitelé nepravdivých informací

2.4.1. Role médií

Jako v každé profesi, výkony jednotlivých lidí se liší a konkrétně v žurnalistice se najdou příklady žurnalistů s kvalitnějšími pracemi než jiní. Je přirozenou součástí, že i u seriózního zpravodajského média se může objevit chyba, nemusí se však jednat o účelnou manipulaci. Existuje několik důvodů, proč k takovým chybám dochází. Jedním z možných vysvětlení je právě záměrné šíření dezinformací do veřejného prostoru, média jsou však omezena tzv. etickým kodexem novináře, který se zabývá právě důvěryhodností a profesionalitou žurnalistiky, apeluje rovněž na ověřitelné a nezkreslené informace. Jedním z dalších problémů možných chyb je rychlost v podávání informací, která se nesmírně změnila po příchodu internetu. V dnešní době je důležitější zveřejnit zprávu co nejdříve, nehledě na to, jak kvalitní a pravdivá bude. Dalším důvodem těchto chyb je usnadnění práce s psaním nového článku, který již může existovat v jiném médiu. To

znamená, že média často přebírají články od jiných a fakta si dále neověřují, jelikož spoléhají na to, že informace bude již ověřená. Zde může nastat problém, jelikož čtenář informaci může lehce uvěřit, jelikož ji četl ve více médiích (Gregor, 2018: 131-135).

Dále se ukazuje, že důvěra ve sdělovací prostředky se postupem času snižuje. Podle výzkumu CVVM z roku 2020 v České republice „rozhodně důvěřovalo“ rozhlasu pouze 7% lidí, dále pak televizi 6% a tisku pouhá 4% respondentů (Hanzalová, 2020). Je to z toho důvodu, že nastává stále větší rozmanitost v mediálním průmyslu s širší digitalizací, proto konzumenti často narážejí na čím dál tím větší počet médií, kterým nevěří (Gregor, 2018: 131-135). K tomuto trendu přispívají i dezinformační weby, které útočí na tradiční média a jejich validitu informací.

Média a samotní redaktoři jsou vystaveni silnému tlaku kritiky i přes to, že se snaží o objektivní žurnalistiku. Také musí soupeřit s takovými typy médií, které operují s méně důvěryhodnými zdroji a to vede k postupné bulvarizaci a již zmíněné ztrátě důvěry čtenářů. Jelikož konzumenti dnes vyhledávají spíše zábavné a zajímavé zprávy, vedle toho se seriózní a analytické články stávají méně populárními.

Takové oslabování důvěry médií vede k tomu, že lidé získávají méně znalostí, jelikož nevěří tradičním médiím, odmítají jejich informace, a stále častěji konzumují obsah právě těch méně důvěryhodných a utvrzují se tak ve vlastních názorech. K takovému negativnímu trendu přispívá i kritika médií některých politiků, kterým se nelíbí role tisku a obecně médií jako „hlídacího psa demokracie“.

Můžeme si uvést typický příklad nepravdivé a zavádějící informace, která se objevila na stránkách Parlamentních listů. Člověk nemusel hledat dlouho. Každého by první zaujal titulek, který je tentokrát poměrně poutavý: „Fiala prezidentem. Ano, padlo z důležitých úst“. Článek je postaven na facebookovém příspěvku exministra vnitra za ODS Ivana Langera, který se zaujatě vyjádřil k premiérově cestě do Kyjeva slovy „Petr Fiala je na cestě podat demisi sám sobě v březnu 2023“. Chtěl tím naznačit, že jako premiér bude muset podat demisi sám sobě, když se v roce 2023 stane novým prezidentem. Ivan Langer očividně své vyjádření myslel sarkasticky, nicméně dezinformační web tuto informaci podal jako fakt s tím, že Langer „předpovídá“, že taková situace může nastat. V tomto případě jde o souběh několika faktorů, které mohou čtenáře zmást, a tudíž informaci přijmout za pravdivou. Zdroj je tedy důvěryhodným, jelikož se opravdu jedná o facebookový profil exministra, nicméně z části tomu napomohl

samotný Ivan Langer, který informaci podal sice sarkasticky, bohužel někteří jedinci to mohou vnímat naopak. To můžeme zpozorovat i z komentářů pod příspěvkem, které naznačují, že někteří lidé očividně nepochopili zamyšlený záměr. Parlamentní listy využily situace a vyjádření přeformulovaly jako seriózní.⁷

Fiala prezidentem. Ano, padlo z důležitých úst

16.03.2022 11:03 | Ze sítě

Exministr vnitra za ODS Ivan Langer má za to, že předseda ODS a premiér Petr Fiala svou cestou do Kyjeva vykročil zároveň na svou prezidentskou dráhu. Langer předpovídá, že se Fiala stane v roce 2023 prezidentem České republiky.

👍 To se mi líbí 127 Sdílet

Obrázek 1: Titulek článku *Parlamentních listů*



Obrázek 2: Facebookový příspěvek politika Ivana Langera

⁷ <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Fiala-prezidentem-Ano-padlo-z-dulezitych-ust-696058>

Některé články na první pohled vypadají velice zvláště, jak už při pohledu na titulek či po přečtení jednoho či dvou odstavců. A přesně takový styl článků má další dezinformační web Aeronet News. Aktuálním tématem Ukrajiny se zcela změnil trend v kritice uprchlíků, proto se toto médium očividně rozhodlo příběhy propojit. V tomto případě je titulek velice dlouhý a psaný velkým písmem s odkazem na video. Článek pojednává o záběrech ze slovenského hraničního přechodu s Ukrajinou, kde jsou dle informací davy uprchlíků z Afriky a západní média tyto kolony migrantů označila za Ukrajince prchajícími před válkou a mířící k hranici EU. Tyto informace tedy zpochybňují celosvětově uznávanou válku na Ukrajině. Ovšem po zhlédnutí videa je jasné, že se určitě nejedná o slovenské hranice, i přes špatnou kvalitu videa, dopravní značka je zcela odlišná od té skutečné. Druhé video není ani dostupné, jelikož bylo již odstraněno uživatelem, také chybí zdroje videí. Web se také odkazuje na ruské novináře, kteří na dezinformace západních médií odkazují.⁸



Obrázek 3: Titulek článku Aeronet News

⁸<https://aeronet.news/video-sokujici-zabery-ze-slovenskeho-hranicniho-prechodu-s-ukrajinou-kde-namisto-prchajicich-ukrajincu-jsou-davy-africanu-z-maroka-mali-nigeru-konga-a-zairu-nikde-neni-slyset-ukrajinština/>

Přijeli pomoci chudým Ukrajincům, ale místo nich našli Afričany ve značkovém oblečení a s Gucci kabelkami

Nevím, od kdy si studenti, kteří jsou věčně bez peněz, mohou pořizovat kabelky Gucci, ale vzhledem k tomu, v jak čistých hadrech na tom hraničním přechodu čekali na odvoz do vnitrozemí a dál do EU, tak moc nepřipomínali uprchlíky před válkou. Víte, jak se prchá před válkou? Tak se podívejte na některé dobové filmy z dob odsunu českého obyvatelstva z tzv. Sudet. **Uprchlíci před jednotkami Freikorps prchali s peřinami, s kufry plnými oblečení a osobními věcmi, s nádobím a zvířaty, nejen hospodářskými, ale i se psy a kočkami.** Když se podíváte na video na africké migranty z Ukrajiny, vidíte mladíky a mladé ženy ve značkových hadrech a bundách Tommy Hilfiger, bez jakýchkoliv zavazadel, maximálně s batůžkem a hlavně s mobilem v ruce.

Obrázek 4: Odstavec článku Aeronet News

2.4.2. Role sociálních sítí

Oxfordská studie „The Global Disinformation Order“ z roku 2019 zjistila, že v poslední době více a více států využívá právě dezinformačních kampaní s využitím sociálních sítí. Součástí výzkumu byly i autoritářské země, které pomocí sociálních médií diskreditují své politické protivníky a potlačují lidská práva svých občanů. Mezi ty patří Egypt, Turecko, Katar, Kambodža či Kazachstán, dále například Čína, Venezuela a Vietnam, kde fungují státem najímaní tzv. trollové aktivisté, kteří se snaží o ovlivnění veřejného mínění.

Hlavní sociální sítí k manipulování lidí podle výzkumu je Facebook, kde dezinformátoři využívají memů, poplašných videí a fotek. Nicméně některé země se snaží i o negativní ovlivnění zahraničí, dříve se zaměřovaly na své domácí platformy (například v Číně).⁹

Sociální sítě se v posledních letech staly informačním zdrojem většiny obyvatel v České Republice, přes polovinu uživatelů získává informace právě ze zpravodajství online. Hned po webových stránkách jako je Google a Seznam, dalším nejnavštěvovanějším serverem je YouTube. Jelikož videa se stávají čím dál tím více populárními, díky přitažlivosti a zábavnosti YouTube, manipulace je stejně snadná jako při psaní textu – stačí video správně sestříhat a upravit, či pouze vytrhnout z kontextu.

⁹ <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/news/social-media-manipulation-by-political-actors-now-an-industrial-scale-problem-prevalent-in-over-80-countries-annual-oxford-report/>

Na sociálních sítích se poslední dobou začal vytvářet trend v tzv. „občanské žurnalistice“, v níž hrají roli běžní občané. Neživí se klasickou redakční prací, slouží spíše jako amatérští žurnalisté a mohou být zdrojem autentických zpráv a videí nečekané události. Od novinářů se liší právě tím, že jejich informace vycházejí spíše ze subjektivní aktivity jedince a mohou být méně kvalitní, jelikož neprošli určitou editací a korekturou (Good, 2009). S tím souvisí i důvěryhodnost zdroje, jelikož nejsou vázáni žádným novinářským kodexem, mohou se tak dopustit úmyslné či neúmyslné dezinformace. Příkladem může být komentář k současnému očkování proti covidu-19, kdy člověk vyjadřuje své vlastní myšlenky (například, že člověk po očkování nemusí být plodný) a ospravedlňuje se svým nárokem na názor. Bohužel tyto „názory“ nejsou podloženy žádnými relevantními daty a zdroji, proto nelze tuto lež vydávat jako plnohodnotný fakt.

Primární síla sociálních sítí spočívá v neustálém předsílení příspěvků, které mohou být zdrojem dezinformací. Tímto způsobem se zpráva může dostat k několika miliónům uživatelů během pár minut.

2.4.3 Politici

V České republice můžeme najít několik významných politiků, kteří mají poměrně výrazný problém s vyslovováním pravdivých informací. Z dat serveru Demagog, který je známý pro jeho ověřování a kontrolu výroků politiků, lze vidět, že jde hlavně o předsedy populistických stran (ANO, SPD, KSČM).

