



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra společenských věd

Bakalářská práce

# Fake News a nástroje jejich odhalování

Vypracovala: Tereza Havelcová

Vedoucí práce: Mgr. Marek Šebeš, Ph.D.

České Budějovice 2020

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 10. 7. 2020

.....

Tereza Havelcová

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat Mgr. Markovi Šebešovi, Ph.D., vedoucímu mé bakalářské práce, za trpělivost, ochotu, odborné rady a věcné připomínky. Dále chci poděkovat své rodině, zejm. Mgr. Tomáši Havelcovi, za pomoc při kontrole gramatiky a struktury textu.

## **Anotace**

V reakci na zvyšující se rizika ohledně šíření fake news se bakalářská práce zaměřuje na rozlišení pojmů spojených s tímto fenoménem (fake news, dezinformace, hoax, konspirace, manipulace, propaganda, aj.), dále představuje různé typy zpravodajských médií (tradiční, alternativní, dezinformační a sociální média). Blíže uvádí potenciální důvody poklesu důvěry v mainstreamová média jakožto možné příčiny inklinace recipientů k alternativním zdrojům informací. V návaznosti na zvyšující se počet informací přicházejících z různých typů zpravodajství roste potřeba ověřovat si tyto informace, jsou tedy představeny klíčové kompetence (kritické myšlení a mediální gramotnost) v boji proti fake news. Práce dále rozpracovává otázku automatického ověřování zpráv na internetu a jeho efektivitu. Komparativní analýze jsou podrobeny online aplikace odhalující dezinformační weby. Výsledky zkoumání poukazují na některé nedostatky, se kterými se online nástroje potýkají.

**Klíčová slova:** Fake news, dezinformace, manipulace, zpravodajská média, nedůvěra v média, ověřování zpráv, komparativní analýza.

## **Abstract**

In response to the increasing danger connected to the issue of the spread of fake news the thesis focuses on the distinction of terms associated with the fake news phenomenon (fake news, disinformation, hoax, conspiracy, manipulation, propaganda etc.), introduces different types of news media (traditional media, alternative media, fake news sites and social media). The thesis further states potential reasons for the mistrust in mainstream media as a possible cause of the recipients' inclination to alternative sources. In response to the increasing number of information coming from different types of news sources, there is a growing need to verify this information, thus the key competencies (critical thinking and media literacy) in the fight against the fake news are introduced. The thesis further elaborates the issue of automatic verification (along with its effectiveness) of news on the internet. Online applications exposing fake news sites are subjected to research in comparative analysis. The results of the examination highlight some of their imperfections that online tools contend.

Key words: Fake news, disinformation, news media, manipulation, fact-checking, mistrust in media, comparative analysis.

Obsah:

<b>Úvod:</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Objasnění pojmů</b> .....	<b>10</b>
1.1. Fake news .....	10
1.2. Hoax.....	12
1.2.1. Urban legends neboli městské legendy .....	13
1.2.2. Řetězové e-maily.....	14
1.3. Manipulace.....	15
1.4. Propaganda.....	16
1.5. Konspirační teorie.....	17
1.6. Deepfake .....	18
1.7. Alternativní fakta a postpravdivá doba .....	20
<b>2. Zpravodajská média v digitálním světě</b> .....	<b>20</b>
2.1. Tradiční média .....	20
2.2. Alternativní média .....	22
2.3. Dezinformační média.....	24
2.3.1. Dezinformační média v Česku .....	25
2.4. Sociální sítě.....	29
2.4.1. Uživatelé manipulující médii .....	30
2.4.2. Motivace manipulátorů .....	32
2.5. Sociální a informační bubliny .....	33
<b>3. Faktory ovlivňující pokles důvěry v mainstreamová média</b> .....	<b>34</b>
3.1. Nárůst nedůvěry v média v české společnosti .....	34
3.2. Senzacechtivost neboli bulvarizace .....	35
3.3. Časový tlak na produkci zpráv.....	36
3.4. Otázka objektivity.....	37
3.5. Vliv politiků.....	39
3.6. Útok dezinformačních webů na mainstreamová média .....	40
<b>4. Kompetence důležité k orientaci v mediálním prostředí</b> .....	<b>41</b>
4.1. Kritické myšlení.....	41
4.2. Mediální gramotnost .....	42
4.2.1. Problematika mediální gramotnosti v české společnosti.....	42
4.3. Proces ověřování zpráv .....	44

4.3.1. Problematika manuálního ověřování zpráv, příklad Demagoga a Manipulátorů .....	45
<b>5. Analýza online nástrojů pro odhalování fake news.....</b>	<b>49</b>
5.1. Metodika .....	49
5.2. Aplikace: Detektor dezinformačních webů .....	50
5.3. Aplikace: Štít proti hoaxům .....	52
5.4. Aplikace: MindBrella.....	54
5.5. Aplikace: NewsGuard.....	56
5.6. Komparace aplikací identifikující české dezinformační weby .....	59
5.7. Komparace kritérií .....	60
<b>Závěr:.....</b>	<b>62</b>
<b>Seznam použité literatury:.....</b>	<b>64</b>
<b>Internetové zdroje: .....</b>	<b>67</b>
<b>Seznam obrázků: .....</b>	<b>76</b>

## Úvod:

Dalo by se říct, že fenomén fake news (do češtiny se tento pojem většinou překládá jako falešné zprávy) ke společnosti patří. Jeho přítomnost v ní není nic nového, avšak při některých událostech se o něm hovoří více. O vlivu fake news se ve společnosti začalo více hovořit v souvislosti s americkými prezidentskými volbami z roku 2016 nebo v propagaci Brexitu ve stejném roce. Není to ale hrozba týkající se pouze zmíněných anglosaských zemí, nýbrž už dopadá na téměř celý svět. Mohlo by se na první pohled zdát, že v současné době se stále více ignoruje pravdivost výroků, dezinformační weby převracejí realitu a ovlivňují svými články celé prostředí zpravodajství. Lidé si mohou být méně jisti, kterým portálům mají věřit, tímto rovněž fake news snižují důvěru v média jako taková. V návaznosti na nepřehledné množství zdrojů informací na internetu vzrůstá naléhavost ověřovat si informace, jichž jsme recipienti. Ne všechny zdroje totiž slouží k informování, některé naopak nabádají k uvěření mnohdy absurdním historkám, nemajícím žádnou oporu v realitě.

Tato bakalářská práce má za cíl představit fenomén fake news, shrnout faktory, které ovlivňují šíření falešných zpráv a zařadit ho do kontextu posledních let. Dále má za úkol sjednotit základní rysy těchto zpráv, identifikovat a popsat rozdílná zpravodajská média v digitálním prostředí, ze kterých recipienti čerpají informace. Práce se rovněž zaměří na faktory ovlivňující důvěru v seriózní média a představí nástroje v boji proti fake news, kterými jsou kritické myšlení, mediální gramotnost a proces ověřování zpráv. Nakonec představí online nástroje, které napomáhají v identifikaci dezinformačních webů a pokusí se tyto nástroje použít v praxi.

Práce se nejprve zaměří na představení a objasnění pojmů spojených s fake news. Mezi tyto pojmy patří konspirační teorie, hoaxy, manipulace, propaganda, deepfake, řetězové e-maily aj. Pokud by se na první pohled mohlo zdát, že se jedná o pojmy identické, není tomu tak a v některých svých aspektech se, jak bude v práci vysvětleno, liší. Úkolem této části práce je definovat, co jednotlivé termíny konkrétně znamenají a dále uvést některé jejich příklady.

V další části se bakalářská práce zabývá zpravodajskými médii figurujícími na digitálním trhu. Jmenovitě se jedná o tradiční média, alternativní média, dezinformační média a sociální média. Práce se pokusí pojmenovat hlavní znaky těchto médií a identifikovat faktory, které mohou ovlivňovat vyšší či nižší zájem o to které médium.



Dezinformační média představí práce blíže v kontextu prostředí České republiky, vyjmenuje možné rozlišení dezinformačních webů a uvede jejich příklady. V případě sociálních médií se práce pokusí představit aktéry ovlivňující sdílení a interpretaci zpráv, kterými jsou tzv. boti a trollové, a popsat jejich motivace. Nakonec práce v této části vysvětlí i pojmy sociální a informační bublina.

V další části se práce pokusí identifikovat faktory ovlivňující důvěru recipientů v mainstreamová média a ty popíše na konkrétních příkladech. Zaměří se jmenovitě na bulvarizaci médií, malý časový prostor pro ověření zpráv či urgentnost v krizových situacích. Práce se rovněž zaměří na problematiku objektivitu jakožto hlavního rysu seriózních zpráv. V této části bude zhodnocen vliv politiků a dezinformačních webů na interpretaci zpráv.

Práce, jak již bylo výše zmíněno, rozebere i důležité nástroje potřebné k identifikaci fake news, kdy se jedná především o kritické myšlení a mediální gramotnost. (Při této příležitosti nebude opomenuta úroveň mediální gramotnosti v České republice.) Představeny budou i způsoby, kterými lze ověřovat zprávy na internetu.

Závěrečné kapitoly práce budou věnovány online nástrojům, které slouží k identifikaci fake news. Zde budou popsány české online generátory *Detektor dezinformační webů*, *Štít proti hoaxům* a *Mindbrella*, kdy se práce následně pokusí jejich funkčnost otestovat na dezinformačních webech a na sociální síti Facebook. Pomocí komparativní analýzy bude poté vyhodnocen nejlépe fungující generátor. Nakonec budou kritéria, kterými se aplikace řídí, porovnána s anglickou aplikací *NewsGuard*.

Při vypracování této bakalářské práce je čerpáno z primárních i sekundárních zdrojů. K definování pojmů jsou využity vědecké články psané v anglickém jazyce, dále je čerpáno z českých tištěných i internetových zdrojů. Internetovými zdroji jsou především zpravodajské články. Jsou rovněž využity relevantní české i zahraniční výzkumy zabývající se například problematikou klesající důvěry ve zpravodajství nebo úrovní mediální gramotnosti v České republice. Metodika výzkumu je součástí páté kapitoly.

# 1. Objasnění pojmů

Dezinformace<sup>1</sup> se šíří mezi lidmi v různých podobách. Mohou jimi být upravené fotografie, řetězové e-maily nebo celé vymyšlené články. Dezinformace mohou být definovány různým způsobem, kdy vedle sebe existuje vícero pojmů, které byt' ve své podstatě znamenají to samé, nalezneme mezi nimi více či méně patrné rozdíly. Rozlišujícím faktorem může být kupříkladu to, kdo informaci šíří anebo za jakým účelem, proto je na tomto místě důležité jejich specifika objasnit.

## 1.1. Fake news

Přestože by se mohlo zdát, že se pojem fake news poprvé objevil při amerických prezidentských volbách v roce 2016, McIntyre upozorňuje, že falešné zprávy jako takové se začaly objevovat již mnohem dříve a jako stěžejní událost v dějinách fake news udává vznik knihtisku v roce 1439. Důvodem je podle autora fakt, že v té době nebylo snadné ověřit si pravdivost zpráv, neexistoval ani koncept novinářské etiky a objektivit.<sup>2</sup>

Tandoc, Lim a Ling definují pojem fake news jako lživou zprávu odkazující na virální články ze smyšlených účtů, či stránek upravených tak, aby svým vzhledem připomínaly verifikované weby. Jako fake news jsou autory chápány zpravodajské články, které jsou prokazatelně a úmyslně nepravdivé a vědomě své čtenáře uvádějí v omyl.<sup>3</sup>

Pokud se týče motivace šířitele fake news, podle Gregora a Vejvodové usiluje svým sdělením o zmanipulování svého adresáta, kdy informace, které fake news předává, jsou zavádějící, nebo zcela smyšlené a jejich cílem je přesvědčit adresáta o nepravdivosti jeho dosavadních názorů. Šíření dezinformací se mohou kromě jednotlivce nebo skupiny lidí dopouštět i vlády různých států. Autoři dále udávají, že se fake news mohou vyskytnout například v politických kampaních. V praxi probíhá šíření fake news tak, že informace je nejprve sdílena na méně známých webech, a později, pokud se stane populární, se může dostat do serióznějších médií.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Dezinformace se podle Cambridgského slovníku definuje jako nepravá informace šířena za účelem oklamání lidí.

<sup>2</sup> MCINTYRE, Lee C. *Post-truth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2018. MIT Press essential knowledge series. ISBN 978-026-2535-045, s. 97-98.

<sup>3</sup> TANDOC, Edson C., Zheng Wei LIM a Richard LING. Defining "Fake News". *Digital Journalism*. 2017, 6(2), s. 138.

<sup>4</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4, s. 45.

Ireton a Posetti rozdělují fake news do dvou skupin a definují tak dva pojmy, kterými jsou již výše zmíněná dezinformace a tzv. misinformace. Misinformací je podle autorek taková informace, která je klamavá, ale člověk, který ji šíří, se domnívá, že je pravdivá. Naproti tomu dezinformace je informace, která je klamavá, a člověk, který ji šíří, si je její nepravdivosti vědom.<sup>5</sup>

Fake news kromě toho, že mohou být hrozbou pro jednotlivce, mohou značně narušit věrohodnost ověřených zpráv. V praxi se např. může stát, že autoři fake news použijí pravé citace exponovaných osobností, ale bez dodání potřebného kontextu. Shu a kol. proto fake news označují jako snahu o překroucení pravdy. Fake news se cíleně zaměřují na nové a kritické události, které se kvůli krátkému časovému úseku nepodařilo dostatečně verifikovat.<sup>6</sup>

V 80. letech minulého století se např. objevila informace o záměrném šíření viru HIV z amerických vojenských základen nacházejících se v Řecku. O rozšíření této informace se zasloužili i Čechoslováci ze Státní bezpečnosti, sama dezinformace byla však prací sovětské tajné služby. Dezinformace byla vypuštěna do světa v roce 1983 nejprve prostřednictvím indického článku, kde anonymní americký vědec údajně potvrdil výskyt biologické zbraně ve vojenských laboratořích Američanů. O dva roky později vyšel v Řecku článek o šíření AIDS dovolávající se zmíněného článku.<sup>7</sup> Na základě doložených informací se může k incidentu s falešným článkem aplikovat definice, jež označuje fake news jako záměrně klamavou informaci.

Na začátku roku 2017 se v České republice, ale i v zahraničí vyskytla zmínka o internetové hře *Modrá velryba*, která opět měla své kořeny v Rusku. Hra byla rozšířena na sociálních sítích a jejím účelem bylo prostřednictvím tzv. kurátora zadávat účastníkům hry úkoly. V Rusku se objevila informace, že vinou této hry několik desítek dětí spáchalo sebevraždu. Vzhledem k závažnosti těchto tvrzení se o hru začala zajímat policie i média. Po prošetření situace se ukázalo, že žádný z případů sebevražd není přímo spojen se hrou

---

<sup>5</sup> IRETON, Cherilyn a Julie POSETTI. *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Paříž: UNESCO, 2018. ISBN 9789231002816, s. 45-46.

<sup>6</sup> SHU, Kai, Amy SLIVA, Suhang WANG, Jiliang TANG a Huan LIU. Fake News Detection on Social Media. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*. 2017, 19(1), s.1.

<sup>7</sup> ČT24. Na tvorbě sovětských dezinformací se podíleli i Čechoslováci. Tvrdili, že Američané záměrně šíří HIV. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2019 [cit. 2020-01-01]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3004109-na-tvorbe-sovetskych-dezinformaci-se-podileli-i-cechoslovaci-tvrdili-ze-american>

a že se jedná pouze o marketingový tah sociálních sítí propagujících onu hru.<sup>8</sup> V tomto případě napomohl k šíření fake news nedodaný kontext, o kterém výše hovoří Shu.

## 1.2. Hoax

Dalším pojmem, který označuje fabrikované informace, je hoax. Nutil pojem hoax přirovnává k českému slovu *trik*. Ve své podstatě se jedná o záměrně vytvořenou lež, která má působit pravdivým dojmem. V širším významu se pojem hoax kryje s pojmem dezinformace.<sup>9</sup> Rozdíl mezi hoaxem a fake news podle Shu a kol. spočívá až v motivaci šířitele těchto nepravd. Fabrikované informace jsou v tomto případě vytvářeny pro pobavení, ale také k podvedení skupin, na které cílí.<sup>10</sup> Aby se hoax stal úspěšným, musí podle Nutila zaujmout své příjemce a přimět je ke svému následnému sdílení. Zaměřuje se proto na emotivně ovlivněná témata, čímž si snadněji získává čtenářovu pozornost. Velmi často používá např. *vyhrocené* titulky, jméno známé osobnosti, neautentickou citaci či názor anonymních expertů. Pro hoax je charakteristická urgentnost rozeslat zprávu co největšímu okruhu lidí. Tato podmínka je následně vysvětlena tvrzením, že oficiální osoby se snaží informaci zatajit.<sup>11</sup>

Nutil udává jako jeden z neznámějších hoaxů rádiovou inscenaci známé knihy *Válka světů* z roku 1938. I přes ujištění posluchačů, že se jedná pouze o hru, velká část obyvatel New Yorku brala vysílání zcela vážně.<sup>12</sup> To, jestli se v tomto konkrétním případě jedná doopravdy o hoax, je ovšem přinejmenším sporné. Rádio posluchače několikrát varovalo, že se jedná pouze o inscenaci.

Například v roce 1835 se ve Spojených státech objevil hoax v podobě několika zdánlivě vědeckých článků, který později dostal označení *The Great Moon hoax* (česky: *velký hoax o Měsíci*). Americký bulvární časopis *New York Sun* tehdy zveřejnil prohlášení, že byl objeven život na Měsíci. Zdrojem měl údajně být Edinburský vědecký časopis, jenž zveřejnil objevy vědce jménem Andrew Grant. Grant podle článků pomocí silného teleskopu objevil na Měsíci znaky života ve formě jednorožců, dvounohých bobrů či lidsky vypadajících netopýrů a rovněž referoval o geografickém stavu Měsíce. Po

---

<sup>8</sup> ČT24. E-bezpečí.cz: Hra Modrá velryba neexistuje, je to marketingový tah. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2017 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2088216-e-bezpecicz-hra-modra-velryba-neexistuje-je-marketingovy-tah>

<sup>9</sup> NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s. 136-137.

<sup>10</sup> SHU, Kai, Amy SLIVA, Suhang WANG, Jiliang TANG a Huan LIU. op. cit., s. 3.

<sup>11</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 139-146.

<sup>12</sup> Tamtéž.

zveřejnění těchto článků se rapidně zvýšil odběr časopisu *New York Sun*. Samozřejmě se jednalo o fiktivní článek, jehož hlavní motivací bylo zesměšnit předchozí spekulace o životě na Měsíci. Čtenáři *New York Sun* nedokázali satiru rozpoznat, údajné objevy dokonce zaujaly několik vědců, kteří si je chtěli prověřit. *New York Sun* se později toho roku přiznal, že se jednalo o hoax.<sup>13</sup> Aktuálním příkladem hoaxu může být např. panika kolem onemocnění COVID-19.<sup>14</sup> Na internetu se začala šířit videa, která zobrazují paniku lidí v supermarketech v centrech nákazy. Nejedná se však o pravdivou situaci, ale o reklamní spot. O další hoax se zasloužilo španělské zpravodajství, které použilo fotografii slovenského premiéra Petera Pellegriniho na nemocničním lůžku a uvedlo možné šíření nemoci na zasedání v Bruselu.<sup>15</sup>

### 1.2.1. Urban legends neboli městské legendy

Městské legendy definují Donavan, Mowen a Chakraborty jako fiktivní vyprávění s folklórními znaky, které se přenáší ústně po delší časový interval. Městské legendy ve svých příbězích využívají ironické zápletky jakožto symbolické zprávy pro příjemce. Symbolickou zprávu autoři formulují jako *poetickou spravedlnost*. Přestože se vyprávění městských legend přenáší z generace na generaci a vyskytují se ve společnosti poměrně dlouhou dobu, jejich obsah není nijak ověřitelný. Autoři poznamenávají, že městské legendy jsou podobné fámám, rozdílným znakem je již zmiňovaná ironická zápleтка. Autor legend je typicky anonymní, ale při vyprávění vypravěč často používá frázi *přítel mého přítele povídal*, která zvyšuje věrohodnost příběhu tím, že ukazuje na relativní blízkost vypravěče ke zdroji příběhu. Dalším charakteristickým znakem je podle autorů tendence umísťování příběhu do kontextu daného prostředí. Tento proces tzv. lokalizace dodává příběhu větší důvěryhodnost, protože jsou k němu připojeny konkrétní ulice, lidé nebo produkty. Legenda může například pocházet z Utahu, ale když se začne vyprávět

---

<sup>13</sup> HISTORY.COM EDITORS. "The great Moon Hoax" is published in the "New York Sun". *History.com* [online]. A&E Television Networks, 2019 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: [history.com/this-day-in-history/the-great-moon-hoax](https://www.history.com/this-day-in-history/the-great-moon-hoax)

<sup>14</sup> Podle oficiálních zdrojů se COVID-19 začal šířit 31. prosince 2019 v čínském Wu-Chanu.

<sup>15</sup> ČT24. S koronavirem se šíří i hoaxy. Dezinformatoři používají záběry z filmů i reklam. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/specialy/newsroom-ct24/3055508-s-koronavirem-se-siri-i-hoaxy-dezinformatoři-pouzivaji-zabery-z-filmu>

v jiném státě, vyprávění se pozmění, aby utvářelo dojem, že se legenda stala např. v ulici, ze které vypravěč pochází.<sup>16</sup> Legendy mají tedy nadnárodní charakter.

To, že se legendy vyprávějí nezávisle na sobě v několika zemích, dosvědčuje i česká sbírka městských legend *Černá sanitka*. Janeček např. zmiňuje legendu s názvem *Snědená babička*, která se vyprávěla v souvislosti s potravinářskou krizí po druhé světové válce. Legenda, která vypráví příběh o babiččině popelu poslaném z Anglie v krabici od pudinku příbuzným do Čech, se podle Janečka v Čechách začala objevovat v 60. letech 20. století. Světově byla legenda oblíbena spíše v zemích bývalého socialistického bloku. Obdoba této legendy se objevila i ve Velké Británii, kde se legenda pojí s tradičním vánočním pudinkem poslaným rodině příbuznými z Austrálie.<sup>17</sup>

### 1.2.2. Řetězové e-maily

Falešné zprávy se mohou objevit i ve formě hromadných e-mailů. Nevyžádané zprávy se označují slovem *spam*. Boese poznamenává, že se *spamy* objevují jako řetězové zprávy, které po příjemci zpravidla vyžadují i přeposlání obdržené zprávy. Obvyklé je falešné varování, kterému příjemci přikládají přehnanou důležitost a pocítují nutnost přeposlat e-mail svým přátelům či známým.<sup>18</sup>

Jedním z příkladů by mohly být e-maily rozesílané v Česku během kampaně k prezidentské volbě v roce 2018. Podle Golise se jednalo zejména o starší lidi, kteří dezinformace o prezidentských kandidátech přeposílali prostřednictvím e-mailů. E-maily především varovaly před úmysly Jiřího Drahoše, který byl vykreslován jako *vítač uprchlíků*, kolaborant, či člen *zednářské* organizace. E-maily kritizovaly i ostatní kandidáty, např. úřadujícího prezidenta Miloše Zemana měla negativně vykreslovat fotografie první dámy v hidžábu s obviněním, že chce změnit své české jméno na muslimské.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> DONAVAN, D. Todd, John C. MOWEN a Goutam CHAKRABORTY. Urban Legends: The Word-of-Mouth Communication of Morality Through Negative Story Content. *Marketing Letters*. 1999, 10(1), 24-26.

<sup>17</sup> JANEČEK, Petr. *Černá sanitka a jiné děsivé příběhy: Současné pověsti a fámy v české republice*. Praha: Plot, 2006. ISBN 80-86523-74-8.

<sup>18</sup> BOESE, Alex. *Hroši žerou trpaslíky!: Praktický průvodce světem hoaxů, fake news a dalších bulšitů*. Brno: CPress, 2019. ISBN 978-80-264-2716-2, s. 127-128.

<sup>19</sup> GOLIS, Ondřej. E-mailové lži. Předvolební dezinformace psali a šířili lékař, advokát, důchodce nebo farmář. *Irozhlás.cz* [online]. Český rozhlas, 2018 [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-e-mail-prezident-volby-drahos-zeman\\_1802090600\\_ogo](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-e-mail-prezident-volby-drahos-zeman_1802090600_ogo)

Samozřejmě by mělo být pravidlem, že nevyžádané zprávy by adresát neměl nikomu přeposílat. Boese upozorňuje, že přeposíláním se vytváří několik kopií a sdělení se tak dostane k většímu počtu lidí. Tento fenomén se může také nazývat, a to díky jeho povaze, přeposílacím hoaxem.<sup>20</sup>

### 1.3. Manipulace

Manipulaci Reifová definuje jako záměrné přetvoření příjemcova myšlení, jehož smyslem je spořádaná a cílená regulace a formování vědomí a myšlenek příjemce. Působení manipulace by si recipient neměl uvědomovat. Lidé ovlivnění manipulací jednají v souladu s cíli jejich manipulátora i přes možný střet s vlastními zájmy.<sup>21</sup>

Táborský zmiňuje důležitost vhodného výběru slov k účinné manipulaci. Odborně tento proces označuje jako techniku jazykové manipulace. Ve zprávách se jazyková manipulace podle autora často objevuje ve spojení s negativním činem státních pracovníků. Konkrétně, pokud např. policista svým nedopatřením někoho zastřelí, v tiskové zprávě se použije pro popis situace trpný rod za účelem rozmazání jeho odpovědnosti za provedený čin. Manipulace slovy je také častá v politické či reklamní kampani. Politici volí slova, která v jejich voličích vyvolají emoční odezvu.<sup>22</sup>

K manipulaci podle Gregora a Vejvodové dochází zejména při zpětném zprostředkování situací. Tedy situací, při kterých jedinci nebyli přítomni a nemohli být jejími svědky, tudíž se musí spolehnout na zkušenosti ostatních lidí, kteří jim slouží jako zprostředkovatelé. Tito zprostředkovatelé je mohou informovat o událostech upřímně, aniž by překroutili fakta, ale jsou i tací, kteří se snaží o ovlivnění jejich názorů. O manipulaci se může zasloužit i vysoký politik, který usiluje o odklonění pozornosti od jeho skandálu. Využívá k tomu zejména mediální prostor, kde se buď snaží negativně ovlivnit postoj veřejnosti vůči své konkurenci, nebo vytvoří neexistující problém, na který se veřejnost zaměří. Pro tuto manipulaci používají autoři pojem *spin doctoring*.<sup>23</sup>

Manipulace tedy podle definice Reifové slouží k ovládnutí recipientů. Gregor a Táborský spojují manipulaci s mediálním prostředím, kdy se různé subjekty snaží přetvořit jimi poskytovanou informaci, aby vyvolala v příjemci negativní nebo pozitivní

---

<sup>20</sup> BOESE, Alex. op. cit., s. 131.

<sup>21</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 127.

<sup>22</sup> TÁBORSKÝ, Jirí. *V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2014-7, s. 45-46.

<sup>23</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. op. cit., s. 58.

reakci, působí tedy na emoční stránku publika. Manipulace se ve spojení s tímto výkladem jeví jako nástroj přidružený k dezinformacím.

#### 1.4. Propaganda

Propagandu Táborský definuje jako „*záměrný pokus přimět lidi myslet a chovat se požadovaným způsobem*“.<sup>24</sup> Propaganda byla v minulosti často spojována s procesem dehumanizace. Cílená nesnášenlivost k různým skupinám napomohla propagandě k ovládnutí jednotlivých recipientů. Pokud propagandisté přesvědčili příjemce, že mají společného nepřítele, bylo pak snazší je následně ovládat. Jindy propaganda napomohla odvrátit pozornost lidí od jiných problémů, které tížily vysokou politiku. Jako nejznámější příklad autor uvádí nacistickou propagandu. Ta byla charakteristická odlidštěním Židů, k čemuž napomohlo jejich vyobrazování v propagandistických materiálech. Židé v nich byli přirovnáváni ke zvířím. Dehumanizace byla též docílena označením Židů Davidovou hvězdou.<sup>25</sup>

Odlidštění se ovšem po 2. světové válce ze společnosti nevytratilo. Nutil poukazuje na příklad dehumanizace z roku 2015, tehdy se objevila ve spojení s imigranty. Propaganda využila manipulační techniky citového zabarvení slov. Manipulativní titulky v některých zpravodajských publikacích zapříčinily, že někteří čtenáři reagovali na migraci strachem a nejistotou.<sup>26</sup>

Propaganda je typicky spojována se státní ideologií. Tyto státy se pak mohou snažit o šíření svých názorů do jiných koutů světa. Morgan dává za příklad vliv ruské propagandy, konkrétně ji viní ze zasahování do voleb a jiných záležitostí zahraničních zemí. Upozorňuje na výrazné rozšíření ruského zpravodajství v dalších zemích, které má v úmyslu svou propagandou ovlivnit.<sup>27</sup>

Pro Česko je typický výskyt právě ruské propagandy. František Vrabel, který se zabývá odhalováním webů šířících fake news, udává příklady propagandy, která cíleně znehodnocuje účely Evropské unie a přirovnává ji k fašistické organizaci. Jinde propaganda uplatňuje svůj protiukrajinský postoj, kritizuje Spojené státy nebo NATO.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> TÁBORSKÝ, Jiří. op. cit., s. 21.

<sup>25</sup> Tamtéž, s. 94-96.

<sup>26</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 161.

<sup>27</sup> MORGAN, Susan. Fake news, disinformation, manipulation and online tactics to undermine democracy. *Journal of Cyber Policy*. 2018, 3(1), s. 42.

<sup>28</sup> ČT24. Ruská propaganda má své příběhy, říká Vrabel. Třeba že EU je fašistická nebo že liberalismus škodí. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2019 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z:



Ne vždy je však propaganda negativní. Gregor a Vejvodová uvádějí rozdělení na tzv. bílou propagandu, která se v mnoha případech může zaměřovat s pojmem public relations.<sup>29</sup> Předkládá adresátům informace založené na pravdivosti a nabádá k mobilizaci občanů. Autoři dávají příkladem kampaň pro očkování nebo varování před škodlivostí alkoholu. Na opačnou stranu bílé propagandy staví propagandu černou, která je nositelem dezinformací za účelem zneuctění svého oponenta. Zdroje, na které odkazuje, jsou pak neúplné nebo zcela fabrikované. Jedním z příkladů černé propagandy byl, podle autorů, britský pokus z druhé světové války zmást nacisty falešným rádiovým vysíláním, kde byla otevřeně kritizována NSDAP. Posledním typem propagandy je šedá propaganda.<sup>30</sup> Ta nese znaky obou předchozích propagand. Může obsahovat neúplné informace, či nedohledatelné zdroje. Její obsah zpravidla směřuje k dezinformaci. Uplatňuje se například v klamavé reklamě.<sup>31</sup>

### 1.5. Konspirační teorie

Jako zdroje fake news jsou považovány i konspirační teorie. Konspiraci Sunstein a Vermeule definují jako snahu vysvětlit průběh určitých událostí v našich dějinách skrze obvinění mocných lidí, kteří mají využívat intrik k zakrytí své skutečné role v pozadí těchto událostí sloužících k dosahování jejich cílů. Ve většině případů konspiračních teorií jsou předkládány nepodložené a fabrikované důkazy, které mají poukázat na roli mocných postav v pozadí. Kořeny konspiračních teorií jsou podle autorů v nedůvěře v politiku, nedostatku hodnotných zdrojů a participaci v izolovaných skupinách.<sup>32</sup> Podle Taberyho je hlavním rysem konspirační teorie zpochybnění pravdy. Tato zpochybnění jsou doprovázena pocitem, že všechny informace proudící k občanům ze strany zpravodajů či politiků jsou součástí širšího spiknutí. Jedinci, kteří nechtějí předkládané informace přijmout, přicházejí s vlastními hypotézami a závěry, protože nechtějí akceptovat doložená fakta.<sup>33</sup>

Konspirační teorie, které Sunstein a Vermeule připomínají, jsou mimo jiné údajné falšování dat o globálním oteplování nebo předstírání přistání na Měsíci. Konspirační

---

<https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2991728-dezinformace-se-siri-sestkrat-rychleji-nez-pravda-rika-analytik-vrabel>

<sup>29</sup> Public relations je pojem nejčastěji používaný v kontextu utváření pozitivního obrazu určité společnosti.

<sup>30</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. op. cit., s.15.

<sup>31</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 161.

<sup>32</sup> SUNSTEIN, Cass R. a Adrian VERMEULE. Symposium on Conspiracy Theories: Conspiracy Theories: Causes and Cures. *The Journal of Political Philosophy*. 2009, 17(2), s. 205.

<sup>33</sup> TABERY, Erik. *Opuštěná společnost: česká cesta od Masaryka po Babiše*. Praha: Paseka, 2017. ISBN 978-80-7432-849-7, s. 84.

teorie podle autorů může vzniknout buď spontánně, nebo je záměrně vytvořena. Jestliže je konspirační teorie vytvořena záměrně, její autoři obvykle sledují finanční záměr a publikují např. knihy o svědectvích<sup>34</sup> o některých událostech.<sup>35</sup> Konspirační teorie, která nabyla v posledních letech mezinárodních rozměrů, je *the flat Earth theory* (česky: *teorie ploché Země*). Lidé, kteří věří této teorii, rozporují existenci vesmíru, gravitaci či kulatost Země. V anglickojazyčných zemích jsou zastánci této teorie nazýváni *Flat-Earthers*. Tito lidé věří, že je Země plochá. Na téma ploché Země jsou pořádány i mezinárodní konference.<sup>36</sup> Výše uvedené příklady konspiračních teorií lze shrnout tak, že konspirátoři nedůvěřují všeobecně přijímaným verzím určitých událostí, vytvářejí si vlastní hypotézy a pracují s vlastními důkazy, na základě kterých docházejí k závěrům, které jsou mnohdy (jako v případě Flat Earth) odchylné od reality, zároveň mají silný vliv na přetvoření interpretace světa a mohou nabýt i mezinárodních či globálních rozměrů.

Podle Víchové jsou konspirační teorie oblíbeným tématem na tzv. dezinformačních webech. Udává, že některé weby vedou i rubriky označené jako konspirace. Autorka jako příklad uvádí konspiraci z českého webu Protiproud, na kterém se objevilo např. tvrzení o údajném útěku Adolfa Hitlera do Brazílie poté, co zfalšoval vlastní sebevraždu.<sup>37</sup>

## 1.6. Deepfake

Jako další ze způsobů manipulace s informacemi je Guerou a Delpem uváděna aplikace *FakeApp*. Jedná se o aplikaci na upravení videoklipů vložením cizího obličeje do již existujícího videoklipu. Tato zfalšovaná videa mohou být podle autorů použita za účelem vytvoření politického napětí. Může se tak stát, že se vytvoří video, kde se politikovi pomocí aplikace vkládají do úst slova, která nikdy neřekl.<sup>38</sup>

*Deepfake* (česky: *hluboký podvod*) je podle autorů technologie založená na bázi umělé inteligence. Na základě vzorkových podkladů je počítač schopen napodobit

---

<sup>34</sup> Existují např. různé publikace o vyvracení oficiální verze teroristického útoku z 11. září 2001.

<sup>35</sup> SUNSTEIN, Cass R. a Adrian VERMEULE. op. cit., s. 212.