Příkladem může být Tomio Okamura z SPD, který ze všech ověřených výroků pronesl pravdivé informace pouze v 43 procentech případů během roku 2020. V jeho vyjádřeních jde tedy spíše o nepravdivé, neověřitelné či zavádějící výroky. Mezi další politiky, kteří na tom nejsou nijak lépe, patří bývalý premiér Andrej Babiš za ANO či bývalý předseda komunistické strany Vojtěch Filip.¹⁰

Na druhou stranu bývalá opoziční koalice, dnes už vládní koalice obstála u tzv. „factcheckingu“ výrazně lépe. Pravdivé výroky u nich tvořily přes 70 %.

Data Bezpečnostního Centra Evropských hodnot z roku 2021 vygenerovaly nejvýraznější české politiky, kteří šíří dezinformace. Mezi nejvíce zmiňovanou osobu na dezinformačních webech byl europoslanec Ivan David za SPD, který byl několikrát

¹⁰ <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zebricek-nejuspesnejsich-dezinformatoru-vede-spd-i-csakova-148558>

uveden za autora článků domény Nová republika, analyzovanou Bezpečnostním centrem. Nejčastěji zmiňovanými pojmy jeho článků bylo například Turecko a s ním spojené konspirační teorie o imigrantech nakaženými covidem-19 směřujícím k řeckým hranicím jako „biologická zbraň“.¹¹

Známou tváří dezinformačních webů se stal již zmiňovaný Tomio Okamura, který v mnoha případech stál i za různými články jako autor. Ty se věnovaly primárně Evropské unii a její kritice, pro kterou je velice známý. Jeho stranický kolega Radim Fiala figuruje v mnoha článcích na dezinformačních webech také, zaměřuje se na podobná témata Evropské unie či dezinformací o koronaviru či migraci.

Výraznou osobností, dříve působící nejen v Poslanecké sněmovně, je i Lubomír Volný, bývalý člen SPD, dnes už člen politické strany Jednotných. Ten se ve svých příspěvcích držel trendu dezinformační scény a dokonce začal sdílet příspěvky ruské a čínské propagandy. Dezinformace se mu poté povedly přenést i na půdu Poslanecké sněmovny, čímž podpořil vidinu tzv. alternativní pravdy.

Mezi známé dezinformátory patří i současný český prezident Miloš Zeman, některé nepravdivé či zavádějící informace můžeme zaznamenat při jeho pravidelných prohlášeních nebo rozhovorech. Takovým příkladem může být jeho tvrzení o tom, že „když nám bylo nejhůř, Čína nám pomohla svými 50 letadly“. Nicméně zapomněl zmínit, že Česká republika musela za tyto pomůcky zaplatit, v tu dobu za velmi předraženou cenu a s nízkou kvalitou.

¹¹ <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zebricek-nejuspesnejsich-dezinformatoru-vede-spd-i-csakova-148558>

3. Vliv dezinformací ve významných událostech

3.1. Parlamentní volby 2021

Parlamentní volby se staly jedním ze zásadních témat minulého roku. Politické strany čelily útokům ve formě dezinformací a lživých zpráv nejen v televizních debatách, ale hlavně na sociálních sítích. Podle občanského hnutí bojujícího proti dezinformacím Čeští Elfové, dezinformátoři se zaměřili spíše na bývalou opozici – zejména na politickou stranu Pirátů, jejich koaličního partnera STAN a dále i na koalici SPOLU. Na rozdíl od předcházejících parlamentních voleb v roce 2017, kde bylo hlavní téma v kauze Lithia, v rámci této dezinformační kampaně hrála významnou roli pandemie covidu-19 spojená s funkcí Evropské unie či hoaxy přímo o osobních životech politiků.

Co se týče facebookových příspěvků, nejvíce dominovala témata útočící na bývalého premiéra Andreje Babiše, primárně z důvodu jeho role v bezprecedentní situaci během pandemie, a nebo již zmíněnou politickou stranu Pirátů. Podle šéfredaktora Demagogu Jana Fridrichovského jsou takové příspěvky často sdíleny obyčejnými lidmi ve vytvořených skupinách, které ve většině případech tvoří podobně smýšlející lidé se sklonem k neověřování informací a následnému šíření falešných zpráv. Taková sdílení jsou v masovém měřítku, dosah je tedy ve finále obrovský. Podle analýz STEM se jedná o takový segment lidí, který tvoří méně než 5% české populace. Jsou schopni se orientovat ve světě, v tom smyslu, že umí cizí jazyky, sledují zahraniční média, a nebo přímo žili nějakou dobu v zahraničí.

Méně atraktivním tématem na sociálních sítích byl tzv. Green deal, který byl naopak probírán spíše na dezinformačních webech jako jsou Parlamentní listy. Podle Jonáše Syrovátka z Institutu Prague Security Studies (PSSI) jde o určitý trend, ve kterém se obsah například facebookových příspěvků spíše oddaluje od těch na dezinformačních webech.

Podle průzkumu STEM se potvrdilo, že během těchto voleb deklaroval velký počet lidí svou nerozhodnost při volbě, ta je však minimálně ovlivněna v krátkodobém dohledu. Nicméně témata jako migrační krize a pandemie covidu-19 si převzala novou skupinu lidí, která se stala tzv. „terčem dezinformací“, ti dále začali šířit tyto zprávy. Podle analytika Nikoly Hořejše, s každým novým tématem se najde určitý vzorek lidí, kteří jsou s tématem spjati a dále i ovlivněni. Vysvětluje to na kontroverzním příkladu

fenoménu elektroaut, který se může v budoucnu stát potenciální dezinformační kampaní a ovlivnit tak specifickou skupinu obyvatel.

Předvolební dění analyzoval ve svém výzkumu PSSI, který na vzorku deseti dezinformačních webů zjistil množství článků věnovaných právě domácí politice před parlamentními volbami 2021. V uplynulých 19 dnech se na webech objevilo přes 357 článků a většina z nich se zaměřovala na kritiku EU. Kritika se také soustředila, v té době, spíše na vládní a opoziční strany, načež kritika vlády nebyla mířena přímo na hnutí ANO, ale spíše obecně na roli establishmentu. Na druhou stranu weby vyjadřovaly podporu antisystémovým stranám jako jsou SPD, Trikolóra a Volný blok.¹²

Také kritika opatření proti koronaviru a téma očkování se stala nedílnou součástí článků dezinformačních médií. Dezinformace typu zavedení povinné vakcinace sloužila k určitému náznaku toho, že správnou volbou se tomu dá zabránit.

3.2. Monitoring dezinformací během období před volbami

Jelikož se volby konaly na začátku října, největší vlna volebních kampaní se spustila nadcházejícím měsícem zářím. Vedle sociálních sítí, na kterých každodenně přibývalo mnoho příspěvků politiků a jejich podporovatelů, hrály významnou roli i média, speciálně tedy dezinformační weby. Skupina Českých elfů za celé období dělala monitoring a následnou analýzu témat, která se objevovala na těchto webech, a tedy i toho, na které politické strany se weby nejvíce soustředily.

Během prvního týdne monitoringu Čeští elfové zaznamenaly primárně útoky na Piráty jako extrémní levici a stranu, která do ČR přivede nové migranty. Předseda pirátské strany je shrnut v jednom článku Parlamentních listů následně: „*dreadatý příznivec levicově extrémistického radikálního uskupení Antifa a současný globalistický EU jugend Ivan Bartoš*“. Dalším souhrnem narativů jsou lži o jejich údajných záměrech, které mají údajně mířit na seniory – zdanění bytů, či odebrání řidičského průkazu. Útoky byly zaznamenány nejčastěji z proruských skupin, ale také i od některých českých politiků.

Dále se terčem útoků stala koalice SPOLU, která byla označena za nesourodou a nestabilní skupinu politických stran. Předmětem útoků bylo nejčastěji údajné podřízení

¹² <https://www.pssi.cz/events/29-dezinformacni-debata-parlamentni-volby-2021-konspirace-a-komunikace-politickych-stran>

Západu (EU, USA), rozšíření korupce či vyhrožování rozpadem české politiky. Naopak dezinformační weby pozitivně propagovaly volební kampaně tzv. „vlasteneckých“ stran jako jsou SPD, ANO a Přísaha, vybízely k volbě právě těchto politických stran. Na místě bylo i obviňování Evropské Unie, která podle všeho může za ovlivňování voleb díky jejímu neustálému upozorňování na střet zájmů Andreje Babiše. Dále často zaznívalo i jméno Andreje Babiše mladšího, který se vyjádřil ke kauzám svého otce, jeho slova pak byla použita jako cílená negativní kampaň opozičních stran proti ANO.



Obrázek 5: Titulek článku Sputnik News

Původně měl být Andrej Babiš mladší v minulosti zavlčen proti své vůli na Krym, aby neovlivňoval stále probíhající kauzu Čapího hnízda, kde současně vystupoval jako svědek. Babišův syn Andrej Babiš mladší dorazil na zahájení volební kampaně ANO, kde chtěl vyjádřit své postoje vůči svému otci, v období před volbami kandidátem na předsedu vlády ČR. Parlamentní listy se v tomto článku pustily do „zmapování“ celé události, která měla značit účelnou kampaň původních opozičních stran proti hnutí ANO. Spekulace se objevily o vlivu předsedkyně TOP 09 Markéty Pekarové Adamové, režiséra Víta Klusáka, a nebo psychologa Kaufnera, kteří měli údajně ovlivňovat chování Andreje Babiše mladšího. Podle slov premiéra Babiše byl jeho syn těmito lidmi zneužíván a zároveň poukazoval na zdravotní stav svého syna. Údajné spojitosti vyvrátila samotná Markéta Pekarová, která zpochybnila jakoukoliv komunikaci s Babišem mladším, zmiňuje i skutečnost, že ji nikdo z médií nekontaktoval a nezeptal se na konkrétní věci.