<sup>36</sup> CNN. The flat-Earth conspiracy is spreading around the globe. Does it hide a darker core? *Edition.cnn.com* [online]. Cable News Network, 2019 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2019/11/16/us/flat-earth-conference-conspiracy-theories-scli-intl/index.html>

<sup>37</sup> VÍCHOVÁ, Veronika. Manipulační techniky dezinformačních webů. *Evropské hodnoty* [online]. Praha: Evropské hodnoty, 2016 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/07/Manipula%C4%8Dn%C3%AD-techniky.pdf>

<sup>38</sup> GUERA, David a Edward J. DELP. Deepfake Video Detection Using Recurrent Neural Networks. 15th IEEE International Conference on Advanced Video and Signal Based Surveillance (AVSS), 2018, s. 1-2.

pohyby obličeje a jiné výrazy určité osoby. Poté je schopen vytvořit upravené video, v němž jedinci vloží do úst libovolný proslov, popř. mu změni i chování.<sup>39</sup>

Jedním z příkladů použití deepfake je politická kampaň indického politika Arvinda Kejriwala, o které informovala na začátku roku 2020 Česká televize na svém webu. Tento politik použil deepfake, aby oslovil voliče v jazyce, jež neovládá. Pomocí programu na rozpoznávání a následné napodobení mimických pohybů byl politik schopen upravit video, které původně namluvil v angličtině. Jeho cílem bylo oslovit své voliče v indickém dialektu. To ale není jediný případ použití této technologie.<sup>40</sup>

Deepfake si našlo své využití i v satirickém kontextu. Bonnie Kristianová zmiňuje např. parodování projevů amerických prezidentů. Mohlo se tak stát, že lidé na internetu narazili na upravené scény z filmů, kde vystupoval místo konkrétních herců úřadující prezident Donald Trump nebo se setkali s upraveným proslovem bývalého amerického prezidenta Baracka Obamy.<sup>41</sup>

Problém s deepfake nastává, pokud se objeví upravené video s úmyslem uvést svého recipienta v omyl. Na hrozbu deepfake již zareagovala sociální síť Facebook, která plánuje s pomocí odborníků upravená videa, jež nesou manipulativní obsah, mazat. Toto opatření se však nebude týkat videí, která mají satirický obsah. Upravená videa však dosud vykazují nemálo viditelných vad, např. se objevují nepřirozené pohyby očí či úst. Obava technologických firem z toho, že se v budoucnu videa stanou nerozpoznatelná od skutečných, je však vysoká.<sup>42</sup>

Deepfake je nejmladší verzí dezinformací, je napojen přímo na technologické vymoženosti a na rozdíl od předchozích typů nepravdivých zpráv deepfake upravuje videa, tedy zvukovou stopu a obraz. Dalo by se i tvrdit, že je z dezinformací nejpokročilejší, a tudíž i nejnebezpečnější.

---

<sup>39</sup> Tamtéž.

<sup>40</sup> ČT24. První politik na světě využil v kampani deepfake video. V Indii díky tomu mluvil řečí, kterou neumí. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3054950-prvni-politik-na-svete-vyuzil-v-kampani-deepfake-video-v-indii-diky-tomu-mluvil-rci>

<sup>41</sup> KRISTIAN, Bonnie. Everyone would fall for a Trump deepfake. *Theweek.com* [online]. The Week Publications, 2020 [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://theweek.com/articles/895589/everyone-fall-trump-deepfake>

<sup>42</sup> SEDLÁČEK, Štěpán. Facebook bude mazat upravená a manipulativní videa. Chce tak bojovat proti deepfakes. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/facebook-deepfakes-videa-mazani\\_2001071824\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/facebook-deepfakes-videa-mazani_2001071824_pj)

## 1.7. Alternativní fakta a postpravdivá doba

Pojem *alternativní fakta* je spojován se současným americkým prezidentem a jeho poradkyní. Trumpova poradkyně Kellyanne Conwayová použila pojem alternativní fakta v pořadu *Meet the Press*, když od ní redaktor Chuck Todd žádal vysvětlení Trumpova tvrzení, že dav na jeho inauguraci byl větší, než byl dav na inauguraci předchozího prezidenta Baracka Obamy. Fotografické důkazy tehdy vyvrátily Trumpovo tvrzení o vyšší účasti podporovatelů na jeho inauguraci. Ve své podstatě jsou alternativní fakta něčím, co odporuje známým faktům, tudíž můžeme hovořit o lži.<sup>43</sup>

Postpravdivou dobu McIntyre definuje jako dobu, ve které se jedinec nesoustředí na objektivitu přijímaných informací, naopak se koncentruje na emoční stránku a své osobní přesvědčení. Anglické slovo *post* neoznačuje v této situaci minulé přičestí, ale popisuje snahu zakrýt pravdu o událostech, na které odkazuje. Pravda se podle autora stává pro recipienty nepodstatná.<sup>44</sup>

## 2. Zpravodajská média v digitálním světě

V současné době existuje volnost rozhodování o tom, jakým způsobem a odkud chce recipient přijímat informace. Rozhodovat se může mezi televizí, rádiem, tiskem a internetem, kde má na výběr informace od nezávislých zpravodajů, politiků na sociálních sítích, anebo z příspěvků a blogů od neprofesionálních autorů. Zde bude objasněno rozdělení zpravodajských médií na média tradiční, alternativní, dezinformační a sociální, budou uvedeny jejich rozdíly, společné znaky a jejich specifika, způsob distribuce zpráv, kdo je jejich autorem atd.

### 2.1. Tradiční média

Tradičními médii se označuje novinové, televizní či rádiové zpravodajství. Tedy to, co tu bylo před dobou internetu. Tato média byla v minulosti využívána jako hlavní zdroj informací. Zpravodaj by měl zastupovat roli zprostředkovatele, jehož úkolem je zachytit aktuální dění a v co nerychlejším čase dění popsat a předat svému publiku. Rovněž se předpokládá jeho neutrální postoj k reportovanému tématu.<sup>45</sup> „*Zpravodajství v novinářském pojetí má být, pokud možno přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak*

---

<sup>43</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 17.

<sup>44</sup> MCINTYRE, Lee C. op. cit., s. 5-6.

<sup>45</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. Vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN: 978-802-4618-999, s.13-14.

*při výběru, tak při ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou na sobě nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné, [...] nemá obsahovat novinářův názor, pouze tlumočit fakta. Z tohoto hlediska je tedy neosobní.*<sup>46</sup>

Dimmick, Chen a Li uvádějí jako stěžejní vlastnost nových médií poskytování příležitostí svým recipientům, které spočívají např. v nabídce širšího obsahu, nebo v možné časové variabilitě při sledování zpráv. Hlavními znaky tradičních médií jsou naopak limitovaný obsah zpráv, pevný čas vysílání zpráv nebo vydávání novin, kterému se recipienti musejí přizpůsobit.<sup>47</sup> Tím autoři naznačují, že publikum tradičních médií nemá na výběr mezi tématy, ale přijímá to, co média považují za důležité. Další nevýhodou spojenou s časem, kterou autoři uvádějí, je nedostatek kontinuity. Poskytované zprávy na sebe nemusejí tematicky navazovat, jedná se spíše o sled nedávných událostí z různých koutů světa.<sup>48</sup>

Problém s nedostatkem informací a fixním vysílacím časem se v minulosti několik televizních stanic snažilo vyřešit. Například CBS (Columbia Broadcasting System) v roce 1968 rozšířila svůj časový rámec zpráv. Z typické půl hodiny vysílání přešla na 60 minutový pořad, který se následně ukázal být úspěšný. CNN (Cable News Network) následovala kroky CBS v roce 1980 se svým 24 hodinovým programem zpravodajství.<sup>49</sup> V Česku se tímto inspirovala Česká televize, která v roce 2005 představila veřejnoprávní zpravodajský program ČT24 za účelem přispívání k informovanosti v tématech voleb, aktuálnímu stavu státu, regionů či měst.<sup>50</sup> Tato změna měla sice vliv na vyšší přísun informací, stále však neumožňovala recipientům vlastní výběr zpráv.

Časová a obsahová limitace, na kterou reagovala nová média, tedy zapříčinila i zásadní změnu v poskytování zpráv tradičními médii. Na vývoj tradičních médií měl vliv i nástup internetu, tak se musela změnit, aby si zachovala své publikum. Např. tištěné noviny publikují své zprávy nejprve na své webové stránky a teprve poté se noviny tisknou.<sup>51</sup> O tomto trendu hovoří také Osvaldová, která uvádí pojem *web first* (česky: *web*

---

<sup>46</sup> Tamtéž, s.19-20.

<sup>47</sup> DIMMICK, John, Yan CHEN a Zhan LI. Competition Between the Internet and Traditional News Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimension. *Journal of Media Economics*. 2004, 17(1), s.22.

<sup>48</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. op. cit., s.20.

<sup>49</sup> MCINTYRE, Lee C. op. cit., s.63-67.

<sup>50</sup> MOTAL, Jan. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5839-2, s. 167-169.

<sup>51</sup> DIMMICK, John, Yan CHEN a Zhan LI. op. cit., s. 20.

*první) politiky*. Tato politika spočívá v tom, že se upřednostňuje vydání zprávy na webu a sekundárně pak v tištěné podobě. Problémové je podle autorky vymezení hranice mezi internetovým a tradičním zpravodajstvím. Díky angažovanosti seriózních médií v online světě se podle ní přesná hranice mezi těmito zdroji nedá přesně určit.<sup>52</sup> Tradiční média jsou spolu se svým obsahem publikovaným na internetu označována jako mainstreamová média (neboli média hlavního proudu).<sup>53</sup> Mainstreamová média podle Macka a kol. reprezentují širší kulturní řád, tj. snaží se svým sdělením oslovit širší publikum.<sup>54</sup> I přes velkou angažovanost profesionálních médií na internetu se podle Tsfatihho mainstreamová média s mnoha rysy internetu (např. opomíjením kontroly zpravodajského obsahu) neshodují, jelikož tyto rysy neuspokojují tradiční zpravodajské hodnoty.<sup>55</sup> Macek a kol. staví proti profesionálním médiím média, která jsou nazývána jako alternativní.<sup>56</sup>

## 2.2. Alternativní média

Pojmem alternativní média jsou označována taková média, která nabízejí alternativní informace s často protikladným obsahem k informacím, které ke stejnému tématu zprostředkovávají seriózní média. Nutil upozorňuje, že některé zdroje spatřují korelaci mezi alternativními médii a dezinformačními weby. Podle autora se však jedná o neutrální pojem.<sup>57</sup>

Podle Jean Kenixové se alternativní média začala objevovat v reakci na nedůvěru recipientů k mainstreamovým médiím. Nová forma zpravodajství zdůrazňující subjektivní názor reportéra se podle autorky objevila poprvé v 60. letech 20. století a je považována za předchůdce moderních blogů zaměřujících se na politická témata. Podle autorky politické blogy nabízejí nezávislou platformu recipientům, kteří byli mainstreamovými médii marginalizováni. Blogy dále nabízejí nezávislý prostor novinářům pro sdílení reportáží např. o svých vlastních zkušenostech, nebo jsou

---

<sup>52</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. op. cit., s.104.

<sup>53</sup> Podle Josefa Šlerky se k hlavnímu proudu českých internetových zpravodajských webů přiřazuje např. *idnes.cz*, *aktualne.cz*, *irozhlas.cz*, *denik.cz*, *seznamzpravy.cz* nebo *respekt.cz*.

<sup>54</sup> MACEK, Jakub, Alena MACKOVÁ, Vassilis PAVLOPOULOS, Veronika KALMUS, C. Michael ELAVSKY a Jan ŠEREK. Trust in alternative and professional media: The case of the youth news audiences in three European countries. *European Journal of Developmental Psychology*. 2017, 15(3), s. 342.

<sup>55</sup> TSFATI, Yariv. Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. *American Behavioral Scientist*. 2010, 54(1), s. 26.

<sup>56</sup> MACEK, Jakub, Alena MACKOVÁ, Vassilis PAVLOPOULOS, Veronika KALMUS, C. Michael ELAVSKY a Jan ŠEREK. op. cit., s. 342.

<sup>57</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 17.

zaměřeny na specifické téma.<sup>58</sup> Nabízejí tedy jiný pohled na svět než ten, který je publiku předáván mainstreamem.<sup>59</sup>

Dnes je hlavní platformou pro alternativní média internet. Dimmick, Chen a Li za charakteristické znaky internetu v této souvislosti označují svobodu projevu, která není limitována cenzurou, rychlost vyhledávání, poskytování zpráv, nízké distribuční náklady, celosvětovou dostupnost, nebo možnost vzájemné komunikace mezi uživateli.<sup>60</sup> Na rozdíl od tradičních platform internet nabízí široký výběr zpráv o různých tématech i větší flexibilitu v přístupu k novinkám.<sup>61</sup>

Internet se tedy může jevit nejdostupnějším a nejsympatičtějším zdrojem zpráv. Poskytuje nepřeborné množství informací, ne všechny informace jsou však stejně kvalitní. Hodnověrnost zdrojů alternativních médií je potřeba posoudit. Pokud někdo důvěřuje všem zprávám, které si přečte na internetu, trpí podle Boese tzv. *syndromem Pierra Salinger*a. Jedná se o amerického žurnalistu, který použil dokument z internetu k tomu, aby podpořil teorii, že americký let TWA 800 sestřelila nedopatřením americká armáda.<sup>62</sup> To se samozřejmě nestalo. Navzdory tomu, že popřel čerpání informací z neověřeného zdroje na internetu, tato *nálepka* mu již zůstala.<sup>63</sup>

*Syndrom Pierra Salinger*a vyvolává otázku, jací autoři vlastně publikují články na internetu. Jak již bylo řečeno, tradiční média se přesunula na tuto platformu společně se svými profesionálními zpravodaji. Avšak kdokoli, kdo má počítač a připojení k internetu, rovněž může vytvořit vlastní zpravodajskou webovou stránku, což může snížit důvěryhodnost webových stránek, které poskytují zpravodajský obsah. Banning a Sweetser připomínají nulovou zodpovědnost za obsah vytvořených webů, informace mohou být zveřejněny anonymně a autoři jsou ne vždy vázáni novinářskou etikou.<sup>64</sup> Johnson a Kaye poznamenávají, že internet je přeplněn pomluvami, domněnkami a

---

<sup>58</sup> Příkladem českých alternativních médií mohou být např. weby *neovlivni.cz* nebo *hlidacipes.org*, které Šlerka popisuje jako analyticko-investigativní weby. Dále se do alternativních médií mohou zahrnout názorové deníky, kterými jsou např. *blisty.cz*, *forum24.cz* nebo *echo24.cz*.

<sup>59</sup> JEAN KENIX, Linda. Blogs as Alternative. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2009, 14(4), s. 791.

<sup>60</sup> DIMMICK, John, Yan CHEN a Zhan LI. op. cit., s. 20.

<sup>61</sup> Tamtéž, s.23.

<sup>62</sup> Jednalo se o let americké letecké společnosti, který se v roce 1996 zřítíl nad Atlantským oceánem, příčiny havárie letadla byly však neznámé.

<sup>63</sup> BOESE, Alex. op. cit., s. 107-109.

<sup>64</sup> BANNING, Stephen A. a Kaye D. SWEETSER. How Much Do They Think It Affects Them and Whom Do They Believe?: Comparing the Third-Person Effect and Credibility of Blogs and Traditional Media. *Communication Quarterly*. 2007, 55(4), s. 455.

dezinformacemi. Publikum webových zdrojů zastává opačné stanovisko. Pro čtenáře jsou podle autorů alternativní zdroje stejně, nebo dokonce více věrohodné než profesionální média. Autoři rovněž varují před možností předpojatosti čtenářů a hledání zdrojů podporujících jejich názory, které mohou považovat za vysoce důvěryhodné právě díky faktu, že s informacemi, které jsou na nich publikované, souhlasí.<sup>65</sup> Nakonec se mainstreamová a alternativní média rozcházejí v otevřenosti. Mainstreamová média, jak již bylo řečeno, si zakládají na nestrannosti. Alternativní média se však nebojí vyslovit např. i to, kterou politickou stranu podporují.<sup>66</sup>

### 2.3. Dezinformační média

V jistém slova smyslu by se dala dezinformační média považovat za negativní důsledek existence alternativních médií. Watsonová definuje dezinformační média jako weby, které záměrně publikují falešné, nebo zavádějící informace. Autorka dále uvádí, že typická je přítomnost dezinformačních článků na sociálních sítích.<sup>67</sup> Dezinformační weby tedy tvoří protipól důvěryhodným webům.

Za důvěryhodné zdroje lze označit *osvědčené* zpravodajské weby. Věrohodnost oficiálních zdrojů však může být zneužita a použita jako návnada tak, že je vytvořena jejich kopie, která je ovšem plná dezinformací. Boese poukazuje na dezinformační weby napodobující vizuální stránku seriózních médií. Autoři takových webů využívají stejná loga a reklamní bannery jako weby, které chtějí napodobit, čtenář si proto nemusí na první pohled ani všimnout, že se ocitl na falešné webové stránce. Nepravost zprávy může recipient odhalit při podrobnějším zkoumání. Zfalšované weby může podle autora prozradit špatná gramatika, nepřesný pravopis anebo nepřesná URL adresa.<sup>68</sup>

Webové stránky dezinformačních webů jsou dále sestaveny tak, aby vyvolaly ve svých recipientech požadovanou reakci, např. nespokojenost se stávající situací doma nebo v zahraničí. Podle Táborského jsou dezinformační weby úspěšné v navozování požadovaných pocitů u svých čtenářů, a to např. díky vhodné stavbě vět a promyšlenému výběru slov. Svě publikum zaplavují výrazy, pomocí nichž v lidech vzbuzují emoční

---

<sup>65</sup> JOHNSON, Thomas J. a Barbara K. KAYE. Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users. *Journal of Media Economics*. 2016, 81(3), s. 624-625.

<sup>66</sup> Tamtéž s. 633.