Celou věc označila za pouhé vytváření falešných informací, které měly působit na občany před parlamentními volbami. Poté podala na šířitele dezinformací předžalobní výzvu.¹³

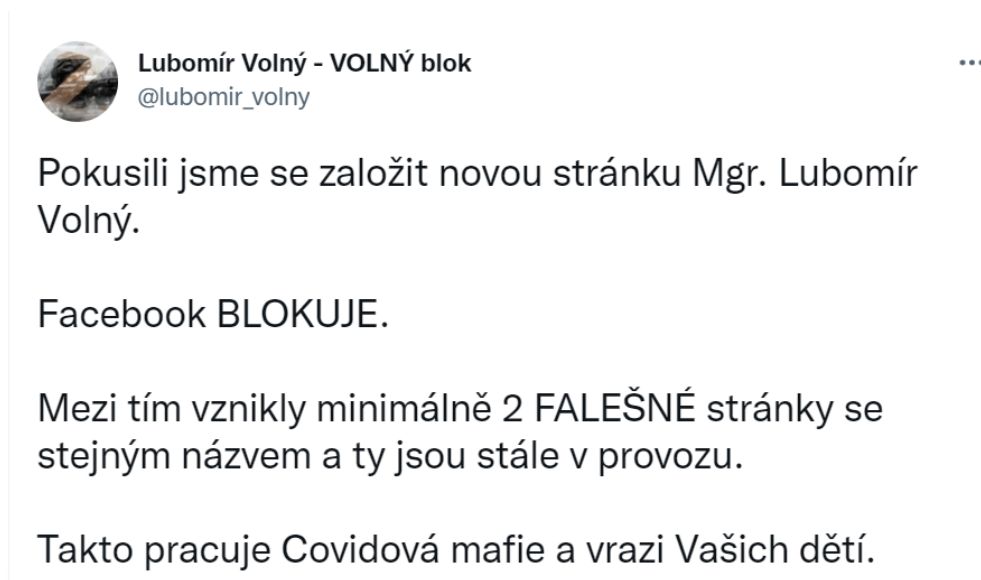


Obrázek 6: Titulek článku Sputnik News

Článek vznikl z reakce Tomia Okamury na epizodu podcastu Vlevo dole, který je součástí Seznam Zpráv. Přesněji Václav Dolejší tvrdil, že se protestní hnutí SPD nechce ušpinit přímou účastí ve vládě s Andrejem Babišem, shání tedy odborníky, kteří by nejlépe obsadily ministerstvo vnitra, zahraničí a školství. Předseda hnutí SPD Okamura se proti tomuto výroku ostře vymezil a označil Seznam Zprávy za manipulátory, kteří chtějí ovlivnit výsledky voleb. Médium Sputnik označil novináře Seznamu Zpráv za spekulanty o vzniku vlády ANO a SPD a postavil se tak na stranu předsedy Okamury. Skutečnost je však taková, že popis novinářů zcela koresponduje s tím, co šéf hnutí Okamura sám říkal. Ten v rozhovoru pro Deník N prohlásil, že by měl opravdu zájem o některá ministerstva, ale přitom nemusí za každou cenu sedět přímo ve vládě. Největší

¹³ Zdroj ze Stalose zprávy, převzato z oficiálního zdroje Sputnik News: <http://www.stalose.invox.net/item-181559-jak-to-bylo-s-babi%C5%A1em-mlad%C5%A1%C3%ADm-nitky-maj%C3%AD>

prioritou SPD bylo prosazování programu a podílení se na vládě odborníků, tudíž lze vidět, že si pan Okamura protirečí.¹⁴



Obrázek 7: Twitterový příspěvek Lubomíra Volného

Firma Facebook zablokovala poslance Lubomíra Volného, který v posledních měsících před volbami začal šířit velké množství falešných zpráv. Lubomír Volný tvrdil, že mu Facebook cenzuroval informace o nebezpečí vakcín. O svých názorech byl přesvědčen, proto jakékoliv dezinformace odmítá. Snažil se opakovaně založit nové profily, ale byl následně zablokovan zнову. Proti postupu správců těchto sítí se proto obrátil na Twitteru. Jedním z příkladů dezinformací, které se šířily na jeho profilu je údajné vypouštění covidu uměle vytvořenou biologickou zbraní z letounu společnosti DHL, který opakovaně kroužil kolem Brna. Vůči této informaci se však ohradila samotná firma DHL s tím, že kroužení bylo z důvodu mlhy. Článek o smazání profilu Lubomíra Volného se objevil na stránkách jeho původního hnutí Volný blok, obvinil Facebook za využívání dat po smazání účtů a následovného prodeje osobních dat.¹⁵

¹⁴ Zdroj Stalose zprávy, převzato z oficiálního zdroje Sputnik News: <http://www.stalose.invox.net/item-183203-prolhan%C3%A9-svin%C4%9B-ze-seznamu-se-sna%C5%BE%C3%AD-ovliv>

¹⁵ https://twitter.com/lubomir_volny/status/1402969701995540483

Součástí monitoringu byly i falešné zprávy šířící se skrze řetězové emaily. Ty jsou mířeny spíše na starší generace, které emailové zprávy stále aktivně používají a často si zprávy přeposílají mezi sebou.

Jednou z takových zpráv byla s titulkem „Budoucí ministryně za Piráty – krásná a chytrá“. Jednalo se o odkaz na video, které zobrazovalo ženu, která se snažila anglicky počítat. Vzhledem k tomu, že byla potetovaná, byla automaticky zařazena jako členka politické strany Pirátů, nicméně šlo z videa poznat, že žena má východoevropský přízvuk a nejednalo se ani o obyvatelku České republiky.

Opakovaným narativem se stala řetězová zpráva o údajném zneužívání peněz na provoz neziskové organizace, kterou v 90. letech založil Petr Fiala. Bylo vydáno video, kde Xaver Veselý, od roku 2020 člen Rady České televize, cituje výdaje ze zprávy právě Fialovy neziskové organizace a poukazuje na miliony korun, které jsou využívány k Fialově prospěchu. Tvrzení však bylo ihned vyvráceno factcheckingovým týmem Českého rozhlasu.

Co se týče sociálních sítí, sdílené příspěvky se nejvíce zaměřovaly na témata jako suverenita ČR, tradiční hodnoty či vlastenectví. Nejčastěji zaznívaly výroky typu: „Jen volba SPD či Volného Bloku zamezí poškozování naší suverenity, jsou naší jedinou nadějí“, „Nenechme umřít folklór a naše tradice“ či „Vlastenectví není extremismus, na hájení tradičních hodnot nevidíme nic špatného“.



Obrázek 8: Facebookový příspěvek Mladí Espédáci

Jedním z příkladů je Facebookový profil Mladí Espédáci, kteří patří oficiálně pod stranu SPD. Před volbami vydali příspěvek, který měl značit změnu postoje předsedy KDU-ČSL Mariana Jurečky k požadavku zákazu manželství homosexuálů, které požadoval od dalších politických subjektů, v té době potenciálních stran vládní koalice. Mladí zástupci SPD obvinili KDU-ČSL z porušení staleté tradice naší kultury, tedy vypovědění se z podpory tradičního manželství a následně se označili za jedinou nynější konzervativní sílu v Parlamentu. Skutečnost je však taková, že lidovci svůj názor o tradičním manželství nezměnili, stále myšlenku podporují, nicméně upustili od jakési jednoty v hlasování o tomto ustanovení. Podle nich by každá politická strana měla hlasovat podle svých hodnot.¹⁶

3.3. Shrnutí

Česká republika se snaží bojovat proti různým hybridním a dezinformačním hrozbám, nicméně zde nefungují žádné instituce, které by cíleně bojovaly proti dezinformacím. Podle odborníků jsou tzv. milníkem bezpečnosti a odolnosti voleb vůči dezinformacím prezidentské volby konané v roce 2013, kde proti sobě stáli současný prezident Miloš Zeman a Karel Schwanzerberg. Těsně před volbami vydal týdeník Blesk inzerát, který byl mířen proti kandidatuře pana Schwanzerberga a také obsahoval nepravdivé informace týkající se například jeho vyjádření o Benešových dekretech.

V roce 2016 se již v Auditě národní bezpečnosti diskutovaly hrozby spojené s dezinformacemi a následné způsoby, kterými těmto hrozbám předejít. Vznikla zde i strategie čelícímu hybridnímu působení ze zahraničních států, kam dezinformací spadají. Jak strategie, tak i kontrolní skupina pod Úřadem vlády vznikla až v roce 2021 v čele s Petrem Matoušem, bývalým bezpečnostním poradcem Andreje Babiše. Skupina měla za úkol monitorovat situaci, sdílet informace a celkově se snažit ochránit parlamentní volby, aby zůstaly důvěryhodné. Politickou rovinu však tato ustanovená skupina neřeší, příkladem může být situace, kdy určitá politická strana začne účelně šířit falešné zprávy.

Facebooková platforma se na říjnové volby, a tedy možné hrozby šíření dezinformací připravila několika způsoby. Za prvé se na sociálních sítích objevila ikona upozorňující na nadcházející parlamentní volby. Dále se vytvořila spolupráce Facebooku

¹⁶ <https://www.facebook.com/espedaci/photos/a.104528475232069/137910745227175/>

s Demagogem, ti tvoří skupinu kontrolující pravdivost příspěvků, a tedy v situaci, kdy se objeví falešná zpráva, Facebook označí příspěvek symbolem, který dále značí nepravdivost či zavádějící informaci, a tak snižuje i dosah šíření této zprávy. Nicméně Facebook cíleně nekontroluje účty politiků, tvrdí, že demokratická společnosti si má sama vyhodnotit pravdivost takových informací.

Když se podíváme na volební modely za předcházející dva měsíce před volbami, je zde vidět jen mírná změna ve volebních preferencích politických subjektů. Z dlouhodobějšího vývoje volebního modelu jde vidět patrnější dynamický vývoj především u koalice Pirátů a Starostů, nicméně v posledních měsících před parlamentními volbami jde pouze o stabilizaci voličské přízně menší aktivaci podporovatelů z řad voličů STANU, kteří si nebyli jisti volbou celé koalice. Hnutí ANO mělo opačný trend, z patrného odklonu na začátku roku 2021, preference ANO začaly opakovaně růst. Záříjový model však opět ukazuje stabilizaci až mírný pokles volební přízně. U koalice SPOLU byl nesignifikantní nárůst podporovatelů, od června se voličský potenciál spíše stabilizoval.¹⁷

Změnu trendu ve volebních modelech však neovlivňují pouze dezinformace, ale i jiné faktory. Mezi koalicí Pirátů a Starostů šla vidět menší změna, která přinesla STANu poměrně více voličů než samotným Pirátům, kteří prvně vystupovali jako „hlavní“ strana, proto ve finále obdrželi méně mandátů než jejich koaliční partner. Nicméně závěrem můžeme říci, že žádná větší změna nenastala, naopak určitý výskyt dezinformační kampaně proti opozičním stranám spíše ustálil voličskou přízeň pro SPD, ANO či Volný Blok. V dlouhodobějším horizontu by však taková dezinformační kampaň mohla mít určitý vliv na výsledky voleb.

¹⁷ https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2021/10/Volby_2021_09_v09.pdf

4. Dotazník o ověřování informací

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na ověřování informací a roli dezinformací v české populaci. Pomocí dotazníku byl zkoumán postoj obyvatel České republiky k ověřování zpráv a faktů a základní znalost termínů spojených s dezinformacemi.