<sup>67</sup> WATSON, Amy. Fake News - Statistics & Facts. *Statista.com* [online]. Statista, 2020 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/3251/fake-news/>

<sup>68</sup> BOESE, Alex. op. cit., s. 107-109.



odezvu, zejména negativní (smutek, vztek apod.). Autor dále uvádí slova jako je *manipulace*, či *propaganda*, která fungují na lidské emoce požadovaným způsobem a vyvolávají v nich již uvedené emoce. Naopak ve svých vlastních sděleních se dezinformační weby opírají o slova jako *expert* nebo *odborník*. Těmito slovy se články pro jejich čtenáře snaží udělat více důvěryhodné.<sup>69</sup>

Kromě citově zabarvených slov se dezinformační weby vyznačují i dalšími znaky. Podle Abbasi a Chen je charakteristickým znakem dezinformačních webů výskyt překlepů nebo gramatických chyb v textu, dále upozorňují např. na duplikované obrázky, tedy obrázky použité z jiného zdroje, a zasazené do článku v jiném kontextu.<sup>70</sup> Gregor rovněž upozorňuje na emocionálně laděné titulky, které by měly již být indikátorem manipulace dezinformačních webů, typický je výskyt neznámých zdrojů, nebo se dezinformační weby citují mezi sebou navzájem, tedy nabízejí čtenářům pouze odkazy na webové stránky s podobným obsahem.<sup>71</sup>

### 2.3.1. Dezinformační média v Česku

Víchová poznamenává, že v českém prostředí dezinformačních webů se vykytují převážně proruské portály, jejichž hlavním úkolem je produkce dezinformací týkajících se domácích i zahraničních událostí. Dezinformační média autorka charakterizuje výskytem extrémních názorů, vulgarismů, pochybných odborníků anebo zavádějícími spekulacemi o dění ve světě.<sup>72</sup> Krejčí však upozorňuje, že zahraniční témata jsou rozšířenější, pokud článek referuje o politické situaci. Autorka udává, že oblíbenými tématy dezinformačních webů v Česku je Evropská unie nebo Spojené státy, které ve svých článcích vykreslují převážně kriticky.<sup>73</sup>

Hoclová a kol. uvádějí, že 5 % článků nacházejících se na dezinformačních webech v České republice, nemá žádný pravdivý základ. Zbytek dezinformačních článků autoři nazývají tzv. *hybridním materiálem*. Jde o články opírající se o reálný základ, který

---

<sup>69</sup> TÁBORSKÝ, Jiří. op. cit., s. 50-51.

<sup>70</sup> ABBASI, Ahmed a Hsinchun CHEN. A comparison of fraud cues and classification methods for fake escrow website detection. *Information Technology and Management*. 2009, 10(2-3), s. 85-87.

<sup>71</sup> DVTV. Pubertákům chybí kritické myšlení, místo mediální gramotnosti řeší školství záhonky, říká Gregor. *Video.aktualne.cz* [online]. *Economia*, 2018 [cit. 2020-06-20]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/pubertakum-chybi-kriticke-mysleni-misto-medialni-gramotnosti/r~01012d824ebb11e894960cc47ab5f122/>

<sup>72</sup> VÍCHOVÁ, Veronika. op. cit., s. 1-4.

<sup>73</sup> KREJČÍ, Markéta. Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Hlidacipes.org* [online]. 2017 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/>

byl posléze upraven a zbaven původního kontextu, aby článek potvrdil jistý pohled na svět. Autoři dále udávají, že nejrozšířenějším rysem dezinformačních webů je již zmíněná propaganda.<sup>74</sup>

Pokud se podíváme na nejvíce sdílené články z dezinformačních webů v České republice, jedná se zejména o témata týkající se zdravotnictví, uprchlické krize (především v roce 2016), celebrit, Ruska nebo konspiračních teorií.<sup>75</sup> Na začátku roku 2020 si svou oblíbenost mezi dezinformačními weby našla i nemoc COVID-19. Marková a Novák zmiňují výskyt rad typu pojídání česneku, nadměrné kouření nebo pití alkoholu, které, jak bylo tvrzeno na dezinformačních webech, napomáhají člověku k nižší pravděpodobnosti nakažení se novým virem. Objevil se i návod na samovyšetření pomocí zadržením dechu. Pokud nenastane u jedince dušnost během 10 sekund, je údajně zdrav. Takové vyšetření je samozřejmě nesmyslné.<sup>76</sup>

Holcová a kol. se zabývají dezinformačními weby, které se nejčastěji objevují ve Visegradských zemích. Rozdělují je do pěti skupin podle jejich nejfrekventovanějšího obsahu. Zmiňují tedy:

- *prokremelské weby* (Hlavním rysem těchto webů je otevřená podpora Ruska a jeho hlavních politických představitelů.),
- *weby krajně pravicové a nacionalistické* (Weby jsou charakteristické vyzdvihováním slavné historie určitého národa, který podporují.),
- *click-bait weby* (Dezinformační média se zaměřují spíše na finanční zisk z reklamy než na samotnou propagandu. Přináší neuvěřitelné informace se senzačními titulky, kterými chtějí přimět uživatele na internetu kliknout na jejich článek.),
- *konspirační weby* (Weby, které šíří konspirační teorie.),

---

<sup>74</sup> HOLCOVÁ, Pavla, Steffi ČERNÁ, Edyta ŽEMĚLA, Jakub GODA a Anita KÓMŮVES. Válka slov. *investigace.cz* [online]. České centrum pro investigativní žurnalistiku 2017 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.investigace.cz/valka-slov/>

<sup>75</sup> ZLATKOVSKÝ, Michal a Pert KOČÍ. Žebříček českých neověřených článků: dezinformační texty mají nad pravdivými navrch. *Interaktivní rozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2016 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/dezinformace/>

<sup>76</sup> MARKOVÁ, Zuzana a Ondřej NOVÁK. Koronavirus a dezinformace: zázračný lék zatím není, česnek a další babské rady raději nezkoušejte. *Irozhlas.cz* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/veda/koronavirus-covid-19-dezinformace\\_2003311723\\_sot](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/veda/koronavirus-covid-19-dezinformace_2003311723_sot)

- *krajně levicové weby* (Weby jsou ve své podstatě protikapitalistické, anarchistické či komunistické.).<sup>77</sup>

Při zaměření se na první ze jmenovaných skupin dezinformačních webů, tedy webů proruských, členové bezpečnostního centra Evropské hodnoty Janda a Víchová sestavili na základě definic fake news tři kritéria, která musí web splňovat, aby byl označen za dezinformační. Jedná se o tato kritéria:

1. Informace šířící se těmito weby se zakládají na lži. Zprávy, které weby produkují, neodpovídají skutečným, jejich obsahu chybí potřebný kontext, nebo články nejsou podloženy důvěryhodnými zdroji.
2. Weby záměrně klamou. Záměrnost klamání je webu přičtena, jakmile i po upozornění na jeho nepravý obsah informace neopraví.
3. Nekriticky podporují ruskou politiku.<sup>78</sup>

Janda a Víchová dále rozdělují dezinformační weby do tří subkategorií podle toho, zda produkují vlastní zpravodajství, jsou-li chápány pouze jako komentátorské weby nebo jestli nemají vlastní obsah zpráv. Tvůrci dezinformací jsou podle nich weby *AC24*, *Sputnik CZ*, *Svět kolem nás*, *Aeronet*, *Lajkit*, *První zprávy*, *OrgoNet* nebo *Svobodné noviny*. Weby s názorovým obsahem jsou *Parlamentní listy*, *Protiproud*, *Zvědavec*, *EUportal*, *Rukojmi* či *Bez politické korektnosti*. Do poslední skupiny patří weby *Pravdive.eu*, *Almanach* a *Čtusi.info*. Těmto webům autoři připisují roli zprostředkovatelů, tedy platform, které dezinformace samy nevytváří, pouze je přebírají z jiných webů.<sup>79</sup>

Český sémiotik Josef Šlerka dezinformační weby zařazuje do kategorie tzv. antisystémových webů. Rozdělení zpravodajských webů figurujících na internetu bylo rozhodnuto podle podobnosti publika, sdíleného obsahu nebo struktury jejich návštěvnosti. Jmenovitě se jedná např. o weby *bezpolitickekorektnosti.cz*, *zvedavec.org*, *vlasteneckenoviny.cz*, *rukojmi.cz* nebo *skrytapravda.cz*. Autor ve své analýze poukazuje na problém informační bubliny (více viz podkapitola 2.5). Další dvě separované skupiny zpravodajských webů tvoří skupiny, které autor nazývá jako hlavní proud (tedy mainstream) a bulvární články. Návštěvníci dezinformačních webů, až na výjimky,

<sup>77</sup> HOLCOVÁ, Pavla, Steffi ČERNÁ, Edyta ŽEMĽA, Jakub GODA a Anita KÓMŮVES, op. cit.

<sup>78</sup> JANDA, Jakub a Veronika VÍCHOVÁ. Fungování českých dezinformačních webů. *Evropskehodnoty.cz* [online]. Evropské hodnoty, 2016 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>

<sup>79</sup> JANDA, Jakub a Veronika VÍCHOVÁ. op. cit.

nekontrolují články zpravodajů hlavního proudu.<sup>80</sup> V rozhovoru pro iRozhlas z roku 2019 Šlerka hovoří o své klasifikaci webů, kde upřesňuje jeho označení webů jako antisystémové. Pojem chápe neutrálně, do antisystémových webů jsou weby zařazovány na základě obsahu, který míří na recipienty, kteří si přejí změnu současného politického systému.<sup>81</sup>

I v návaznosti na zvyšující se přísun nepravdivých informací z těchto zdrojů (především po ukrajinské krizi a následné válce na východě Ukrajiny) Česká republika pozměnila svůj postoj k Rusku. V souvislosti s častějším výskytem neověřených zpráv vzniklo v roce 2016 při Ministerstvu vnitra Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, které monitoruje hrozby ohrožující vnitřní bezpečnost České republiky, včetně dezinformačních kampaní.<sup>82</sup> Vlivem zahraničních zpravodajských služeb v českém digitálním prostoru se rovněž zabývá BIS (Bezpečnostní informační služba). Ta například v roce 2018 zaznamenala aktivity ruské a čínské státní moci a ve výroční zprávě z téhož roku tak poukazuje např. na snahy ruských dezinformačních webů o nařčení České republiky z podílení se na výrobě látky Novičok.<sup>83</sup> BIS následně zpracovala informace k prokázání nepravdivosti výroků na dezinformačních serverech.<sup>84</sup>

Stanislav Novotný však upozorňuje na složitost nálepkování ruského dezinformačního vlivu. Připomíná, že vlivy mohou být americké, německé, vesměs jakékoli vlivy mohou přicházet zvenčí. V citovaném rozhovoru dále tvrdí, že „[...] jsme schopni sami proti sobě nastavit stejné nástroje, jaké proti nám nastavovaly předchozí diktatury“.<sup>85</sup>

---

<sup>80</sup> ŠLERKA, Josef. Typologie domácích zpravodajských webů. *Mapamedii.cz* [online]. Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2018 [cit. 2020-06-17]. Dostupné z: <http://www.mapamedii.cz/mapa/typologie/index.php>

<sup>81</sup> IROZHLAS. Dezinformační weby pracují s velkými příběhy, říká mediální analytik Šlerka k Atlasu konspirací. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2019 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/josef-slerka-rozhovor-atlas-konspiraci-dezinformace-konspiracni-weby-konspirace\\_1910161225\\_dok](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/josef-slerka-rozhovor-atlas-konspiraci-dezinformace-konspiracni-weby-konspirace_1910161225_dok)

<sup>82</sup> KREMLIN WATCH. Czechia. *Kremlinwatch.eu* [online]. European Values, 2020 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://www.kremlinwatch.eu/countries-compared-states/czechia/>

<sup>83</sup> V roce 2018 byla Česká republika společně se Spojenými státy označena ruským velvyslancem Alexandrem Jakovenkem za výrobce toxické látky Novičok. Stalo se tak po otravě ruského agenta Skripala v jihoanglickém městě Salisbury. Látkou byl otráven i Brit Charlie Rowley.

<sup>84</sup> BIS. Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2018. *Bis.cz* [online]. Bezpečnostní informační služba, 2018 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocní-zpravy/2018-vz-cz.pdf.pdf>

<sup>85</sup> IROZHLAS. Alternativní média potřebujeme, alternativní fakta rozhodně ne, vysvětluje novinář. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2018 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/alternativni-media-alternativni-fakta\\_1801191633\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/alternativni-media-alternativni-fakta_1801191633_pj)

## 2.4. Sociální sítě

Dezinformační média se nejnádhněji šíří na sociálních sítích. „V jistém smyslu dnes důležitou zpravodajskou roli plní také sociální sítě, například Facebook nebo Twitter.“<sup>86</sup> Právě zmiňovaný Facebook získal i podle McIntyreho roli zpravodajského webu. Lidé na něm sdílejí zprávy, které na základě svého subjektivního posouzení uznají za významné. Sociální média jsou podle autora dalším faktorem, který má za následek mizení hranice mezi zprávami a názory díky tomu, že nabízejí svým uživatelům sdílet články z alternativních zpravodajských webů bez dotazování se na jejich pravdivost. Tento mechanismus sdílení umožňuje dalším uživatelům sociálních sítí procházet ony sdílené zpravodajské weby, které s největší pravděpodobností produkují obsah, se kterým recipient nekriticky souhlasí.<sup>87</sup>

Allcott a Gentzkow připomínají, že sociální sítě se vyznačují tím, že mají jinou strukturu než předchozí formy zpravodajství. Sdílený obsah se předává mezi uživateli bez kontroly editorů, poskytuje tak vhodné zázemí pro šíření fake news.<sup>88</sup> Online platformy umožňují neprofesionálním žurnalistům ovlivnit širší publikum. Přes sociální sítě mají uživatelé možnost sdílet nejen články z různých webů, ale i příspěvky o událostech, kterých se osobně zúčastnili a považují je za důležité. Navíc mají možnost více komunikovat se svým publikem.<sup>89</sup>

Také pro čtenáře se stávají zprávy na sociálních sítích více oblíbené. Podle Shu a kol. je důvodem většího zájmu vyhledávání zpráv na sociálních sítích menší časová náročnost, nenákladnost, snadnější reagování na určitou zprávu, možnost sdílení a diskuse.<sup>90</sup>

V případě fake news hrají sociální sítě významnou roli v jejich šíření. Na sociálních sítích se podle Lazera, Bauma a Benklera šíří falešné zprávy více než ty pravdivé. Sociální sítě jsou rovněž postiženy uměle vytvořenými uživateli, tzv. boty, kteří podporují sdílení falešných zpráv. Autoři ovšem v této souvislosti odkazují na svůj výzkum, kde se ukázalo, že lidský faktor hraje v tomto šíření vyšší roli.<sup>91</sup>

---

<sup>86</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. op. cit., s. 104.

<sup>87</sup> MCINTYRE, Lee C. op. cit., s. 93.

<sup>88</sup> ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*. 2017, 31(2), s. 211-214.

<sup>89</sup> TANDOC, Edson C., Zheng Wei LIM a Richard LING. op. cit., s. 141.

<sup>90</sup> SHU, Kai, Amy SLIVA, Suhang WANG, Jiliang TANG a Huan LIU. op. cit., s. 22

<sup>91</sup> LAZER, David M. J., Matthew A. BAUM, Yochai BENKLER, et al. The science of fake news. *Science*. 2018, 359(6380), s. 1095

Táborský rovněž poukazuje na důležitost sociálních sítí v šíření dezinformačních článků. „*Lidé, kteří dezinformace šíří sociálními sítěmi, vědí, že samotný příspěvek na Facebooku nevypadá dvakrát věrohodně. Zato když odkazuje na článek zdánlivě zpravodajského webu, je jeho důvěryhodnost hned vyšší a téma se postupně dostává do veřejného prostoru.*“<sup>92</sup>

To, že sociální sítě hrají významnou roli v šíření dezinformací se dá přehledně demonstrovat na výzkumu Oxfordské univerzity z roku 2019. Výzkumníci z Oxfordské univerzity se v tomto výzkumu zaměřili na odhalování výskytu propagandy na sociálních sítích v 70 zemích, v nichž se snažili demaskovat možné zneužití sociálních sítí k formování veřejných diskusí, šíření propagandy nebo ke sledování, cenzuře a omezování v digitálním prostoru. Zásahy zahraničního vlivu byly identifikovány ze sedmi zemí, jmenovitě z Číny, Indie, Íránu, Pákistánu, Ruska, Saudské Arábie a Venezuely. Nejvíce aktivní propagandu zaznamenali výzkumníci na Facebooku, od roku 2018 narostl výskyt propagandy také na sociálních platformách pro sdílení videí a fotografií jako je Instagram a Youtube. Manipulace se rovněž odehrávala na aplikaci Whatsapp, která je používána převážně pro výměnu zpráv mezi uživateli.<sup>93</sup>

Sociální sítě se proti fake news začaly bránit. Například v České republice byla navázána spolupráce mezi platformou Facebook a neziskovou organizací *demagog.cz*. V praxi to funguje tak, že pokud organizace rozhodne o určitém příspěvku, že je dezinformační, Facebook sníží zobrazování onoho příspěvku uživatelům na své platformě. iRozhlas poznamenal, že Facebook již uzavřel dohodu s více než 60 partnery, kteří napomáhají v identifikaci nedůvěryhodných zdrojů v 50 světových jazycích.<sup>94</sup>

#### 2.4.1. Uživatelé manipulující médii

Na sociálních sítích se objevují různé formy uživatelských účtů ovlivňující produkci a interpretaci informací online. Lazer, Baum a Benkler představují skupinu takových účtů, kterou označují jako *boty*. Boti slouží převážně k manipulaci algoritmů na sociálních sítích. Jedná se o programy generované počítači, jež zveřejňují nebo přepisují

<sup>92</sup> TÁBORSKÝ, Jiří. op. cit., s. 137-138.