4.1. Cíle výzkumu

Cílem výzkumu bylo zhodnotit roli a vědomosti spojené s fenoménem dezinformací na základě otázek, které se týkaly obecných znalostí v oblasti dezinformací a příkladů fake news a jejich rozpoznání. Předpokládá se, že u vzdělanějších lidí je rozlišování mezi pravdivou a nepravdivou informací pravděpodobněji snazší, jelikož si informaci při pochybnostech spíše ověří. Předpokladem je i fakt, že starší lidé jsou méně odolní proti manipulacím, informace si spíše neověří a jejich znalosti týkající se, řekněme, mediálního vzdělání jsou omezenější.

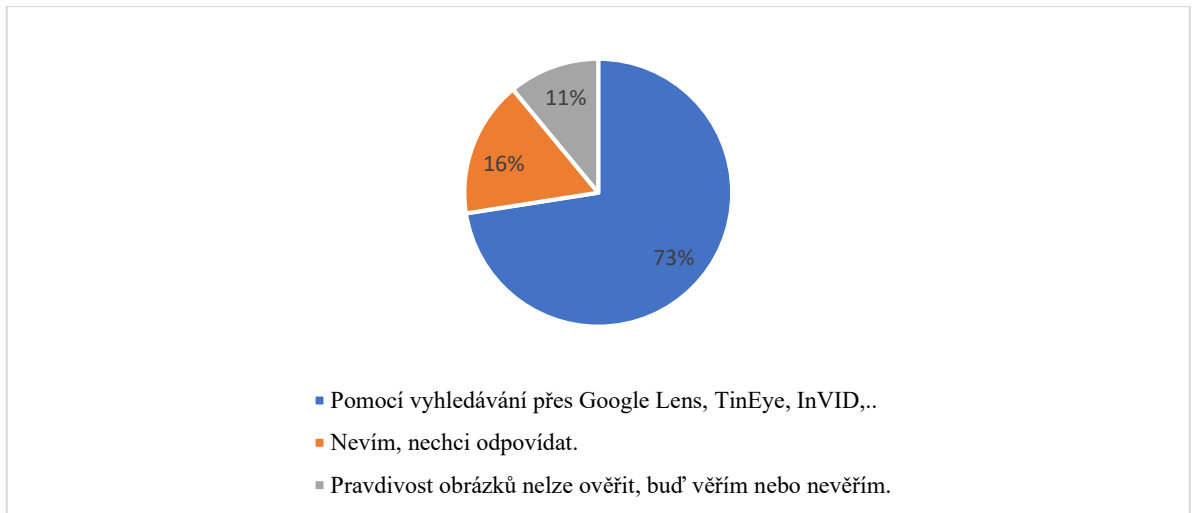
4.2. Návrh dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo prováděno elektronickou formou pomocí dotazníkové platformy Survio.cz a probíhalo necelé 3 týdny v měsíci dubnu. Dotazník za tuto dobu vyplnilo 91 respondentů. Samotný dotazník obsahuje 16 otázek, které byly rozeslány přes odkaz po sociálních sítích různým skupinám lidí. Účast v šetření nebyla omezen věkem, ani žádným jiným kritériem.

4.3. Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka 1: Jak si můžeme ověřit pravdivost obrázků?

Na tuto otázku odpovídalo 91 respondentů, kteří měli na výběr ze tří možností – pomocí vyhledávání přes aplikace jako Google Lens, TinEye, InVID apod., pravdivost nelze nijak ověřit a třetí možnost tvořila procento, které nechtělo odpovídat na otázku.



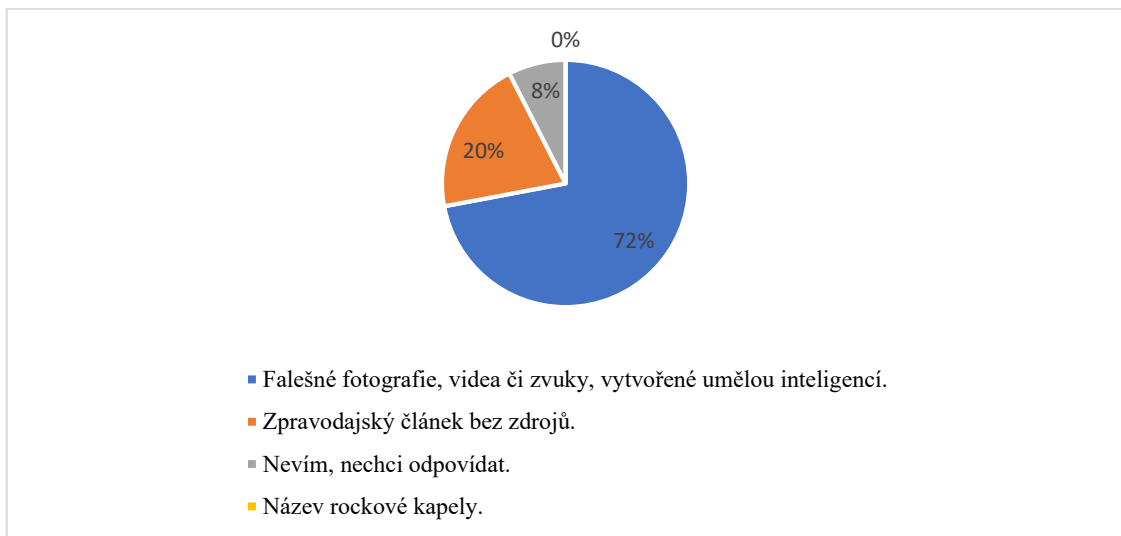
Graf 1: Jak si můžeme ověřit pravdivost obrázku

Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu 1 můžeme vyčíst, že většina respondentů zná různé způsoby, jak si ověřit pravdivost či nepravdivost obrázků. Z celkových 91 odpovědí se jednalo o 73% lidí. 11% respondentů tvořili ti, kteří si obrázky spíše neověřují a můžeme říci, že se spoléhají na své racionální myšlení, na základě kterého si pravdivost odvodí sami. Zbytek respondentů nevědělo, či nechtělo odpovídat.

Následující skupina otázek se zaměřuje na obecnou znalost pojmů spojených s dezinformacemi.

Otázka 2: Co označuje pojem „deep fake“?

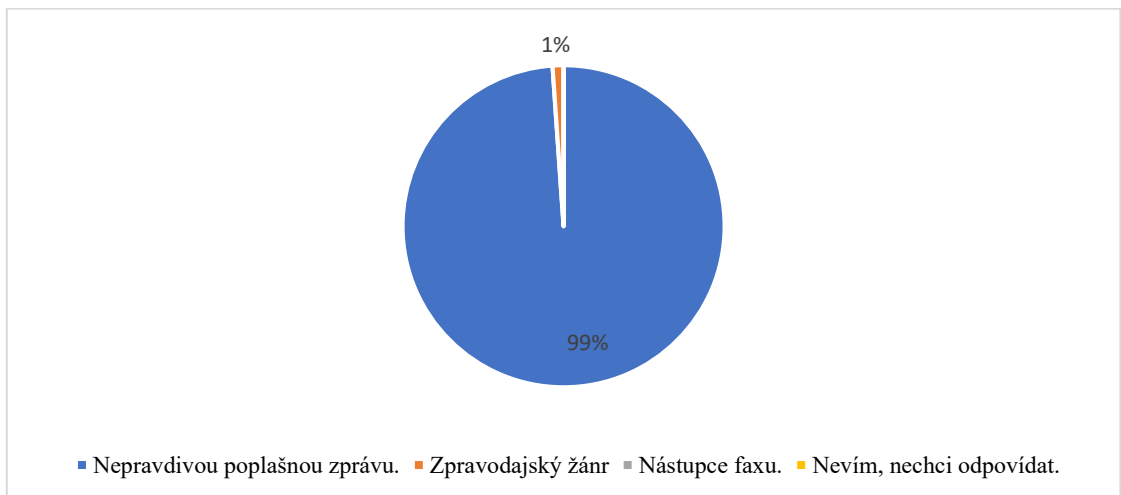


Graf 2: Co označuje pojem „deep fake“

Zdroj: Vlastní zpracování

Z celkových 91 respondentů se našlo 72%, kteří znají správný význam pojmu „deep fake“. Dalších 20% respondentů si z názvu odvodilo, že „deep fake“ značí zpravodajský článek bez zdrojů. Zbytek nevědělo nebo nechtělo na otázku odpovědět.

Otázka 3: Co znamená pojem hoax?

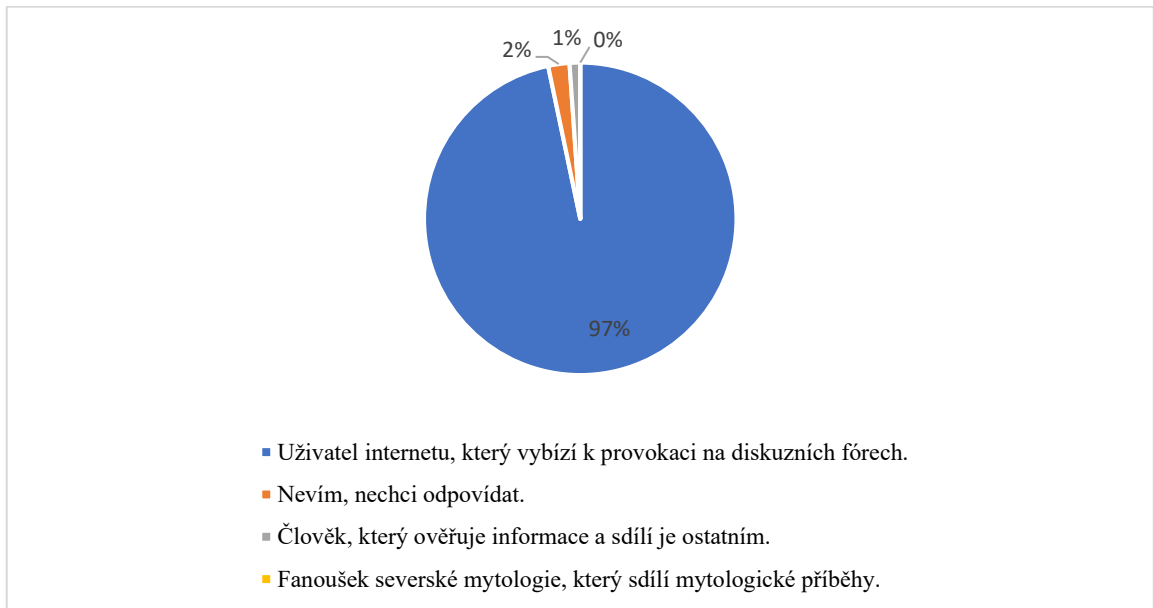


Graf 3: Co znamená pojem hoax.

Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 3 lze vyčíst, že většina lidí 99% odpověděla správně a pojem hoax je tedy obecně znám.

Otázka 4: Kdo je internetový troll?

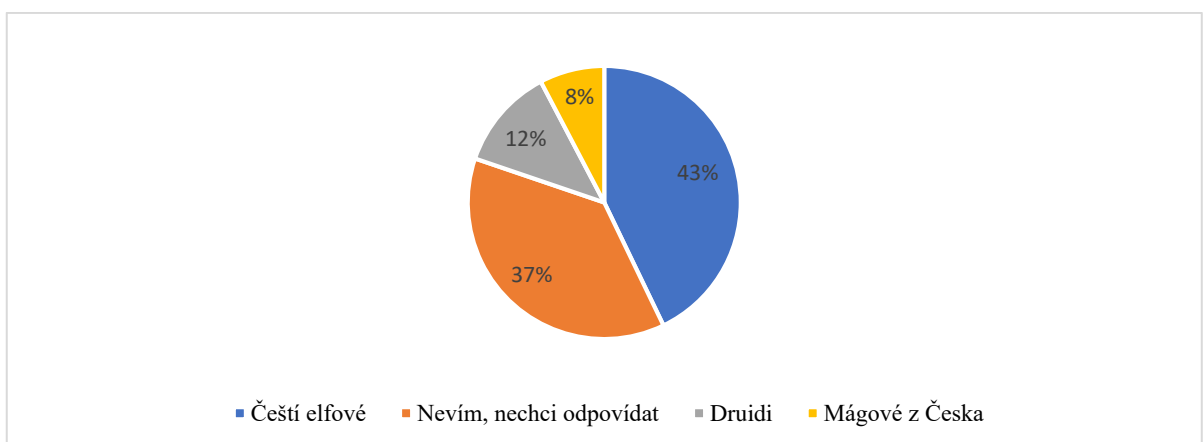


Graf 4: Kdo je internetový troll

Zdroj: Vlastní zpracování

Podobně jako u předchozího grafu, můžeme říci, že pojem „internetový troll“ není nijak neznámý, správně odpovědělo 97%, zbytek respondentů buď nevěděl, či nechtělo odpovídat na otázku.

Otázka 5: Jak se říká v České republice hnutí, bojujícímu v kyberprostoru proti dezinformacím?



Graf 5: České hnutí, bojující v kyberprostoru proti dezinformacím

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka, kterou značí graf 5, se mezi odpověďmi respondentů signifikantně lišila. Správně neodpověděla ani polovina respondentů, z 91 lidí šlo pouze o 39 (43%). Velké množství lidí nevědělo, či nechtělo odpovídat, v tomto případě se jednalo o 37%. Zbytek respondentů odpověděl zbylými možnostmi.

Otázka 6: Click-bait je:



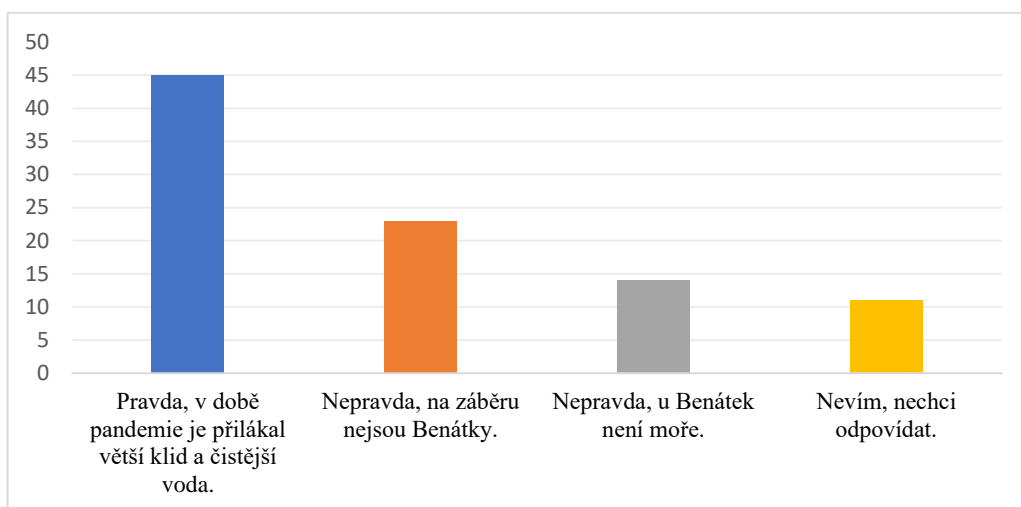
Graf 6: Co znamená pojem click-bait

Zdroj: Vlastní zpracování

Na poslední znalostní otázku odpovědělo správně 73 lidí (tedy 79%), zbytek respondentů odpověděl vybráním jiné definice, nevěděl nebo nechtěl odpovídat.

Další část dotazníku se zaměřovala na praktickou část a tedy na rozpoznání pravdivé či nepravdivé zprávy s možností ověření informace.

Otázka 7: Benátkami se prohánějí delfíni.

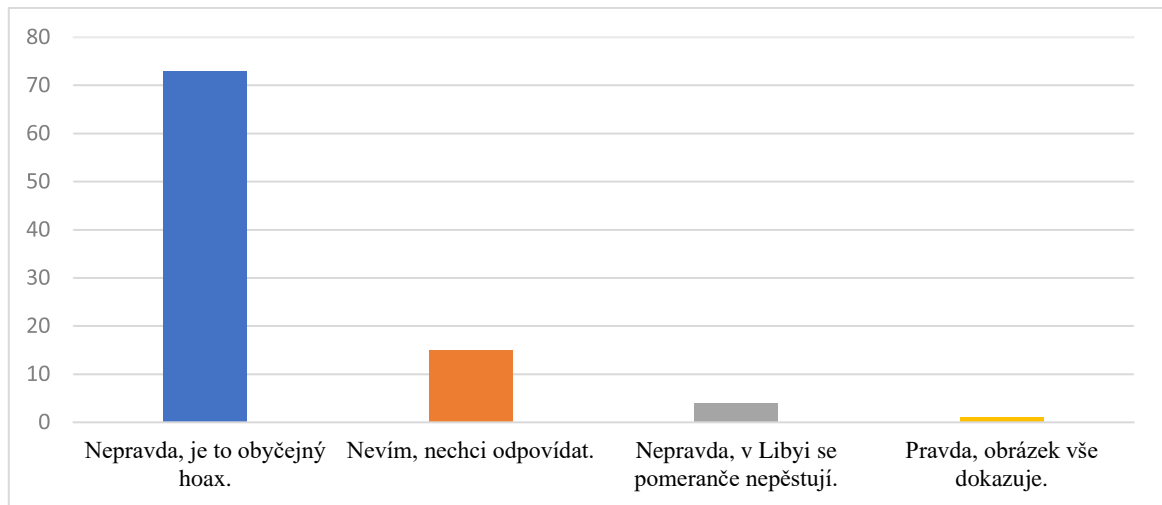


Graf 7: Benátkami se prohánějí delfíni

Zdroj: Vlastní zpracování

Jeden z prvních příkladů byl obrázek delfína, který proplouval mořem a respondenti měli poznat, zda se jedná o Benátky či o falešnou informaci. V tomto případě se jednalo o zavádějící informaci, taková zpráva se opravdu objevila ve zprávách, dokonce dvakrát. Poprvé se jednalo o dezinformační video s delfínem plujícím v italských Benátkách, ovšem video bylo natočené v Cagliari v Sardinii. Rok poté bylo zveřejněno video, které zachytilo delfíny v benátské laguně, tentokrát se jednalo o pravdivou zprávu. Důvodem byl větší klid a čistější voda v kanálu, jak správně zvolilo 45 respondentů (tedy 50% lidí). Zbytek lidí byl přesvědčen o tom, že na záběru nejsou Benátky, nebo že se vůbec žádné moře u Benátek nevyskytuje.

Otázka 8: Zásilku pomerančů z Libye infikovanou HIV identifikovala celní služba v Chorvatsku.

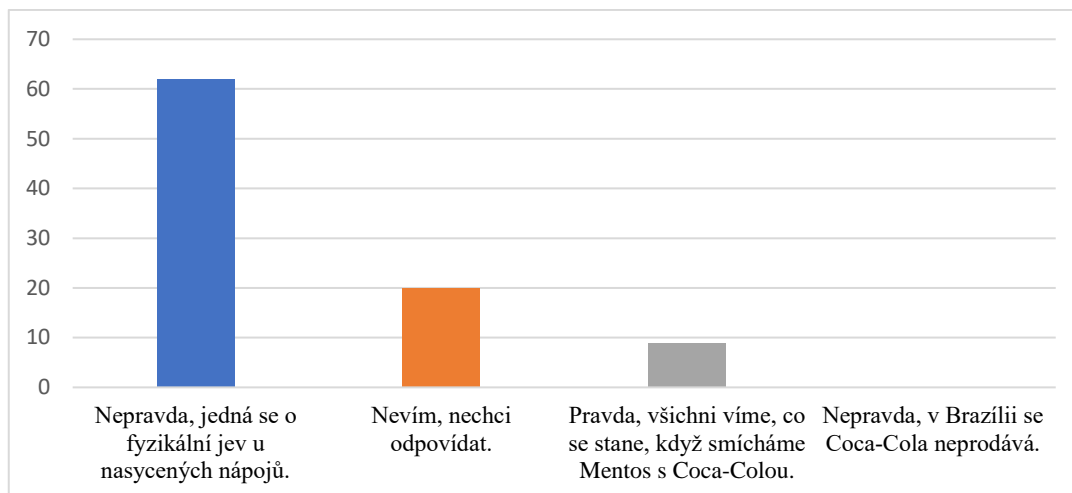


Graf 8: Zásilka pomerančů z Libye

Zdroj: Vlastní zpracování

V tomto případě se jednalo o další obrázek, který ukazoval pomeranče s červenými skvrnami. Na respondentech tedy bylo, zda obrázku věří a souhlasí tedy s tvrzením, že pomeranče jsou nějakým způsobem infikovány HIV. Samozřejmě šlo o dezinformaci, na obrázku byla pouze jiná odrůda pomerančů – jednalo se o pomeranče červené. Na grafu 6 můžeme vidět, že 80% respondentů poznalo falešnou zprávu. Zbytek lidí buď nevědělo či nechtělo odpovídat, jednalo se o 17% respondentů, nebo vybrali jinou z daných možností.