<sup>93</sup> BRADSHAW, Samantha a Pilip N. HOWARD. The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. *Oii.ox.ac.uk* [online]. Oxford, 2019 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>

<sup>94</sup> IROZHLAS. Facebook posiluje v boji s fake news. Pravdivost obsahu v Česku bude ověřovat Demagog.cz. *Irozhlas.cz* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-06-20]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-demagogcz-fake-news-fact-checker\\_2005261413\\_pj](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-demagogcz-fake-news-fact-checker_2005261413_pj)

zprávy dle své agendy. Profily botů často postrádají základní informace o svých účtech (nekompletní jméno nebo chybějící fotografie).<sup>95</sup> Podle Donary Barojanové existují i další identifikátory botů. Fakt, že jsou vedeni algoritmy, ovlivňuje jejich vyjadřování, které se jeví značně omezené. Dále mohou být boti prozrazeni opakováním se svých příspěvků. Pokud se např. objeví několik účtů se stejnými příspěvky, identickým datem vytvoření, či stejnou aktivitou na sociálních sítích, s velkou pravděpodobností se jedná o účty řízené stejnými algoritmy.<sup>96</sup>

Zoe Williams uvádí další příklad manipulátorů na sociálních sítích, které označuje jako *internetové trolly*. Udává, že jejich cílem je urazit další uživatele sociální platformy a zároveň začít hádku, která přitahuje více uživatelů do debaty.<sup>97</sup> Na rozdíl od botů se jedná v případě trollů o opravdového uživatele, bot je vytvořen uměle.<sup>98</sup> Nemusí se ovšem vždy jednat pouze o jednoho člověka, který z vlastní iniciativy vyvolává konflikty. Scott Barsotti připomíná pojem *trollí farmy*. Farmy popisuje jako skupinu on-line agitátorů. Skupina pracuje organizovaně a zapojuje se do debat o vážnějších tématech na sociálních sítích.<sup>99</sup> Ruská novinářka Ljudmila Savčuková v rozhovoru pro ČT24 popsala své zkušenosti z trollí farmy. Novinářce se v roce 2015 podařilo dostat do ruské trollí farmy jako zaměstnanec. Témata, která dostávala k vypracování, se týkala převážně Spojených států, Evropy a Ruska. Jejím úkolem nebylo získat svým článkům vysokou čtenost, ale prosadit témata, která se v nich předkládala.<sup>100</sup>

Morganová shrnuje vliv těchto aktérů v šíření falešných zpráv online. Hlavním problémem, který zmiňuje, je jejich vliv na utváření zpravodajské agendy a zesílení sdílení falešných zpráv mezi uživateli sociálních sítí. Sdílením sporných článků se zvedá jejich popularita a sociální síť je pak zobrazují širšímu publiku. Naopak méně sdílené

---

<sup>95</sup> LAZER, David M. J., Matthew A. BAUM, Yochai BENKLER, et al. op. cit., s. 1095

<sup>96</sup> BAROJAN, Donara. Understanding bots, botnets and trolls. *Ijnet* [online]. International Center for Journalism, 2018 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://ijnet.org/en/story/understanding-bots-botnets-and-trolls>

<sup>97</sup> WILLIAMS, Zoe. What is an internet troll? *Theguardian.com* [online]. The Guardian, 2012 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2012/jun/12/what-is-an-internet-troll>

<sup>98</sup> BAROJAN, Donara, op. cit.

<sup>99</sup> BARSOTTI, Scott. Weaponizing social media: Heinz experts on troll farms and fake news. *Heinz.cmu.edu*, n.d. [online]. Pittsburgh: Heinz College [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.heinz.cmu.edu/media/2018/October/troll-farms-and-fake-news-social-media-weaponization>

<sup>100</sup> VŘEŠŤÁLOVÁ, Dominika. Trollové si vydělávají urážením Evropy a pak tam jezdí, říká ruská novinářka Savčuková. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2019 [cit. 2020-06-14]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2942969-trollove-si-vydelavaji-urazenim-evropy-a-pak-tam-jezdi-rika-ruska-novinarika-savcukova>

články, které mohou disponovat větší kredibilitou, se dostanou do pozadí. Autorka dále zmiňuje, že nejsilněji na šíření cílené propagandy působí kooperace trollů a botů.<sup>101</sup>

Táborský připomíná, že i samotní čtenáři mohou ovlivnit kredibilitu zpráv pomocí jevu, který se jednoduše označuje jako *rozptýlení odpovědnosti*. Tímto jevem se dá podle autora vysvětlit například to, proč se lidé přidávají k extremistickým spolkům. Masovost má za následek odosobnění jedince, který nabývá dojmu, že je za své jednání nepostižitelný. Odosobnění se objevuje na sociálních sítích nebo v diskusních fórech typicky ve formě vulgárních projevů. Jedním takovým příkladem, jak uvádí Táborský, je slovní útok na žáky Základní školy Plynárenské v Teplicích,<sup>102</sup> kdy uživatelé sociální sítě Facebook v roce 2017 ostře napadali žáky prvního ročníku ze školy v Teplicích kvůli jejich národnostní pluralitě.<sup>103</sup>

#### 2.4.2. Motivace manipulátorů

Allcott a Genzkow uvádějí dva hlavní důvody šíření falešných zpráv. Jeden z důvodů je finanční zisk. Webové články, které se masivně sdílejí na sociálních sítích a uživatelé je rozkliknou, značně vydělávají z reklamních bannerů. Peněžní zisk se udává jako nejobvyklejší motivace těch, kdo články produkují.<sup>104</sup> Farkas a Shou rovněž zmiňují ekonomický důvod jako jeden z důvodů šíření falešných zpráv. Autoři uvádějí kromě zisku z reklamy také nižší výrobní náklady. Příkladem uvádějí východoevropské weby, pro něž je hlavní motivací aktivita uživatelů na internetu. Falešné zprávy tvoří na téma politických systémů nebo na téma kandidátů prezidentských voleb.<sup>105</sup>

Typickým příkladem je incident makedonských serverů. Studenti z města Veles vytvořili několik falešných zpráv zaměřených na americké volby. Nejznámějšími byla podpora Donalda Trumpa v prezidentských volbách v roce 2016 papežem či tvrzení z roku 2013 že by Hillary Clintonová podpořila možnou kandidaturu Donalda Trumpa

---

<sup>101</sup> MORGAN, Susan. op. cit., s. 40

<sup>102</sup> TÁBORSKÝ, Jiří. op. cit., s. 101-106.

<sup>103</sup> JADRNÝ, Petr. Fotka prvňáčků z Teplíc vyvolala vlnu nenávisti na sociálních sítích. Policie šetří komentáře. *Irozhlas.cz* [online]. Teplice: Český rozhlas, 2017 [cit. 2020-06-13]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/teplice-zs-plynarenska-fotografie-prvnacci-nenavist-policie\\_1711071614\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/teplice-zs-plynarenska-fotografie-prvnacci-nenavist-policie_1711071614_pj)

<sup>104</sup> ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW. op. cit., s. 217.

<sup>105</sup> FARKAS, Johan a Jannick SCHOU. Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*. 2018, 25(3), s. 305.



v prezidentských volbách. Zprávy měly větší dosah díky tomu, že studenti vše psali anglicky. K šíření fake news také přispěla americká politická polarizace společnosti.<sup>106</sup>

Druhým důvodem, který motivuje jedince k šíření falešných zpráv, je podle Allcotta a Gentzkowa ideologie.<sup>107</sup> Ideologie je podle Krejčí zjevná na Sputniku CZ. Sputnik CZ figuruje v dezinformačním zpravodajství zejména proto, aby šířil ruskou propagandu, dehonestoval Evropskou unii a Spojené státy a nekriticky a téměř idylicky vykresloval Ruskou federaci.<sup>108</sup>

## 2.5. Sociální a informační bubliny

Na to, jaké zpravodajské články se nám objevují na sociálních sítích, má vliv tzv. informační bublina. Informační bublina zapřičiňuje, že je jedinec na internetu vystavován určitému výběru informací na základě jeho preferencí. Taková selektivní vystavování můžou podle Liao a Fu vést ke zvýšení fragmentace ve společnosti a polarizaci ideologií.<sup>109</sup> Nikolov, Oliveira a Menczer zmiňují, že příspěvky, které se na sociálních sítích objevují, mohou být doporučeny právě danou sociální sítí na základě předchozího vyhledávání uživatelem, nebo jsou sdílené jeho přáteli.<sup>110</sup>

Harald Holone je přesvědčen, že ve většině případech jsou algoritmy, které předkládají uživatelům informace podle jejich preferencí, zcela neškodné. Problém nastává v okamžiku, kdy je uživatelův profil na sociálních sítích spojen s vyhledáváním pochybných článků, v takovém případě mohou navést uživatele k dezinformacím. Filtrování informací probíhá nekontrolovatelně vůči uživateli. Jakmile je uživatel vystaven dezinformacím, algoritmus to zaznamená, aniž by bral v potaz škodlivost obsahu, a předkládá mu další informace s podobným obsahem. Jako příklad efektu negativního vlivu informační bubliny autor udává ovlivnění rozhodování rodičů ve volbě vakcinace svých dětí. Různé organizace zastávající odpor vůči vakcinaci úspěšně prosazovaly své myšlenky na sociálních sítích. Dezinformace, která zpochybňovala

---

<sup>106</sup> SOUKUP, Ondřej. Lži jako výnosný byznys. Studenti šířili fake news, vydělali si na byt na Manhattanu. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2019 [cit. 2020-01-11]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/lzi-jako-milionovy-byznys-studenti-sirili-fake-news-vydelali/r~3c58a82c853011e9ae850cc47ab5f122/>

<sup>107</sup> ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW. op. cit., s. 217.

<sup>108</sup> KREJČÍ, Markéta. op. cit.

<sup>109</sup> LIAO, Q. Vera a Wai-Tat FU. Beyond the filter bubble. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13*. New York, New York, USA: ACM Press, 2013, s. 2359.

<sup>110</sup> NIKOLOV, Dimitar, Diego. F.M. OLIVEIRA a Filippo MENCZER. Measuring online social bubbles. *Peerj Computer Science*. 2015, 1(38), s. 1-2.

účinky očkování, vedla ke zvýšenému počtu nakažených dětí nemocemi, kterým se dalo lehce předejít.<sup>111</sup>

Gregor a Vejvodová vymezují i pojem sociální bublina a popisují ji jako „neviditelnou a téměř nepropustnou hranici mezi částmi společnosti“.<sup>112</sup> Taková bublina brání výměně názorů, čímž napomáhá představě jednotvárnosti názorů v celé společnosti.<sup>113</sup>

### 3. Faktory ovlivňující pokles důvěry v mainstreamová média

Profesionální média se s nástupem nových zpravodajských forem potýkaly s výzvou, která spočívala v zachování si svých recipientů, když se se zvýšeným užíváním internetu širokou veřejností změnilo postavení zpráv. Média v posledním desetiletí, jak bude dále ukázáno, zaznamenávají značný propad důvěry. Faktorů, jež důvěru recipientů vůči mainstreamovým médiím ovlivnily, je vícero. Recipienti přijímané zprávy mohou považovat za subjektivní, předpojaté nebo neúplné. Média se pro zachování svých recipientů mohou dopustit bulvarizace svých zpráv, možná je i produkce neověřených, zavádějících informací vlivem časového tlaku, či lidského faktoru.

#### 3.1. Nárůst nedůvěry v média v české společnosti

V návaznosti na zvýšený výskyt falešných zpráv se ve společnosti často hovoří o poklesu důvěry v média. Pro Českou republiku se vývojem důvěry v média zabývá CVVM (Centrum pro výzkum veřejného mínění). Jan Boček z iRozhlasu hovoří o datech sbíraných CVVM mezi lety 2004 a 2016, kdy podle výzkumů byla na začátku roku 2004 důvěra v tisk 60 % a v televizi 66 %. Za 12 let se důvěra v média postupně snižovala, důvěra v tisk se v roce 2016 propadla na 33 % a v televizi na 35 %. Od roku 2011 bylo přidáno měření důvěry v internet, tomu důvěřovalo v daném roce 53 % respondentů. Na konci roku 2016 se důvěra v internet propadla na 41 %.<sup>114</sup>

Podle publikace Oxfordské univerzity Digital News Report z roku 2020 se tato tendence poklesu důvěry ve zpravodajství zastavila. Celkově je však důvěra ve zpravodajská média poměrně nízká, konkrétně se drží na 33 %. Veřejnoprávní vysílání

---

<sup>111</sup> HOLONE, Harald. The filter bubble and its effect on online personal health information. *Croatian Medical Journal*. 2016, 57(3), s. 299-300.

<sup>112</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. op. cit., s.116.

<sup>113</sup> Tamtéž.

<sup>114</sup> BOČEK, Jan. Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo voliči levice. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2017 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/>

však zůstává pro recipienti nejdůvěryhodnější, komerční televize jsou naopak považovány za méně důvěryhodné, kdy např. TV Prima důvěřovalo 51 % dotázaných a TV Nova pak 42 %.<sup>115</sup>

Důvody nedůvěry v média byly hlavním tématem studie Masarykovy univerzity, o které Boček rovněž hovoří. Studie připomíná, že vliv na nedůvěru v média má i nižší vzdělanost, nezaměstnanost či nízký příjem jedince. Respondenti ve studii dále uváděli negativní vlastnosti, které připisovali novinářům, podle nichž jsou novináři spojováni např. s bulvárností (podle 46 % respondentů) nebo úplatností (34 % respondentů). Téměř polovina respondentů se však shodla na nezávislosti novinářů (47 % dotázaných).<sup>116</sup>

### 3.2. Senzacechtivost neboli bulvarizace

Může se zdát, že tzv. bulvární žurnalistika je čtenářsky oblíbená, čemuž nasvědčuje i fakt, že Blesk je nejčtenějším deníkem v Česku,<sup>117</sup> to však ale neznamená automatickou důvěru v publikované obsahy deníku. Podle publikace Oxfordské univerzity Digital News Report věří Blesku pouze 16 % dotázaných respondentů. Naopak Česká televize má důvěru 62 % dotázaných.<sup>118</sup> Může se tedy zdát, že poptávka je spíše po seriózním zpravodajství než po bulvární žurnalistice, jejímž hlavním obsahem jsou modifikované, nebo zcela vymyšlené zprávy, jež mají čtenáře šokovat. Taková žurnalistika se však neobjevuje pouze v bulvárních článcích, ale promítá se také do seriózních výtisků. Boese připomíná incident z konce 20. století ze Spojených států, kdy reportérka Janet Cooková z *Washington post* představila čtenářům neobvyklý příběh o osmiletém chlapci, který údajně užíval návykové látky. Novinářka za svou práci získala dokonce ocenění, které po odhalení jejího podvodu musela vrátit. Za nepravdivost zpráv nemůžou ale jenom snahy žurnalistů oživit zprávy, může se také stát, že novinář přecení své zdroje a nechá se oklamat. To se stalo např. roku 1983 v souvislosti s Hitlerovými deníky. Německý časopis *Der Stein* otiskl jeho údajné deníky bez ohledu na jasné důkazy vyvracející jejich pravost.<sup>119</sup>

---

<sup>115</sup> DIGITAL NEWS REPORT. Czech republic. *Digitalnewsreport.org* [online]. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020 [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/czech-republic-2020/>

<sup>116</sup> BOČEK, Jan. op. cit.

<sup>117</sup> MEDIAGURU. Nejčtenější zůstává Blesk, žádný placený deník čtenost nezvýšil. *Mediaguru.cz* [online]. Mediaguru, 2020 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/nejctenejsi-zustava-blesk-zadny-placeny-denik-ctenost-nezvysil/>

<sup>118</sup> DIGITAL NEWS REPORT. op. cit.

<sup>119</sup> BOESE, Alex. op. cit., s. 164-166.

Příklady, kdy si novináři seriózních médií upravují zprávy, je vícero. Dice připomíná incident z roku 2005, kdy se americká novinářka z NBS snažila přednést reportáž z New Jersey. Novinářka se před kamerou objevila v malé loďce uprostřed zaplavené ulice, čímž vzbudila dojem, že voda může dosahovat výšky několika metrů. Za několik sekund se však objevili dva muži míjející loďku s reportérkou a odhalili, že voda sahala pouze po kotníky.<sup>120</sup> Další sporný incident se stal televizní stanici CNN, kdy odvysílala rozhovor dvou reportérek, které se údajně měly nacházet v jiných částech země. Někteří televizní diváci si však všimli, že auta projíždějící za oběma reportérkami jsou identická. Ukázalo se, že od sebe reportérky stojí jen několik metrů na stejném parkovišti.<sup>121</sup> Bulvarizace se netýká pouze Spojených států. Pokud se vrátíme do českého prostředí, tak k bulvarizaci v českých médiích se vyjádřil Samek, ten uvádí, že: „*míra bulvarizace našich médií je obrovská – a ne vždy obhajitelná ekonomickými tlaky, na něž se někteří mediální manažeři odvolávají. I to, co se u nás vydává za seriózní, působí z hlediska zemí s vyšší mediální kulturou v podstatě bulvárně*“.<sup>122</sup>

### 3.3. Časový tlak na produkci zpráv

Pro zpravodaje je důležité dostat informaci ke svému publiku co nejdříve. Média se potýkají s výzvami jak informovat publikum v co nejkratším intervalu o aktuálních událostech. Alternativní média, na druhé straně, nepodléhají novinářskému etickému kodexu, a tudíž se dá usuzovat, že bez ověřování všech potřebných informací produkují zprávy rychleji. Jakmile se objeví nová situace, kterou novináři potřebují pokrýt, může se stát, že se v jejich výkladu objeví nepřesnosti, protože si nestihli ověřit své informace.