Otázka 9: Chlapec z Brazílie umřel po sněžení Mentos a následném vypití Coca-Coly.

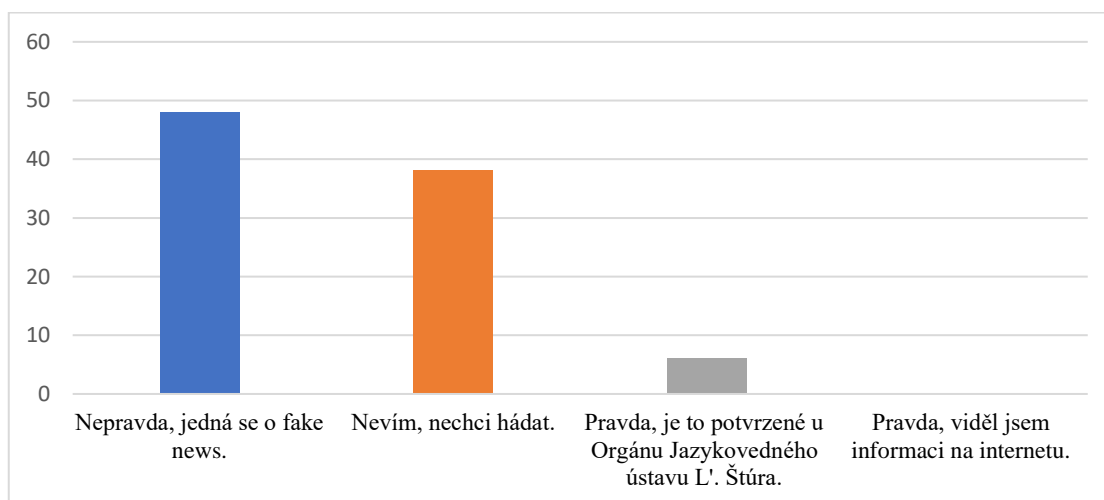


Graf 9: Smíchání Mentos a Coca-Coly

Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka se týkala tvrzení, že chlapec z Brazílie nepřežil sněžení Mentos a následného zapití Coca-Colou. Tato informace je částečně zavádějící, jelikož po smíchání obou produktů v láhvi dojde k prudkému uvolnění kysličníku uhličitýho z Coly, která je jím nasycená. V těle je však reakci jiná a v malém měřítku nedojde k úmrtí, proto se jedná o nepravdivou zprávu. 68% respondentů správně usoudilo, že se jedná o fyzikální jev, ostatní lidé nevěděli či nechtěli odpovídat. Necelých 10% tvrzení věřilo.

Otázka 10: Slovenština – nejtěžší jazyk na světě.

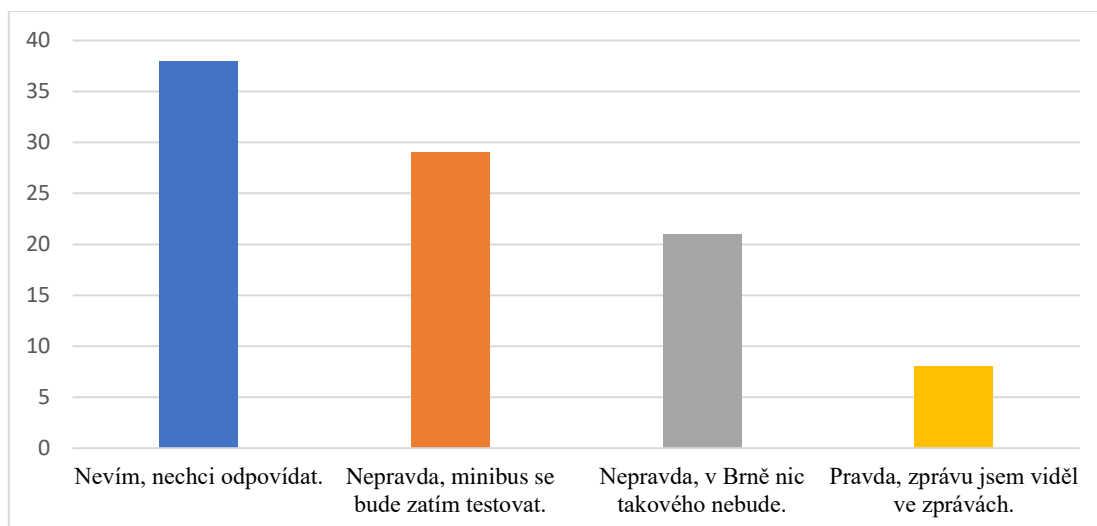


Graf 10: Slovenština jako nejtěžší jazyk na světě

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka 10 se zaměřovala na tvrzení, že slovenština je nejtěžším jazykem na světě. V tomto případě se jednalo falešné tvrzení, žádná taková informace neexistuje a není nijak ověřená. Tuto zprávu označila většina 53% respondentů za fake news, dalších 42% lidí nevědělo, či nechtělo odpovídat. 7% menšina označila informaci za pravdivou.

Otázka 11: Autobus bez šoféra, v Brně bude jezdit první samořiditelný minibus.



Graf 11: První samořiditelný minibus v Brně

Zdroj: Vlastní zpracování

Informace o prvním samořiditelném minibusu v Brně může být označena za mírně zavádějící, jelikož se minibus má prozatím pouze testovat, v tomto tvrzení správně odpovědělo 32% respondentů, větší část však nevěděla, či nechtěla odpovídat (jednalo se o 42% lidí). 23% lidí věří, že v Brně žádný samořiditelný minibus nebude. Necelých 9% respondentů vidělo zprávu ve zprávách.

4.4. Shrnutí výsledků

Výsledky nám ukázaly, že obecná znalost pojmů spojených s dezinformacemi je relativně uspokojivá. Mnoho pojmů je často zmíněných v médiích či na sociálních sítích, tudíž se s nimi lidé každodenně setkávají. Co se týče praktické části, tedy rozeznání pravdivých či nepravdivých zpráv, můžeme vidět menší rozdíly v každé z otázek. Lidé často používali odpovědi „nevím, nechci odpovídat“ i přesto, že měli možnost si informaci najít a ověřit si ji. Můžeme tedy tvrdit, že pokud uvidí podobnou zprávu na sociálních sítích, spíše si ji neověří a je tedy na nich, jestli ji věří či nevěří na základě

svého kritického myšlení. Bohužel v dnešní době můžeme najít zprávy, které jsou silně zavádějící, a při důkladném neověření se můžeme stát oběťmi dezinformace.

5. Řešení této problematiky

Aktuálními událostmi, které nám přinesla válka na Ukrajině, se začala dezinformační scéna nečekanou rychlostí vyvíjet a došlo k zásadnímu posunu. Vláda Petra Fialy vyzvala všechny, kteří jsou relevantními subjekty, k okamžitému zamezení šíření falešných a zavádějících zpráv v kybernetickém prostoru. Tento akt měl sloužit primárně k tomu, aby se nešířila manipulativní propaganda Ruské federace, bohužel se zamezilo pouze šíření manipulativních informací, které se týkají aktuální ruské agrese, ne však témat v širším spektru. Sdružení CZ.NIC, které spravuje internetové domény v České republice, zablokovalo již několik webů, které jsou známy ve spojitosti s vlivem ruských elit a ohrožují tak českou národní bezpečnost. Jednalo se o dezinformační weby jako například Aeronet.cz, Protiproud.cz, Ceskobezcenzury.cz a další.

Spolu s tím začala i diskuze o tom, zda je zablokování těchto webů právně přípustné, jelikož se stále jedná o jakousi formu cenzury. Tomáš Kolomazník z Centra pro bezpečnosti analýzy a prevenci (CBAP) však označil řešení za nutné s ohledem na vážnost situace. Jiné weby, jako například Seznam, tyto webové stránky označuje způsobem, který má upozornit na sporný obsah šířící konspirační teorie. Díky těmto opatřením, podle občanského hnutí Čeští elfové, klesla návštěvnost těchto webů o více než polovinu. Nicméně provozovatelé mohou obratem vytvořit novou doménu s jinou koncovkou, tudíž blokáce nemusí být konečným řešením.

V dalších kapitolách si zmíníme organizace, které se přímo boji proti dezinformacím věnují. Většina z nich začala fungovat během posledních 10 let, stala se tak paralelou trendu šíření většího množství dezinformací, jelikož se fenomén falešných zpráv rozrostl do takové podoby, kdy rozlišování pravdivé a nepravdivé informace je v některých případech nepředstavitelnou výzvou, pro jak už méně vzdělanou, tak i vzdělanější část společnosti.

5.1. Organizace pro boj proti dezinformacím

5.1.1. Národní strategie a akční plán

Jednou z nedávných přijatých iniciativ, jak už jsem zmiňovala, se stala Národní strategie, která má sloužit k zamezení hybridních hrozeb. Strategii má na starost ministerstvo obrany a nově ustanovený zmocněnec pro média a boj proti dezinformacím by se měl věnovat právě důslednějšímu monitoringu falešných zpráv a koordinaci této činnosti na jednotlivých ministerstvech.

Jakýmsi předchůdcem této strategie je akční plán vytvořený v roce 2015 evropskou komunitou a nese název „East StratCom Task Force“. Primárně se věnuje komunikaci a digitálnímu obsahu a představuje první spolupráci na půdě Evropské unie, která se zaměřuje na boj proti informačním útokům. V rámci tohoto projektu se vytvořila vedlejší iniciativa „EU vs. Disinfo“, která se zaměřuje na zvýšení obecného povědomí o možných dezinformačních kampaních a budování větší odolnosti vůči manipulacím ze strany médií. Na základě toho byl v roce 2018 představen Akční plán EU s hlavním plánem proti dezinformacím.¹⁸

Co se týče soukromého sektoru, zapojily se i velké společnosti jako Facebook, Twitter, Google či Mozilla. Tyto platformy dohlíží na pravidla kodexu, které mají předejít šíření dezinformací. Iniciativa přiměla další členské státy EU k širší spolupráci s klíčovými představiteli, jako jsou veřejné orgány, výzkumní spolupracovníci, novináři či samotná občanská společnost. V rámci posledních kroků Unie podpořila nezávislost médií a důležitou roli ověřovatelů faktů.

5.1.2. Demagog

Projekt Demagog se jako nezávislý subjekt, založený v roce 2012, původně jako studentský projekt, snaží o kultivaci společnosti způsobem, kdy ověřuje faktické výroky ve většině případech politické reprezentace a zjišťuje, zda se tito aktéři vyjadřují na základě důvěryhodných zdrojů. V tomto případě se jedná o výroky například v rozhovorech či televizních debatách.

Nově český web začal spolupracovat s Facebookem, tam ověřuje sdílené články a příspěvky. Od března 2020 začal fungovat i systém spojený s francouzskou tiskovou agenturou AFP, při sdílení zavádějící zprávy se uživatelé objevují upozornění a odkazy

¹⁸ <https://www.studentsummit.cz/wp-content/uploads/2020/11/Boj-proti-dezinformacim.pdf>

na článek s celým kontextem. Pokud bude chtít uživatel Facebooku nepravdivou zprávu sdílet, bude upozorňován na tuto skutečnost.

Podle studie Massachusettského technologického institutu z roku 2018 se nepravdivé a zavádějící informace šíří nejrychleji právě na sociálních sítích. Jedná se hlavně o zprávy s apelem na emoce a strach, významnou roli však hrají i skupinové omyly, které podporují polarizaci společnosti.

5.1.3. NELEŽ

Firma Nelež využívá několika mechanik a pohledů na škodlivé šíření dezinformací, jedná se o spolupráci se Semantic Visions, Nadačním fondem nezávislé žurnalistiky a webovými stránkami Konšpiratori.sk. Díky speciálnímu systému OSINT projekt získává přes miliardu zpravodajských článků ve 12 světových jazycích, dále tyto informace slouží k širší identifikaci online trendů, narativů a možných hrozeb. Firma tedy monitoruje přes 90% obsahu zpravodajských webů, které jsou analyzovány a aktualizovány každých 30 minut.

Součástí mezinárodní platformy je také partner The Global Disinformation Index, který se snaží o snížení počtu dezinformačních webů a jejich odstránění od hlavních finančních zdrojů. To vše funguje ve spolupráci s vládami světových zemí, firmami a občanskými společnostmi s podmínkou dodržování několika pilířů: neutrality, nezávislosti a transparentnosti.

5.1.4. Středoevropská observatoř digitálních médií (CEDMO)

V únoru Středoevropská observatoř digitálních médií (CEDMO) představila svou novou webovou stránku, která má posloužit k vytvoření komunity bojující proti dezinformacím. Centrum by bylo koordinované z Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy a má v úmyslu podporovat nejen mediální gramotnost, ale celkově zvýšit povědomí o fenoménu dezinformací, a jakým způsobem manipulaci předejít. Na projektu se v současnosti podílí, jak čeští odborníci, tak i jejich kolegové ze Slovenska, Polska, Řecka či Francie, zaměřující se od mediálního a digitálního vzdělání po umělou inteligenci. Kromě publikací akademických výzkumů a studií má projekt včas zachycovat falešné zprávy a zabránit tak dalšímu šíření.

CEDMO je podle koordinátora projektu Demagog.cz Petra Gongaly jedním z prvních významných pokusů ve snaze zvrácení situace v šíření falešných informací zejména na sociálních sítích. Využití moderních technologií a umělé inteligence má

pomoci v rychlejší reakci na nové nepravdivé zprávy, nebo takzvané deepfakes (osoba ve stávajícím obraze či videu zůstává, ale její sdělení je pozměněno).

6. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo nejprve teoreticky vysvětlit fenomén dezinformací, pojmy s ním související, a pak prakticky zanalyzovat roli dezinformací v české společnosti. Zaměřila jsem se na příklady šířitelů dezinformací, jak už samotných dezinformačních webů a médií či politiků a různých osobností v českém prostředí. V rámci praktické části jsem analyzovala hrozbu dezinformací během parlamentních voleb v roce 2021, dále jsem vytvořila dotazník ohledně ověřování informací.

V případové studii parlamentních voleb jsem se zaměřila na trend dezinformací a intenzitu falešných zpráv, která se postupně zvyšovala s blížícím se termínem voleb. Častým tématem dezinformačních webů byla před volbami kritika bývalých opozičních stran, zejména politické strany Pirátů, jejich koaličního partnera STAN a koalice SPOLU. Terčem dezinformačních kampaní se tentokrát stala pandemie covidu-19, s tím spojené očkování a celkové postavení Evropské unie k celosvětové krizi, a falešné zprávy o osobním životě politiků. Facebookové příspěvky se v tomto případě zaměřovali především na kritiku vlády bývalého premiéra Andreje Babiše a jeho konání v rámci pandemie, stejně tak se objevovaly útoky na již zmíněnou politickou stranu Pirátů.

Během těchto voleb se projevila větší nerozhodnost ve volbě politických stran, avšak ta byla podle průzkumu STEM minimálně ovlivněna dezinformačními kampaněmi, které se objevily v krátkodobém rozhledu před volbami.

Co se týče dotazníkové šetření zaměřeného na ověřování informací a roli dezinformací, výsledky nám ukázaly relativně dobrou znalost pojmů spojenou s dezinformacemi. V druhé části, ve které se jednalo o rozeznání pravdivé či nepravdivé zprávy, si v některých případech respondenti nebyli zcela jistí odpověďmi, proto se stávalo, že spíše neodpověděli, i přesto, že měli možnost si informaci svobodně ověřit z dostupných zdrojů. Podobné reakce můžeme aplikovat na ověřování informací na sociálních sítích nebo v médiích, pokud zpráva nezní příliš zaváděivě, čtenář si sám odvodí, zda je zpráva skutečně pravdivá či naopak. Nicméně u příkladů, které byly spíše zavádějící se respondenti většinou shodli na správné odpovědi.

Literatura použitá během psaní práce byla přínosná z hlediska vývoje trendu dezinformací, jak se jejich role měnila v čase, a jakými způsoby se falešné zprávy mohou šířit. Větší část zdrojů byla tvořena články a samotnými příspěvky na sociálních sítích, které napomohly k vyhodnocení role dezinformací, jelikož sloužily jako příklady týkající se právě této problematiky. Zohledněny byly také reakce, které byly tvořeny komentáři čtenářů.

Problematika dezinformací se stává každým dnem více relevantním tématem spojeným nejen s českou dezinformační scénou, ale i v celosvětovém měřítku se zeměmi, které negativně přispívají k manipulaci informací v České republice. Neobvykle rychlý vývoj můžeme vidět v současnosti při válce na Ukrajině, došlo k zamezení dezinformačních webů, které obhajovaly roli ruské agrese a šířily tak falešné a zavádějící zprávy. Během posledních let se vytvořilo mnoho organizací v České republice, které se zaslouhují za boj proti dezinformacím a usnadňují kontrolu nad šířením dezinformací.

Závěrem tedy mohu říci, že cíl práce s tvrzením, zda si lidé dostatečně ověřují informace, se částečně podařilo naplnit na základě dotazníku. Nicméně se tyto výsledky nedají aplikovat na celou českou populaci, jelikož dotazník nesplnil požadavek počtu reprezentativního vzorku. I přesto jde však vidět trend, kdy ne každý si informaci ověří, pokud je zpráva, nebo se zdá být, aspoň částečně odůvodněná. Co se týče role vlivu informací, která tvořila další část výzkumné otázky, na případové studii parlamentních voleb jsme mohli vidět nesignifikantní změnu ve vlivu krátkodobém, to by se však mohlo lišit v dlouhodobém horizontu dezinformační kampaně. Toto téma by bylo, dle mého názoru, zajímavé k dalšímu zkoumání v oblasti fenoménu dezinformací.

Použitá literatura

Annett, E. 2017. „What is „fake news“, and how can you spot it?“ *The Globe and Mail*. Dostupné z: <<https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>> (20. 4. 2022)

Assmann, J. 2011. *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. New York: Cambridge University Press.

Chun, R., Susan J. Drucker. 2020. *Fake News: Real Issues in Modern Communication (mass Communication and Journalism)*. New York: Peter Lang Publishing Inc.

Douglass, F. 1869. General Correspondence, 1841-1912. *Library of Congress*. Dostupné z: <<https://www.loc.gov/item/mss1187900041/>> (20. 4. 2022)

Elfwebmaster 2021. dezinfo-weby monitoring (1.týden 09/2021). *Čeští elfové*. Dostupné z: <<https://cesti-elfove.cz/dezinfo-weby-monitoring-1-tyden-09-2021/>> (20. 4. 2022)

Elfwebmaster. 2021. Měsíční report – září 2021. *Čeští elfové*. Dostupné z: <<https://cesti-elfove.cz/mesicni-report-zari-2021/>> (20. 4. 2022)

Ellul, Jacques. 1965. *Propaganda*. New York: Vintage Books,

Ftorek, J. (2010). *Public relations a politika*. Brno: Grada.

Gregor, Miloš, Petra Vejvodová 2019. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Brno: CPRESS.

Halbwachs, M. 1980. *The collective memory*. New York: Harper and Row.

Hamrník, J. 2021. *Role médií při šíření konspiračních teorií, fake news a hoaxů* (Diplomová práce). Univerzita Karlova, Praha.

Jowett, Garth S., Victoria O'Donnell. 2011. *Propaganda and Persuasion (Fifth Edition)*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Kasík, P. 2020. Před demagogy vás na Facebooku ochrání Demagog. Sleduje české politiky. *iDNES.cz*. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/technet/internet/demagog-overovani-factcheck-facebook-cesko-hoax-clanek-zprava-overeni.A200527_133137_sw_internet_pka> (20. 4. 2022)

Máca, R. (2018, 4. října). Dezinformace, maily, falešné citáty, Studie ukazuje, jak se v Česku ovlivňují volby. *Info.cz*. Dostupné z: <<https://www.info.cz/zpravodajstvi/cesko/dezinformace-maily-falesne-citaty-studie-ukazuje-jak-se-v-cesku-ovlivnuji-volby>> (20. 4. 2022)

Magdoňová, J. 2022. „Chodily mi e-maily od kamarádů, pochyboval jsem, že jsou pravdivé.“ Senioři se učí poznat dezinformace. *iRozhlas*. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/seniori-dezinformace-kurz-rozpoznani-fake-news_2201161437_ern> (20. 4. 2022)

Magdoňová, J. 2021. Podcast Vinohradská 12: Odolají volby hrozbě dezinformací? Cílenou kampaň zatím nikdo nepotvrzuje, vyloučit ji ale nelze. *Plus Rozhlas*. Dostupné

z: <<https://plus.rozhlas.cz/odolaji-volby-hrozbe-dezinformaci-cilenou-kampan-zatim-nikdo-nepotvrzuje-8571232>> (20. 4. 2022)

Magdoňová, J. 2021. Podcast Vinohradská 12: Odolají volby hrozbě dezinformací? Cílenou kampaň zatím nikdo nepotvrzuje, vyloučit ji ale nelze. *Plus Rozhlas*. Dostupné z: <<https://plus.rozhlas.cz/odolaji-volby-hrozbe-dezinformaci-cilenou-kampan-zatim-nikdo-nepotvrzuje-8571232>> (20. 4. 2022)

Manjoo, F. 2018. Welcome to the post-text future. Dostupné z: <<https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/09/technology/the-rise-of-a-visual-internet.html>>

McLeod, K., Melissa Zimdars 2020. *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*. Cambridge: The MIT Press.