Média se např. začátkem roku 2020 musela potýkat s interpretací informací o nemoci COVID-19. V českých médiích pokrytí této události bylo podle Motala ze začátku zmatečné. Česká média přispívala k nejistotě obyvatel, kterým poskytovala *jen* vyjádření vlády. Neposkytovala tedy žádné hodnotné informace, z online zdrojů mainstreamových médií např. unikaly neúplné, či útržkovité informace, na kterých se například objevovaly předčasně dosud nezveřejněné dokumenty z jednání vlády. Motal si nemyslí, že se jednalo o ojedinělou situaci a nepřipravenost médií by podle něj neměla

---

<sup>120</sup> DICE, Mark. *The true story of fake news: how Mainstream Media Manipulates Millions*. San Diego, CA.: The Resistance Manifesto, 2017. ISBN 978-1-943591-03-9, s. 154.

<sup>121</sup> Tamtéž. s. 145.

<sup>122</sup> SAMEK, Tomáš. Bulvarizace českých médií je obrovská, varuje antropolog Samek. *Univerzitas.cz* [online]. Univerzitas, 2017 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.univerzitas.cz/osobnosti/186-bulvarizace-ceskych-medii-je-obrovska-varuje-antropolog-samek>

být prominuta, naopak se domnívá, že na extrémní situace by média měla být lépe připravena.<sup>123</sup>

Nedostatečné informace jsou jedna věc, na druhé straně se může stát, že média vůbec neodhadnou, kterým aktérům mají přičíst vinu za nečekaný sled událostí. Německá média např. nepřesně informovala o letecké havárii z roku 2015, kdy letadlo německé společnosti Lufthansa ztroskotalo na jihu Francie. Podle Hamanna se jednalo o zlomový bod, kdy německá společnost značně kritizovala novináře za neprofesionální pokrytí této události. Příčiny havárie letadla nebyly zcela prošetřeny, avšak novinové články se plnily spekulacemi<sup>124</sup>, což v očích publika snižovalo profesionalitu novinářů. Novináři se snaží informovat o aktuálních událostech co nejrychleji, bohužel časový tlak způsobuje ve zprávách nepřesnosti. V případě německého tisku *Die Zeit* novináři neodhadli příčinu havárie letu a čtenářům byly poskytnuty špatné informace.<sup>125</sup>

#### 3.4. Otázka objektivity

Pro seriózní zpravodajství by objektivita měla být hlavním atributem při vytváření zpráv. Objektivita by měla novináře vést k neutrálnosti, přesnosti a vyváženosti jeho výkladů. Jiráková a Köpplová udávají, že z hlediska zachování objektivity je nutné umožnit každému člověku prověřit si přijímané informace. Podle autorů je však nálepka objektivního zpravodajství uměle vytvořena a vyjadřují pochyby v novinářovy schopnosti vymanit se ze svého přesvědčení a zaujmout neutrální pozici pozorovatele. Nejdůvěryhodnějším zdrojem jsou však podle autorů ve společnostech po celém světě označovány televizní zprávy. Na protikladné straně objektivity se nachází předpojatost. Autoři předpojatost definují jako „opakující se pravidelnost ve zkreslování reality, [...] negativní zobrazování nejruznějších menšin, přehlížení či nesprávná interpretace role žen ve společnosti nebo preferování či očerňování politické strany nebo směru“.<sup>126</sup> Autoři rovněž připomínají, že neobjektivita může být způsobena i cíleným výběrem expertů, či

---

<sup>123</sup> MOTAL, Jan. Dokážou česká média zvládat nápor chaosu, jenž provází krize? *Nfnz.cz* [online]. Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2020 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/videogalerie/jan-motal-dokazou-ceska-media-zvladat-napor-chaosu-jenz-provazi-krize/>

<sup>124</sup> Německý tisk *Die Zeit* obvinil společnost Lufthansa z krácení rozpočtů své dceřiné společnosti Germanwings, škrtky podle novinářů mohly vést k bezpečnostní vadě na letadle. Nakonec se však ukázalo, že hlavním aktérem, který způsobil havárii, byl pilot Andreas Lubitz.

<sup>125</sup> HAMANN, Götz. Why is Journalism in a credibility crisis? *Zeit.de* [online]. *Zeit*, 2015 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-06/journalism-credibility-crisis/komplettansicht>

<sup>126</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. [ISBN 978-80-262-0743-6](https://www.isbn.cz/ISBN/978-80-262-0743-6), s. 294.

různých skupin, které podporují argumenty, jež novináři zastupují. Takové novinářské příspěvky expertů označují jako *oportunní svědectví*.<sup>127</sup> Goldberg na tuto předpojatost rovněž upozorňuje: „*Stačí obtelefonovat lidi tak dlouho, dokud se nenajde odborník, který říká to, co se vám do reportáže hodí, a hned se za ním vypravíte se štábem natočit rozhovor [...] tímto způsobem novináři propašují do reportáží přestrojených za neutrální zpravodajství své vlastní názory.*“<sup>128</sup>

Příkladná předpojatost byla v roce 2015 zaznamenána na české komerční zpravodajské stanici televize Prima. V době uprchlické krize unikla nahrávka z mimořádné porady redakce, na níž vedení televize *tlačí* na své reportéry, aby uprchlíky představovali sledovatelům jejich zpravodajství jako hrozbu a islamizaci označovali za krizi pro Evropu. Současně s instrukcemi zazněl i apel na ztotožnění se s postoji, které stanice zastává a v případě odporu vedení vyhrožovalo ztrátou pracovního místa.<sup>129</sup> Pár měsíců před tímto incidentem byla televize Prima rovněž kritizována za nepřesný překlad iráckého uprchlíka, kdy tvrdila, že nabízené ubytování v České republice uprchlík přirovnává k *přemalovanému kravínu*. Po poskytnutí nahrávky v arabštině se však ukázalo, že překlad byl nesprávný.<sup>130</sup>

Za vyváženost Jiráková a Köpplová považují i to, když zpravodajství poskytne prostor vyjádřit se i protistraně a nereprezentuje názor pouze z jedné perspektivy.<sup>131</sup> Taková objektivita chce ale opatrnější uchopení, poněvadž některá témata mohou působit na objektivitu negativně a mohou ovlivnit šíření konspirací a dezinformací. McIntyre zmiňuje incident americké televize CNN, která se po nástupu konkurenční stanice Fox News v roce 1996 snažila dát svým divákům najevo, že pro ni je objektivita prioritou. Její diváci tedy narazili na zprávy podávané z obou stran jakýchkoli kontroverzních témat. Na objektivitu to však působilo kontraproduktivně, televizí byly příjemcům poskytovány informace na základě názorů, nikoli faktů. Tím CNN docílila *falešné rovnosti* mezi protikladnými stranami, poněvadž se debaty na dané téma uskutečňovaly mezi vědci a

---

<sup>127</sup> Tamtéž, s. 292-294.

<sup>128</sup> GOLDBERG, Bernard. *Jak novináři manipulují*. Praha: Nakladatelství IDEÁL, 2005. ISBN 80-901017-8-X, s.12

<sup>129</sup> BŘEŠŤAN, Robert. Nahrávka z klíčové porady TV Prima k uprchlíkům: „Vedení televize má názor a vy ho budete respektovat.“. *Hlidacipes.org* [online]. HlidaciPes.org, 2016 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nahravka-z-porady-zpravodajstvi-tv-prima/>

<sup>130</sup> POLÁK, Michal. Nechceme žít v přemalovaném kravíně, řekl podle TV Prima irácký uprchlík. Televize je terčem kritiky. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2016 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/nechceme-zit-v-premalovanem-kravine-rekl-podle-primy-iracky/r~b2bdd436d19911e5bb3a0025900fea04/>

<sup>131</sup> JIRÁK, Jan a BARBARA KÖPPOVÁ. op. cit., s. 294.

skeptiky. Problémová témata, která McIntyre udává, byla např. otázka vakcinace nebo globální oteplování. Problémové to bylo v tom, že debaty navozovaly pochyby publika, lidé si nebyli jisti, jestli mají věřit vědcům, když jim zpravodajství předkládá další, opačný pohled na věc.<sup>132</sup>

Mohlo by se předpokládat, že objektivita může být narušena i vlastnictvím médií. V České republice figurují vlivní vlastníci soukromých médií, jedná se o Daniela Křetínského a Patrika Tkáče, kteří společně vlastní například tisk Blesk nebo Reflex, dalším vlastníkem soukromých médií je podnikatel Zdeněk Bakala, který pod svým podnikem *Economia* vlastní *Hospodářské noviny* nebo *Respekt*. Nakonec současný premiér Andrej Babiš vlastnil mediální dům *Mafru*, pod který spadá *MF dnes*, *Lidové noviny* nebo *Metro*.<sup>133</sup> (V roce 2017 musel Andrej Babiš *Mafru* převést do svěreneckých fondů spolu s holdingem *Agrofert*. Podle dostupných zdrojů je ovšem současný český premiér i nadále konečným uživatelem výhod.<sup>134</sup>) Z ovlivňování médií byl v roce 2017 nařčen právě Andrej Babiš, kdy se objevila nahrávka rozhovoru Andreje Babiše s redaktorem *MF Dnes*, kdy spolu mimo jiné řešili, kdy publikovat články, které se týkaly politiků z ČSSD.<sup>135</sup>

### 3.5. Vliv politiků

Mohlo by se zdát, že lidé spíše přijmou vysvětlení určitých situací od politiků, které podporují než z důvěryhodného zdroje. Politici mají moc nad utvářením veřejného mínění, jejich projev je nahráván a vysílán pro obecnost. Mohou tedy využít svého hlasu a otevřeně kritizovat média, která se jim nezamlouvají. Politik může nařknout zpravodaje např. z předpojatosti jen kvůli tomu, že s ním nesouhlasí, nebo proto, že ho dříve kritizoval.

Za ukázkový příklad se dají považovat kontroverzní obraty amerického prezidenta Donalda Trumpa. Trump od chvíle, kdy nastoupil do politiky, otevřeně kritizuje CNN. Jeden takový incident se například stal na tiskové konferenci roku 2018, kde prezident

---

<sup>132</sup> MCINTYRE, Lee C. op. cit., s. 75-81.

<sup>133</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. op. cit., s. 143-149.

<sup>134</sup> TRANSPARENCY.CZ. Odpověď Transparency International Česká republika Andreji Babišovi a holdingu *Agrofert*. *Transparency.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-06-29]. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/odpoved-transparency-international-ceska-republika-andreji-babisovi-a-holdingu-agrofert/>

<sup>135</sup> ČT24. Babiš o nezávislosti médií lhal, říkají politici i "jeho" novináři. Místo vysvětlení podal trestní oznámení. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2017 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2108573-babis-o-nezavislosti-medii-lhal-rikaji-politici-i-jeho-novinari-misto-vysvetleni>

napadal reportéra ze CNN a zpravodajskou stanici CNN nakonec označil za *nepřítele lidu*, protože podle něj vysílají fake news. Prezident rovněž často referuje o fake news vyskytujících se na CNN na svém Twitterovém profilu.<sup>136</sup>

V českém prostředí jsou zřejmě nejvlivnějšími aktéry, kteří zpochybňují věrohodnost médií, politici Andrej Babiš (za ANO) nebo Tomio Okamura (za SPD). Jejich útokům čelí převážně veřejnoprávní televize Česká televize.<sup>137</sup> Lze se domnívat, že taková nařčení z řad významných českých osobností tvarují mínění obyvatel, kteří pak ztrácejí důvěru v seriózní média, což způsobuje jejich obrat k méně věrohodným webům, tedy dezinformačním webům.

### 3.6. Útok dezinformačních webů na mainstreamová média

Dezinformační weby figurující v Česku velmi často připomínají ve svých článcích nespolehlivost profesionálních médií, zejména pak veřejnoprávní televize. Ve svých titulcích poukazují, stejně jako to bylo u výše zmíněných politiků, zejména na *pochybnou* objektivnost České televize, zmanipulované zprávy a dezinformace. Příkladem může být webová stránka Sputnik, na které se objevil např. článek: „*Blbost ilustrovaná nicotností.*“ *Proč Česká televize opět ostrouhala?*“.<sup>138</sup>

Některé dezinformační weby dokonce dokázaly oklamat seriózní novináře. Murtha se zabýval otázkou, proč někteří američtí novináři nerozeznají fake news od pravých zpráv. Několik dezinformačních webů vydávajících se za legitimní zpravodajské weby docílilo toho, že se jejich články dostaly do seriózních médií. Murtha udává, že je to následek toho, jaké názvy dezinformační média používají. Názvy dezinformačních webů mohou znít podle autora pro novináře legitimně. Autor udává americké dezinformační weby, jako jsou *National Report*, *World News Daily Report* nebo *Empire news*. U některých dezinformačních webů je typické, že zveřejňují směs skutečných a falešných zpráv. Většina falešných příběhů obsahuje podle autora řadu zdrojů, ať už jde

---

<sup>136</sup> BBC. Donald Trump v CNN reporter Jim Acosta. *Bbc.com* [online]. BBC, 2018 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-46142355/donald-trump-v-cnn-reporter-jim-acosta>

<sup>137</sup> AKTUÁLNĚ.CZ. Babiš útočí na Českou televizi: Jsou to lži, pořady ČT jsou zmanipulované. *Video.aktualne.cz* [online]. Economia, 2017 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/babis-utoci-na-ceskou-televizi-jsou-to-lzi-porady-ct-jsou-zm/r~03367aeae7cd11e68ad70025900fea04/>

<sup>138</sup> NOVOTNÁ, Alena. "Blbost ilustrovaná nicotností." *Proč Česká televize opět ostrouhala?* *Cz.sputniknews.com* [online]. Sputnik, 2020 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/nazory/2020011411249894-blbost-ilustrovana-nicotnosti-proc-ceska-televize-opet-ostrouhala/>



o jména falešných mluvčích nebo skutečných institucí, což je může pro nepozorné novináře učinit důvěryhodnější.<sup>139</sup>

## 4. Kompetence důležité k orientaci v mediálním prostředí

Dezinformátoři mohou snadno dosáhnout svého cíle, pokud recipienti nezvládají orientaci v nepřeberném množství informací. Na internetu si může založit webovou stránku a vydávat se za důvěryhodného zpravodaje kdokoliv, z tohoto důvodu je nutné na přijímané informace nahlížet kriticky, a to ať už se jedná o zprávu souhlasnou s našimi postoji, či nikoli.

### 4.1. Kritické myšlení

Levitin definuje internet jako virtuální místo, kde se informace a dezinformace vyskytují ve společném soužití, a řešením, které člověku pomůže v identifikaci těchto subjektů, je právě kritické myšlení. Kritické myšlení je aktivní a trvajícím procesem.<sup>140</sup>

Nutil kritické myšlení definuje jako „*vědomý racionální proces myšlení, který vede k nějakému závěru.*“<sup>141</sup> Jedná se o nezávislé myšlení, které hodnotí přijímané informace a rozhoduje, zda tvrzení přijme za správné, či nikoli. Kritické myšlení je pro recipienty potřebné k orientaci ve světě, k imunitě vůči propagandě a manipulaci či k odhalení falešných zpráv.<sup>142</sup>

Při osvojování si dovedností kritického myšlení je možné narazit na celou řadu překážek, a to především překážek ze strany toho, kdo se kritické myšlení snaží ovládnout. Lukáš Hána udává, že problémem neosvojení si kritického myšlení je lenost a nezáměr. Upozorňuje, že k dohledávání a zpochybňování přijímaných informací přistoupí člověk jen tehdy, pokud je zvědavý, pokud chce tedy jedinec začít s *výcvikem* kritického myšlení, může začít s ověřováním informací, o které se zajímá.<sup>143</sup>

---

<sup>139</sup> MURTHA, Jack. How fake news sites frequently trick big-time journalists. *Cjr.org* [online]. Columbia Journalism Review, 2016 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: [https://www.cjr.org/analysis/how\\_fake\\_news\\_sites\\_frequently\\_trick\\_big-time\\_journalists.php](https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php)

<sup>140</sup> LEVITIN, Daniel J. *Weaponized lies: how to think critically in the post-truth era*. New York, New York: Dutton, 2016. ISBN 978-110-1983-829, s. 253.

<sup>141</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 116.

<sup>142</sup> Tamtéž.

<sup>143</sup> STUDENTA. Myslete kriticky! Jak, to prozradí lektor kritického myšlení. *Studenta.cz* [online]. Economia, 2018 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/life/myslete-kriticky-jak-to-prozradi-lektor-kritickeho-mysleni/r~b8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>

## 4.2. Mediální gramotnost

Ústřední dovednost ke zvládnání verifikace zpráv je mediální gramotnost. Gregor a Vejvodová mediální gramotnost definují jako „*schopnost dostat se k mediálním informacím a umění je analyzovat, vyhodnocovat a vytvářet.*“<sup>144</sup>

Aby se o někom dalo říct, že je mediálně gramotný, je podle Nutila důležité, aby zvládal odlišit přijímané informace, pochopit, která sdělení jsou pro nás důležitá a která méně podstatná. Dalším aspektem důležitým pro mediální gramotnost je schopnost identifikovat manipulaci v médiích a rozpoznat fakta od nepravdivých, nebo neúplných informací.<sup>145</sup>

Důležitou součástí mediální gramotnosti by měla být obrana recipienta proti vlivům dezinformací. Tábořský upozorňuje na skutečnost, že dezinformacemi jsou ovlivněny všechny vrstvy populace. Autor uvádí jako problém stereotypizaci různých skupin společnosti, kdy se lidé domnívají, že snadněji ovlivnitelní jsou starší lidé, lidé s nižšími příjmy nebo jedinci s nižší inteligencí. Z takové stereotypizace pak mohou lidé mnohdy usuzovat, že jsou propaganda a dezinformace přizpůsobeny tak, aby zaujaly a ovlivnily jen určitou část populace. Autor ovšem poukazuje na to, že manipulace si své příjemce nevybírá, naopak působí na všechny vrstvy populace.<sup>146</sup>

### 4.2.1. Problematika mediální gramotnosti v české společnosti

Mediální gramotnost se na základních školách vyučuje v rámci průřezového tématu s názvem Mediální výchova. Průřezová témata se podle RVP (Rámcového vzdělávacího programu) mohou uskutečňovat buď jako samostatný předmět nebo jako součást jiného předmětu, kurzu, či projektu. Při absolvování mediální výchovy by měl žák být poučen o funkci médií a jejich roli ve společnosti, měla by být podmíněna jeho participace v mediálním prostředí nebo by si měl osvojit schopnost se kriticky postavit k přijímanému obsahu na internetu.<sup>147</sup> Podle výzkumu ČŠI (České školní inspekce) z roku 2018 se však mediální výchova vyučuje převážně (v 90 % případů zkoumaných škol) jako součást jiných předmětů.<sup>148</sup>

---

<sup>144</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. op. cit., s. 121.

<sup>145</sup> NUTIL, Petr. op. cit., s. 102.

<sup>146</sup> TÁBORSKÝ, Jirí. op. cit, s. 57-58.

<sup>147</sup> RVP ZV\_2017\_červen.pdf, MŠMT ČR. *Msmt.cz* [online]. MŠMT, 2017 [cit. 13.06.2020]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/file/43792/>

<sup>148</sup> ČESKÁ ŠKOLNÍ INSPEKCE. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018. *Csier.cz* [online]. Praha: Česká školní inspekce, 2018 [cit. 2020-05-19]. Dostupné z:

Výzkum ČŠI rovněž ukázal, že žáci devátého ročníku základních škol upřednostňují sociální sítě a internet k vyhledávání a následnému ověřování informací. Žáci dále přiznávají, že vliv tradičních médií hodnotí pro své účely jako méně významný. V samotném testu mediální gramotnosti byla průměrná úspěšnost studentů devátých tříd 43 %, pouze 5 % studentů odpovědělo správně na více než tři pětiny kladených otázek. Žádný z testovaných žáků neodpověděl správně na více než čtyři pětiny otázek, tudíž nikdo nedosáhl výborného výsledku.<sup>149</sup>

Mediální gramotnost středoškoláků prověřoval vzdělávací program organizace Člověk v tísni s názvem Jeden svět na školách, který se zajímal o vědomosti studentů z oblasti znalostí médií a jejich důvěru k nim. Ve výzkumu se např. ukázalo, že se žáci nevyznají v rozdílech mezi veřejnoprávní a soukromou televizí. Českou televizi pak označilo za veřejnoprávní správně 75 % dotázaných studentů, více než polovina dotázaných označila za veřejnoprávní média některé soukromé televize či deníky. Dalším výzkumným okruhem bylo, zda studenti rozumí fungování vyhledávačů na internetu. 65 % žáků odpovídalo chybně, kdy se domnívali, že se různým uživatelům zobrazují stejné výsledky vyhledávání. Pouze 43 % studentů si je vědoma faktu, že zobrazování příspěvků na Facebooku je řízeno algoritmy. Dále se výzkum například zabíral tím, jak posuzují žáci pravdivost zpráv na internetu. Pro 63 % středoškoláků je důležité, na kterém webu se informace nachází. Naopak pro studenty středních odborných učilišť je pravdivost zpráv posuzována počtem sdílení a komentářů. Nakonec 88 % studentů si je vědoma nepravdivých zpráv objevujících se na internetu.<sup>150</sup>

Výzkumem mediální gramotnosti lidí nad 18 let se zabývala v roce 2018 agentura STEM/MARK. Ta zjistila, že s úrovní mediální gramotnosti koreluje úroveň dosaženého vzdělání. 46 % vysokoškolsky vzdělaných respondentů dosáhlo vysoké mediální gramotnosti. Naopak u respondentů bez maturitního vysvědčení dosáhlo vysoké mediální gramotnosti pouze 10 %.<sup>151</sup>

---

[https://www.csicr.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Mediální-  
vychova\\_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx](https://www.csicr.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Mediální-<br/>vychova_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx), s. 15-16.

<sup>149</sup> ČESKÁ ŠKOLNÍ INSPEKCE. op. cit., s. 19-24.

<sup>150</sup> JEDEN SVĚT NA ŠKOLÁCH. Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k mediím. *Jsns.cz* [online]. Člověk v tísni, 2018 [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: [https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkomy-setreni/medialni\\_gramotnost\\_zaku\\_2018.pdf](https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkomy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf), s. 9-11.

<sup>151</sup> BURIANEC, Jan. Mediální gramotnost je v Česku nízká - pouze čtvrtina dospělé populace v ní dosahuje uspokojivé úrovně. *Stemmark.cz* [online]. Praha: STEM/MARK, 2018 [cit. 2020-06-13]. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/>

Mediální gramotnost je přitom klíčová v orientaci a selekci informací a je důležitá pro podporu kritického myšlení. Může se předpokládat, že nízká mediální gramotnost podporuje šíření neověřených a falešných zpráv, jelikož příjemce není schopen kritického nahlížení na přijímaný obsah. Výzkum ČŠI poukázal na atraktivnost sociálních sítí mezi žáky devátého ročníku jakožto zpravodajského média, které jsou mnohdy nositelem nepodložených informací. Výzkum zároveň ukázal na to, že čím vyššího vzdělání jedinec dosáhne, tím je u něj pravděpodobnější, že se vyzná v mediálním světě. Opomíjení mediální výchovy může uvést jedince bez vyššího vzdělání do nevýhody, protože mediální gramotnosti se jim na základní škole dostává omezeně.

#### 4.3. Proces ověřování zpráv

Ověřování zpráv může probíhat pomocí různých organizací, které se vyvracením obsahu dezinformačních webů zabývají, může se jednat o automatické generátory, které podle určitých kritérií vyhodnotí informaci jako nepravou. (Může se ale jednat i o skupinu odborníků v tomto oboru.) Zároveň existuje několik aspektů, podle kterých si může každý jedinec ověřit sám, jestli je zdroj, na který narazí, důvěryhodný. Podle Lee McIntyreho je k ověření zpráv důležitých těchto sedm kroků:

- ověřit si autora,
- ujistit se, zda se informace vyskytuje v několika dalších zdrojích,
- ověřit si důvěryhodnost zdroje,
- zkontrolovat si, kdy byla zpráva vydána,
- zhodnotit autorovu zkušenost s příkládaným tématem,
- položit si otázku, zda se informace shoduje s mými dosavadními vědomostmi
- a nakonec se sám sebe zeptat, zda zpráva zní věrohodně.<sup>152</sup>

Chlebounová přikládá tři kritéria, podle kterých je důležité ověřit si zdroj. Za důležitou považuje kontrolu média a autora, použitých obrázků a porovnání zprávy s důvěryhodnými zdroji. Autorka upozorňuje na důležitost kontroly autora dezinformačního článku a jeho verifikaci, popř. zjištění, zda vůbec autor existuje. To samé platí pro obrázky, Chlebová upozorňuje, že je důležité se ujistit, zda se obrázek neobjevil již v jiném kontextu.<sup>153</sup>

---

<sup>152</sup> MCINTYRE, Lee C. op. cit., s. 121.

<sup>153</sup> CHLEBOUNOVÁ, Tereza. Jak odhalit dezinformace a fake news? *Euroskop.cz* [online]. Vláda České republiky, 2020 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9003/34673/clanek/jak-odhalit-dezinformace-a-fake-news/>

Existují některé webové stránky, které pracují manuálně na ověřování zpráv. Jak již naznačuje Daniel J. Levitin, weby zaměřující se na ověřování zpráv nemusí být vždy přesné a nezaujaté. Recipient se musí ujistit, zda ověřovatelé nemají předpojatost vůči konkrétnímu kandidátovi nebo straně. Mezi anglickými servery se vyskytuje například *snopes.com*, který prověřuje městské legendy, objevují se ale také weby zaměřující se převážně na politické prostředí, takovým webem je například *politifact.com*.<sup>154</sup> Z českého prostředí jsou známy například *manipulatori.cz* nebo *hoax.cz*. Nakonec je známa i stránka *StopFake.org* zaměřená převážně na dezinformace z ukrajinského prostředí, která je k dispozici v několika světových jazycích.<sup>155</sup>

#### 4.3.1. Problematika manuálního ověřování zpráv, příklad Demagoga a Manipulátorů

Ověřování zpráv v Česku se blíže věnovala i polská politoložka Giereło-Klimaszewska, která zdůrazňuje, že většina českých ověřovatelů pochází z novinářského prostředí. Slabinu českých projektů ovšem vidí v tom, že jsou závislé na vnějším financování (zejm. z regionální nadace). Za hlavní ověřovací portály v Česku označuje weby *manipulatori.cz* a *demagog.cz*.<sup>156</sup>

Co se týče webu *manipulatori.cz*, projekt vznikl již v roce 2015 a Giereło-Klimaszewska web popisuje spíše jako informační než výzkumné médium, jedná se o mediální platformu zaměřenou především na rozsáhlá sociální a politická témata.<sup>157</sup>

I na těchto webech se však může objevit předpojatost, před kterou varuje Levitin. S webem *manipulatori.cz* se v minulosti dostal do sporu europoslanec Tomáš Zdechovský, který se vyjadřoval k odebírání dětí rodinám v Norsku.<sup>158</sup> Zdechovský na svém blogu poměrně ostře reagoval na sérii článků, které vyšly na webu Manipulátorů.<sup>159</sup> V těchto článcích kritizoval europoslanec zejména útoky ad hominem, např. vůči

---

<sup>154</sup> LEVITIN, Daniel J. op. cit., s. 147.

<sup>155</sup> GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. op. cit., s. 130.

<sup>156</sup> GIEREŁO-KLIMASZEWSKA, Katarzyna. Political Fact-Checking in the Czech Republic on the Example of demagog.cz and manipulatori.cz Portals. *Mediatization Studies*. 2019, 3, s. 120.

<sup>157</sup> GIEREŁO-KLIMASZEWSKA, Katarzyna. op. cit. s. 127.

<sup>158</sup> Jedná se o incident, kdy norská sociální služba Barnevernet odebrala Norce T. Lobbenové syna z důvodu zanedbání péče o něj, přitom neexistoval stěžejní důkaz, který by zmíněnému zanedbání nasvědčoval. Žena se tedy obrátila na Evropský soud pro lidská práva, který rozhodl, že se Barnevernet dopustil porušení práva na soukromý a rodinný život. Rozsudek byl důležitý rovněž pro Češku Evu Michalákovou, které norská sociální služba odebrala děti v roce 2011. Problematice spojené s působením Barnevernetu se europoslanec Zdechovský věnuje dlouhodobě.

<sup>159</sup> BERESNEVIČIŮTĚ-NOSÁLOVÁ, Halina. Skandály Barnevernetu nebo spíše skandální prohanost europoslance? Část I.: Norské případy před ESLP. *Manipulatori.cz* [online]. Manipulátorů.cz, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/skandaly-barnevernetu-nebo-spise-skandalni-prolhanost-europoslance-cast-i-norske-pripady-pred-eslp/>

právnímu zástupci T. Lobbenové, kdy reagoval na větu „*Bohužel je ovlivňována svým právním poradcem Mariusem Reikeråsem a 'psychologem' amatérem Rune Fardalem. Reikerås byl v minulosti odsouzený za podvod na senilním klientovi, následně zbaven advokátské licence.*“<sup>160</sup> Europoslanec Zdechovský zdůraznil, že: „*u odvolacího soudu prokázal, že vše byla jen účelová obvinění a licenci mu vrátili, proto Lobbenovou může zastupovat.*“ Dále se europoslanec ohradil proti tomu, že dle jeho názoru *manipulatori.cz* vůbec nevyvraceli podstatu jeho tvrzení a sami zamlčovali určité skutečnosti, např. že: „*kvůli Barnevernetu je norský ministr pro děti Ropstad 'pod palbou' interpelací různých opozičních politiků a norská média [...] hovoří o krizi.*“ Dále europoslanec ve svém blogu upozornil na způsob, jakým *manipulatori.cz* samotného europoslance *titulovali*, kdy zjevně narážel např. na fakt, že titulky článků na *manipulatori.cz* zní „*Skandály Barnevernetu, nebo spíše skandální prolhanost europoslance? Část I-II*“<sup>161</sup> Nakonec europoslanec Zdechovský zmiňoval, že šéfredaktorem serveru *manipulatori.cz* je Jan Cemper, ekologický aktivista, jehož jméno mj. figuruje v souhrnné situační zprávě Ministerstva vnitra ČR o extremismu 2. čtvrtletí roku 2012.<sup>162</sup> Se šéfredaktorem serveru *manipulatori.cz* se do sporu dostal i zpravodajský server Echo24. V tomto případě se jednalo o vyvracení článku o požáru elektronického automobilu značky Tesla, kdy byl článek serveru Echo označen Manipulátory za hoax. Echu bylo vyčítáno několik (zřejmě domnělých) pochybeních, např. bylo Janem Cemperem uvedeno, že: „*není ani pravdou, že automobil byl 3 dny v jakémsi kontejneru.*“ Na toto tvrzení je Vojtěchem Drbohlavem ze serveru Echo24 reagováno tak, že tato informace vychází ze článku uveřejněném v deníku Kronen Zeitung, kdy konkrétně podrobnost o umístění elektronického automobilu do kontejneru pochází z úst velitele místních hasičů Bernharda Geislera.<sup>163</sup> Drbohlav dále Janu Cemperovi vyčítá, že opakovaně opomíjí zdroj (Krone Zeitung), ze kterého Echo čerpalo. Drbohlav článek uzavírá tím, že po diskuzi na Facebooku Jan Cemper přiznal, že článek později upravil a zmírnil.<sup>164</sup>

---

<sup>160</sup> Tamtéž.

<sup>161</sup> Tamtéž.

<sup>162</sup> ZDECHOVSKÝ, Tomáš. Manipulatori.cz se místo fact-checkingu vypisují z vlastních komplexů. *Zdechovsky.blog.idnes.cz* [online]. MAFRA, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://zdechovsky.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=736218>

<sup>163</sup> HASELWANTER, Anna-Katharina. Autofahrer retteten Mann aus brennendem Tesla. *Krone.at* [online]. Krone Multimedia, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://www.krone.at/2016843>

<sup>164</sup> DRBOHLAV, Vojtěch. Jak Manipulátoři manipulují a žonglují s fakty. *Echo24.cz* [online]. Echo media, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/Sfb8V/jak-manipulatori-manipuluji-a-zongluji-s-fakty>

Ověřování zpráv se rovněž věnuje český projekt v názvem Demagog, který vznikl v roce 2012. Demagog se na své webové stránce popisuje jako nezávislá *fact-checkingová* platforma ověřující informace, které plynou z vyjádření politiků ve veřejné sféře. Svou činností chtějí omezit šíření nepravdivých či manipulativních výroků české politické elity. Projekt Demagog je založen na dobrovolnické činnosti.<sup>165</sup>

Kritice, která se týkala dvojího metru při ověřování výroků politiků, se nevyhnul ani server *demagog.cz*, kdy nejprve poté, co server *demagog.cz* vyhodnotil jeho tvrzení z 20 minut *Radiožurnál* ze dne 10. 10. 2018 ve znění: „S Jiřím Drahošem jsme spolupracovali 4 roky.“<sup>166</sup> jako nepravdu, byl server kritizován Pavlem Bělobrádkem, který se proti tomuto hodnocení ohradil na svém facebookovém profilu, kde mj. uvedl, že i přes dedukci serveru *demagog.cz*, že mluví o době, kdy zastával funkci ve vládě B. Sobotky a Jiří Drahoš byl předsedou AVČR (Akademie věd ČR), o tomto období nemluvil a s Jiřím Drahošem jednak spolupracoval i v době, kdy mu J. Drahoš dělal poradce a jednak s ním spolupracoval i po svém odchodu z vlády.<sup>167</sup> Obdobnou zkušenost s diskutabilním hodnocením svých výroků si zažil i jeho nástupce na postu předsedy KDU-ČSL Marek Výborný, kdy server *demagog.cz* označil jako nepravdu jeho větu z deníku *Právo*: „Proč moje děti, jako poslance, mají jezdit z Heřmanova Městce do Chrudimi za dvě nebo tři koruny?“ kdy server *demagog.cz* toto odůvodnil tím, že „Snížené jízdné u přímé autobusové dopravy z Heřmanova Městce do Chrudimi pro děti a mládež (6-18 let) je 4 koruny.“<sup>168</sup> Podle analytika, který pro Demagoga pracuje, se nový koordinátor snaží více zviditelnit jejich web a dostat se do mainstreamu, tudíž je častější, že se věnují banalitám.<sup>169</sup>

---

<sup>165</sup> DEMAGOG.CZ. O nás. *Demagog.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>

<sup>166</sup> DEMAGOG.CZ. Pavel Bělobrádek: S Jiřím Drahošem jsme spolupracovali 4 roky. *Demagog.cz* [online]. Demagog.cz, 2018 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://demagog.cz/vyrok/17496>

<sup>167</sup> BĚLOBRÁDEK, Pavel. [Naprostou souhlasím s ...]. In: *Facebook* [online]. 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Belobradek/posts/10157513355424099/>

<sup>168</sup> DEMAGOG.CZ. Proč moje děti, jako poslance, mají jezdit z Heřmanova Městce do Chrudimi za dvě nebo tři koruny? *Demagog.cz* [online]. Demagog.cz, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://demagog.cz/vyrok/18217>

<sup>169</sup> KRISTEN, Vojtěch. Krize v Demagog.cz. Děláme banality, šéf nás neposlouchá, říká pro INFO.CZ analytik. *Info.cz* [online]. Info.cz Online Media, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://www.info.cz/strategie/krize-v-demagog-cz-delame-banality-sef-nas-neposloucha-rika-pro-info-cz-analytik-42645.html?fbclid=IwAR2gc2guStHFS1X04bF0VpY7OryuqqNER8adEfnrwTXiqotKarCZGjPHJYE>

Jak již bylo řečeno výše, Demagog navázal spolupráci se sociální sítí Facebook, kde je jeho úkolem ověřovat příspěvky politiků. Demagog však upozorňuje, že jeho možnosti jsou vinou vymezení malého počtu dobrovolníků k odhalování fake news na Facebooku omezené. Koordinátor projektu Petr Gondala upozorňuje, že dobrovolníci budou schopni ověřit přibližně dva příspěvky měsíčně. Demagog se rovněž zaměřuje na ověřování příspěvků sdílených politiky. I to má však své limity, a to vzhledem k faktu, že Facebook nechce zasahovat do politických projevů, Demagog tedy může prověřovat pouze ty příspěvky politiků, které nejsou jejich originálním projevem.<sup>170</sup> Lidský faktor, časová náročnost nebo omezení obsahu pouze na politickou scénu může vyvolat otázku potřeby vyvinout zautomatizované nástroje pro odhalování fake news, tedy online nástroje schopné rychle a flexibilně reagovat na mediální dění na internetu. Tyto nástroje však nemusí fungovat vždy spolehlivě. Do jaké míry se lze na automatické označování fake news spolehnout a jaké výsledky dokáže přinést bude předmětem následující analýzy.