Median. 2021. *Sněmovní volební model*. Praha, Výzkum trhu, médií a veřejného mínění, vývoj software.

Minaříková, K. 2021. Sestra s rohy, zrušení dekretů. Dezinformační kampaň před volbami sílí. *Deník.cz*. Dostupné z: <https://www.denik.cz/z_domova/dezinformace-volby-cesko-kampan-20210604.html> (20. 4. 2022)

Mladí Espéďáci (2021, 21. září). Odvolávám, co jsem slíbil, a slibuji, co jsem neřekl. [Facebook].

Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost. 2021. *Národní strategie kybernetické bezpečnosti České republiky*. Praha, NÚKIB.

Oxford Internet Institute. 2021. Social media manipulation by political actors now an industrial scale problem prevalent in over 80 countries – annual Oxford report. University of Oxford. Dostupné z: <<https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/news/social-media-manipulation-by-political-actors-now-an-industrial-scale-problem-prevalent-in-over-80-countries-annual-oxford-report/>>

Parlamentní listy. 2022. Fiala prezidentem. Ano, padlo z důležitých úst. *Parlamentní listy*. Dostupné z: <<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Fiala-prezidentem-Ano-padlo-z-dulezitych-ust-696058>> (20. 4. 2022)

Pražský studentský summit. 2020. *Boj proti dezinformacím*. Praha, Asociace pro mezinárodní otázky (AMO).

PSSI (Prague Security Studies Institute). (2021, 4. října). Dezinformační debata: Parlamentní volby 2021 – konspirace a komunikace politických stran (video). Dostupné z: <<https://www.pssi.cz/events/29-dezinformacni-debata-parlamentni-volby-2021-konspirace-a-komunikace-politickych-stran>> (20. 4. 2022)

Růžička, D. Státní bezpečnost – akce Neptun. *Totalita.cz*. Dostupné z: <http://www.totalita.cz/stb/stb_a_neptun.php> (20. 4. 2022)

Rychlíková, A. 2020. Nový výzkum agentury STEM nabourává předsudky o lidech, kteří šíří dezinformace. *iRozhlas*. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/komentare/komentar-vyzkum-stem-sireni-dezinformaci-retezove-maily_2007021433_vtk> (20. 4. 2022)

Sedláček, Š. 2019. Sociální sítě jsou k propagandě a dezinformacím využívány stále více, upozorňují analytici v Oxfordu. *iRozhlas*. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/dezinformace-socialni-site-fake-news-trolling-oxford-vyzkum_1909262006_jgr> (20. 4. 2022)

Seznam Zprávy. 2021. „Nejúspěšnější“ dezinformátoři v Česku: vyniká SPD i Ledecký. *Seznam Zprávy*. Dostupné z: <<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zebricke-nejuspesnejsich-dezinformatoru-vede-spd-i-csakova-148558>> (20. 4. 2022)

Sharot, T. 2017. Forming beliefs? Why valence matters. *Trends in Cognitive Sciences*, 20(1), 25-33. doi:10.1016/j.tics.2015.11.002

Sputnik CZ. 2021. Prolhané svině ze Seznamu se snaží ovlivnit výsledky voleb, běsní Okamura. *Sputnik News*. Dostupné z: <<http://www.stalose.invox.net/item-183203-prolhan%C3%A9-svin%C4%9B-ze-seznamu-se-sna%C5%BE%C3%AD-ovliv>> (20. 4. 2022)

Sputnik CZ. 2021. Jak to bylo s Babišem mladším? Nitky mají vést k TOP 09. *Sputnik News*. Dostupné z: <<http://www.stalose.invox.net/item-181559-jak-to-bylo-s-babi%C5%A1em-mlad%C5%A1%C3%ADm-nitky-maj%C3%AD>> (20. 4. 2022)

Štětka, V., Jaromír Mazák, Lenka Vochocová. 2020. “Nobody Tells us What to Write about”: the Disinformation Media Ecosystem and Its Consumers in the Czech Republic. In: *Javnost – The public*.

Táborský, J. 2019. *V síti dezinformací*. Brno: Grada.

-VK- 2022. Šokující záběry ze slovenského hraničního přechodu s Ukrajinou. *Aeronet News*. Dostupné z: <<https://aeronet.news/video-sokujici-zabery-ze-slovenskeho>>

[hranicniho-prechodu-s-ukrajinou-kde-namisto-prchajicich-ukrajincu-jsou-davy-africanu-z-maroka-mali-nigeru-konga-a-zairu-nikde-neni-slyset-ukrajinstina/>](#) (20. 4. 2022)

Volný, L. (2021, 10. června). Pokusili jsme se založit novou stránku Mgr. Lubomír Volný. [Twitter].

Zelizer, B. 2010. *About to Die: How news images move to public*. New York: Oxford University Press.

Seznam obrázků

| | |
|---|----|
| OBRÁZEK 1: TITULEK ČLÁNKU PARLAMENTNÍCH LISTŮ | 16 |
| OBRÁZEK 2: FACEBOOKOVÝ PŘÍSPĚVEK POLITIKA IVANA LANGERA | 16 |
| OBRÁZEK 3: TITULEK ČLÁNKU AERONET NEWS | 17 |
| OBRÁZEK 4: Odstavec článku AERONET NEWS..... | 18 |
| OBRÁZEK 5: TITULEK ČLÁNKU SPUTNIK NEWS | 23 |
| OBRÁZEK 6: TITULEK ČLÁNKU SPUTNIK NEWS | 24 |
| OBRÁZEK 7: TWITTEROVÝ PŘÍSPĚVEK LUBOMÍRA VOLNÉHO | 25 |
| OBRÁZEK 8: FACEBOOKOVÝ PŘÍSPĚVEK MLADÍ ESPĚDÁCI | 26 |

Seznam grafů

| | |
|--|----|
| GRAF 1: JAK SI MŮŽEME OVĚŘIT PRAVDIVOST OBRÁZKU | 30 |
| GRAF 2: CO OZNAČUJE POJEM „DEEP FAKE“ | 31 |
| GRAF 3: CO ZNAMENÁ POJEM HOAX | 31 |
| GRAF 4: KDO JE INTERNETOVÝ TROLL | 32 |
| GRAF 5: ČESKÉ Hnutí, BOJUJÍCÍ V KYBERPROSTORU PROTI DEZINFORMACÍM..... | 32 |
| GRAF 6: CO ZNAMENÁ POJEM CLICK-BAIT | 33 |
| GRAF 7: BENÁTKAMI SE PROHÁNĚJÍ DELFÍNI | 34 |
| GRAF 8: ZÁSILKA POMERANČŮ Z LIBYE..... | 35 |
| GRAF 9: SMÍCHÁNÍ MENTOS A COCA-COLY..... | 36 |
| GRAF 10: SLOVENŠTINA JAKO NEJTĚŽŠÍ JAZYK NA SVĚTĚ..... | 36 |
| GRAF 11: PRVNÍ SAMOŘIDITELNÝ MINIBUS V BRNĚ..... | 37 |

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je vliv dezinformací na politickou kulturu v České republice, do jaké míry si lidé informace ověřují a jaká je role falešných informací na naše životy. Jedná se kvalitativní případovou studii, jejímž cílem je zjistit trend

dezinformací v určitých událostech, popsat roli šířitelů v této problematice a postavení samotných občanů k ověřování informací.

Teoretický základ práce je tvořen roli dezinformací napříč časem, roli dezinformací v české politické kultuře a způsoby ověřování zavádějících či nepravdivých zpráv. Z hlediska definování dezinformací jsem charakterizovala další pojmy spojené s tímto fenoménem – propaganda, kolektivní paměť a politická kultura.

V rámci praktické části popisují roli nejčastějších šířitelů a uvádím příklady vytvořených příspěvků, které obsahují nepravdivé informace. Na případové studii parlamentních voleb byla sledován trend dezinformací a jeho možné ovlivnění výsledků voleb. K vyhodnocení těchto výsledků sloužil monitoring dezinformačních webů a rozdíly ve volebních modelech v období před volbami. Postavení občanů k ověřování informací bylo zkoumáno na základě dotazníkového šetření, které testovalo obecnou znalost pojmů spojených s fake news a následné příklady k rozpoznání pravdivých či nepravdivých zpráv.

Pomocí zvolených metod jsem došla k závěru, že výsledky parlamentních voleb v roce 2021 nebyly nijak zásadně ovlivněny v krátkodobém horizontu, dezinformační kampaně těsně před volbami tedy měly minimální účinek na konečný výsledek. Co se týče dotazníkového šetření, respondenti si vedli relativně uspokojivě ve znalostní části, v praktické části si lidé nebyli zcela jistí, tudíž raději neodpověděli i přesto, že měli možnost si informaci dohledat. Podobnou reakci tedy můžeme teoreticky srovnávat se situací na sociálních sítích, kde si informaci spíše neověří. Avšak u příkladů, které byly spíše zavádějící se respondenti většinou shodli na správné odpovědi.

Abstract

The subject of the bachelor thesis is the influence of misinformation on the political culture in the Czech Republic, the extent to which people verify information and the role of false information in our lives. This is a qualitative case study, the aim of which is to find out the trend of misinformation in certain events, to describe the role of disseminators in this issue and the position of citizens themselves to verify information.

The theoretical basis of the work consists of the role of misinformation over time, the role of misinformation in Czech political culture and ways of verifying misleading or

false reports. In terms of defining misinformation, I have characterized other concepts associated with this phenomenon - propaganda, collective memory and political culture.

In the practical part, I describe the role of the most common disseminators and give examples of their created posts that contain false information. In the case study of the parliamentary elections I followed a trend of misinformation and its possible influence on the election results. The monitoring of disinformation websites and differences in electoral models in the pre-election period were used to evaluate these results. The position of citizens in verifying information was examined on the basis of a questionnaire survey, which tested general knowledge of concepts related to fake news and subsequent examples of recognizing true or false news.

Using the chosen methods, I came to the conclusion that the results of the parliamentary elections in 2021 were not fundamentally affected in the short term, so the disinformation campaigns just before the elections had a minimal effect on the final result. Regarding the questionnaire survey, the respondents performed relatively satisfactorily in the knowledge part, in the practical part people were not completely sure, so they preferred not to answer even though they had the opportunity to find information. Thus, we can theoretically compare a similar reaction with the situation on social networks, where they tend not to verify the information. However, for examples that were rather misleading, respondents mostly agreed on the correct answers.