---

<sup>170</sup> DRAGOUN, Radek. Politici budou na Facebooku pod kontrolou. Budeme ověřovat, ne mazat, tvrdí experti. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. *Economia*, 2020 [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/kontrola-pravdivosti-vyroku-politiku-na-facebooku-bude-omeze/r~50f4395aa02711eaabd0cc47ab5f122/>



## 5. Analýza online nástrojů pro odhalování fake news

Účelem této části bakalářské práce je popsat vybrané aplikace sloužící k identifikaci dezinformačních webů, zhodnotit, zda opravdu fungují, popsat jejich kritéria, popř., pokud to bude možné, uvést bližší informace o autorech.

Pro výzkum byla vybrána metoda komparativní analýzy. Analýza má za úkol potvrdit, nebo vyvrátit funkčnost jednotlivých vybraných detektorů dezinformací, které by měly automaticky detekovat dezinformace na internetu. Pro výzkum bylo vybráno 10 dezinformačních webů, které jsou jako dezinformační označeny na již zmíněném webu *evropskehodnoty.cz*, na kterých bude funkčnost aplikací testována.

V obchodě pro internetové prohlížeče se nachází několik rozšíření pro internetový vyhledávač *Google Chrome*. Rozšíření, která zaručují identifikaci dezinformačních webových stránek, se však vyskytují převážně v anglické jazykové mutaci. Jedná se např. o aplikace *SurfSafe*, *Fake News Detector*, *Fake News Filter*, *NewsGuard* atd. V české jazykové mutaci se vyskytuje rozšíření *MindBrella*, *Detektor dezinformačních webů* a *Štít proti hoaxům*. Tyto aplikace budou podrobeny bližšímu zkoumání společně s aplikací *NewsGuard*.

### 5.1. Metodika

K analýze online nástrojů byly vybrány čtyři aplikace stažené z internetového obchodu prohlížeče *Google Chrome*. Přednostně byly vybrány ty aplikace, které jsou k dispozici v české jazykové mutaci. Aplikace byly nainstalovány jako rozšíření vyhledávání a později využity k tomu, aby odhalily dezinformační weby.

K identifikaci byly vybrány takové dezinformační weby, které zároveň sdílejí své články na platformě Facebook. Vybranými weby, které budou aplikace identifikovat, jsou: *ac.24.cz*, *aeronet.cz*, *cz.sputniknews.com*, *parlamentnilisty.cz*, *protiproud.cz*, *prvnizpravy.cz*, *lajkit.cz*, *svobodnenoviny.eu*, *orgo-net.blogspot.cz* a *rukojmi.cz*. Tyto vybrané weby jsou označeny jako dezinformační na webu *evropskehodnoty.cz*.<sup>171</sup>

Nejprve budou popsány základní informace o aplikaci a to, jak dané aplikace fungují. Na základě dalších vybraných kritérií bude práce vyhodnocovat uživatelskou přívětivost aplikací, tedy jasnost sdělení, zda aplikace poskytují uživateli vysvětlující informace (kritéria, podle kterých weby hodnotí jako dezinformační, popř. doplňující

---

<sup>171</sup> JANDA, Jakub a Veronika VÍCHOVÁ, op.cit.

informace o těchto webech), ale i zda se snadno instaluje. Dále bude testováno, zda se podaří aplikacím identifikovat dezinformační weby, zkoumáno bude i to, jak o nich jedince informuje a zda uvede, podle kterých kritérií aplikace detekují weby, které označí za dezinformační. Následně bude porovnána úspěšnost jednotlivých detektorů.

## 5.2. Aplikace: Detektor dezinformačních webů

Aplikace s názvem *Detektor dezinformačních webů* je spravována občanským sdružením Konšpiratori ze Slovenské republiky. Původně byla vytvořena slovenským učitelem dějepisu Mgr. Jurajem Smatanou, postupně se však sdružení rozrostlo na 17 členů. Sám Smatana sdružení opustil na začátku roku 2019.<sup>172</sup> Aplikace vyhodnocuje webovou stránku jako nedůvěryhodnou, pokud je součástí seznamu dezinformačních webů na webu *konspiratori.sk*. Původním důvodem vzniku této aplikace bylo chránit obchodníky a investory před negativní reklamou, která by se jim dostala kvůli výskytu jejich reklamy na webech se sporným obsahem.<sup>173</sup>

Na webu *konspiratori.sk* jsou informace ohledně kritérií pro hodnocení webů jako dezinformační. Autoři udávají pět kritérií, podle nichž hodnotící komise určuje, zda stránku označit jako dezinformační, či nikoli. Pro takové označení stačí, aby web splnil byť jen jedno z daných kritérií.

Kritéria, podle nichž *konspiratori.sk* označují web za dezinformační, jsou následující:

1. Weby propagují podvodné materiály léčebného charakteru, které mohou ohrozit zdraví jedince;
2. weby mají dezinformační nebo zavádějící obsah;
3. weby se aktivně podílí na produkci konspiračních teorií;
4. weby se vyjadřují vulgárně, agresivně, negativně vykreslují menšiny nebo podněcují k násilí;
5. weby neakceptují novinářskou etiku, sdílí neobjektivní či nepravdivé zprávy, články vydává neznámý autor.<sup>174</sup>

---

<sup>172</sup> KONŠPIRÁTORI.SK. Hodnotiaca komisia. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/komisia.php>

<sup>173</sup> KONŠPIRÁTORI.SK. Prečo vznikla táto iniciatíva. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/dovod-vzniku.php>

<sup>174</sup> KONŠPIRÁTORI.SK. Kritéria na zaradenie stránky do databázy. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>

Aplikace byla nainstalována do webového prohlížeče *Google Chrome* a později vyzkoušena na již zmíněných dezinformačních webech. Aplikace na dezinformační web reagovala vyskakovacím oknem, které upozorňovalo čtenáře textem: *Tato stránka může šířit dezinformace.*, k dispozici nabídla odkaz na web Konšpirátorů.



Obrázek 1: upozornění na dezinformační web. Zdroj: Detektor dezinformačních webů, screenshot

Po rozkliknutí nasměrovala aplikace čtenáře na již zmíněná kritéria. Aplikace byla schopna rozpoznat osm z deseti vybraných dezinformačních webů. Dezinformační weby, které se aplikaci nepodařilo identifikovat, byly *orgo-net.blogspot.com* a *parlamentnilisty.cz*.

Parlamentní listy jsou podle webu *evropskehodnoty.cz* dezinformační web (rovněž jsou Parlamentní listy klasifikovány jako dezinformační web Markétou Krejčí z neziskové organizace HlídacíPes.org<sup>175</sup>). Pokud se se týče analýzy Josefa Šlerky, která protřídila české weby pomocí aplikace Alexa Rank, Parlamentní listy v této analýze byly naopak přiřazeny k většinovým médiím (hlavní proud), sehrály však významnou roli v propojení publika webů hlavního proudu a tzv. antisystémových webů. Sám Šlerka vnímá Parlamentní listy jako politický bulvár.<sup>176</sup> Samotná databáze dezinformačních webů na webu *konspiratori.sk* Parlamentní listy za dezinformační web neoznačuje,

<sup>175</sup> KREJČÍ, Markéta. op. cit.

<sup>176</sup> ŠLERKA, Josef. op. cit.

vzniká tedy rozpor ve vnímání zpravodajského obsahu Parlamentních listů mezi různými subjekty zabývajícími se dezinformačními weby.

Web *orgo-net.blogspot.cz* se aplikaci nepodařilo identifikovat i přes to, že se nachází v jejich seznamu dezinformačních webů. Web je na webu *konspiratori.sk* definován jako konspirační web, který zprostředkovává svým čtenářům přeložené hoaxy ze zahraničních webů a splňuje tak třetí z výše uvedených kritérií. Detektoru dezinformačních webů se nepodařilo web identifikovat ani po zobrazení několika článků daného webu.<sup>177</sup>

### 5.3. Aplikace: Štít proti hoaxům

V případě aplikace *Štít proti hoaxům* jsou jako dezinformační weby označeny weby ze seznamu českých a slovenských dezinformačních webů na *konspiratori.sk* (viz výše).

Aplikace se dále odvolává na databázi webu *atlaskonspiraci.cz*. Atlas konspirací nabízí uživateli obsáhlejší přehled informací o dezinformačních (v Atlasu jsou označovány jako anti-systémové) a konspiračních webech. Projekt je podle jejich webových stránek veden na Filosofické fakultě Univerzity Karlovy a je do něho zapojen pětičlenný tým vedený Lenkou Krsovou a Josefem Šlerkou.<sup>178</sup> Doplnující informace nabídla aplikace k webům *ac24.cz*, *aeronet.cz*, *protiproud.cz*, *svobodnenoviny.eu* a *rukojmi.cz*. Naopak k identifikovaným dezinformačním webům *cz.sputniknews.com*, *orgo-net.blogspot.com*, *lajkit.cz* a *prvnizpravy.cz* nabídnuty nebyly.

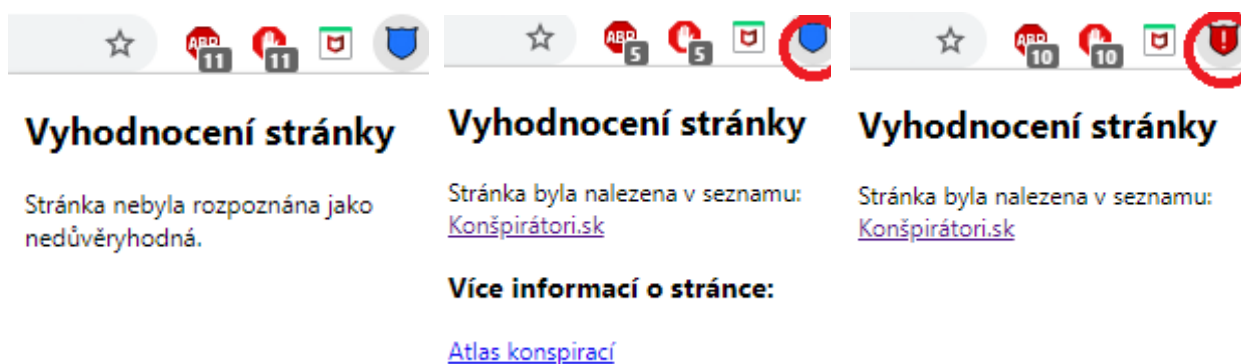
Samotná aplikace *Štít proti hoaxům* si v rozpoznávání dezinformačních webů vedla lépe než *Detektor dezinformačních webů*. Dezinformační web, který se jí nepodařilo identifikovat, byl pouze web *parlamentnilisty.cz*. Stejně jako u předchozí aplikace nebylo možné tento web identifikovat za nevěrohodný, protože není součástí seznamu na webové stránce *konspiratori.sk*.

---

<sup>177</sup> KONŠPIRÁTORI.SK. Zoznam stránok so sporným obsahom. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>

<sup>178</sup> ATLAS KONSPIRACÍ. O Atlasu. *Atlaskonspiraci.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: [https://atlaskonspiraci.cz/O\\_Atlasu](https://atlaskonspiraci.cz/O_Atlasu)

Komplikovanější byla práce s upozorněním na dezinformační weby. Na rozdíl od *Detektoru dezinformačních webů*, který sám upozorní uživatele vyskakovacím oknem, si musí v případě této aplikace uživatel sám rozkliknout ikonu štítu, která se nachází v pravém horním rohu vyhledávače. Podle přehledu na internetovém obchodě Chrome, by aplikace měla přeměnit ikonu z modré, tedy bezpečné na červenou, tedy výstražnou, pokud se uživatel ocitne na dezinformačním webu. To se při prvním testu stalo pouze v případě webu *orgo-net-blogspot.com*. Po opětovné instalaci tento problém zmizel a výstražná červená ikona se objevila i v dalších případech.



Obrázek 4: žádný nález. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot

Obrázek 3: pozitivní nález. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot

Obrázek 2: pozitivní nález s upozorněním. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot

Co se týče webu *atlaskonspiraci.cz*, který je nabízen aplikací jeho uživatelům jako doplňující zdroj, po rozkliknutí jsou jim nabídnuty základní informace o daném dezinformačním webu, tedy např. od kdy web funguje, kdo ho vlastní, jaká je jeho návštěvnost, které weby návštěvníci rovněž navštěvují, a dále jsou nabízeny příklady témat, která se na webu často objevují.

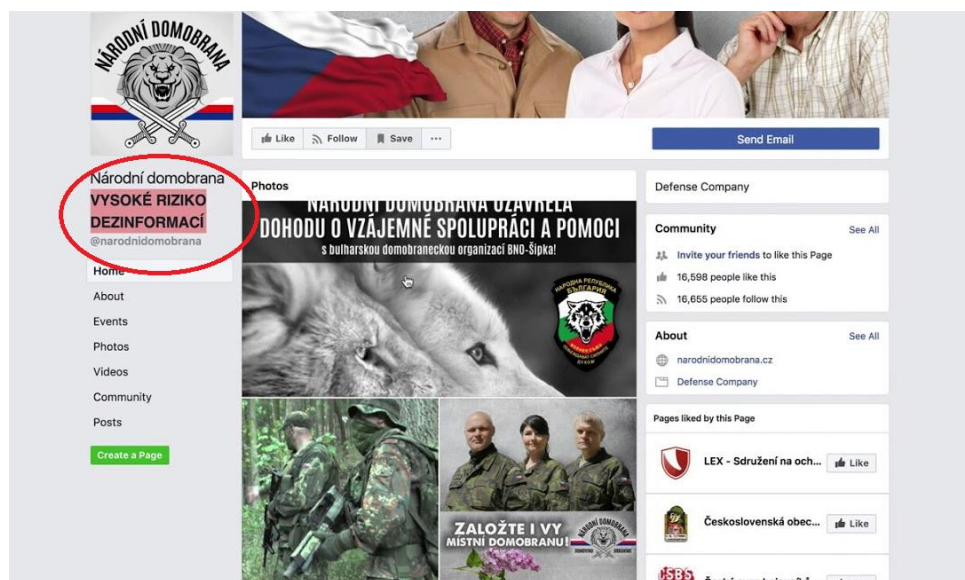
V případě doplňujících informací o webu Aeronet se zde objevuje informace o vlastníkově, který tento web provozuje pod pseudonymem Vedoucí kolotoče, a o tom, že web je v provozu od roku 2014. Dále jsou k dispozici k nahlédnutí dezinformace, které se na webu objevily, v případě Aeronetu je to např. domněnka, že německá kancléřka Angela Merkelová je dcera Adolfa Hitlera, nebo zprávy o tom, že kondenzační stopa letadel obsahuje nebezpečné látky nazývané Chemtrail, že USA se snaží snížit světovou populaci vytvořením nemoci Ebola, nebo že hladomor na Ukrajině byl zaviněn Západem.

Web *atlaskonspiraci.cz* nabízí uživatelům zjistit si více informací o těchto konspiracích.<sup>179</sup>

#### 5.4. Aplikace: MindBrella

*MindBrella* nemá žádné webové stránky ani na žádné neodkazuje. Jediný kontakt, který lze dohledat, je jejich stránka na Facebooku, kam však byl poslední příspěvek vložen 22. 1. 2018, tudíž budou informace o této aplikaci čerpany ze sekundárního zdroje.

*MindBrella* byla vyvinuta pro upozornění před dezinformačními weby na sociální síti Facebook. Věrohodnost stránek na Facebooku byla posuzována podle počtu sdílených článků z dezinformačních webů. ČTK zmiňuje, že aplikace vyhrála v roce 2018 v soutěži *FakeHacks*, jejímž hlavním úkolem bylo vytvořit aplikaci, která by uživatelům napomohla odhalovat dezinformace na internetu, na jejíž vytvoření měli účastníci 24 hodin. Akce byla pořádána ve spolupráci s Nadačním fondem nezávislé žurnalistiky a Nadačí Open Society Fund Praha společností Ackee, s.r.o. (Společnost Ackee, s.r.o. se zaměřuje na vývoj aplikací.) Jedním z autorů je John Roose, který uvedl, že se postupně budou snažit aplikaci vylepšovat. Dalšími autory jsou Martin Vastl a Jakub Bareš.<sup>180</sup>



Obrázek 5: MindBrella. Foto: Jan Cemper, upraveno

<sup>179</sup> ATLAS KONSPIRACÍ. Aeronet. *Atlaskonspiraci.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://atlaskonspiraci.cz/Aeronet>

<sup>180</sup> ČTK. Mladí vývojáři hledali nástroje proti fake news. Vyhrála aplikace do prohlížeče. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2018 [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/mladi-vyvojari-hledali-nastroje-proti-fake-news-vyhrala-apli/r~47a9b662fe2c11e7a4500cc47ab5f122/>

Po instalaci a následném testu funkčnosti na sociální síti Facebook aplikace nijak neupozornila uživatele na nedůvěryhodný obsah webových stránek. Stejně tak se nezobrazovala informace o tom, které stránky či uživatelé jsou věrohodní. Ani po opětovné instalaci nebylo testování nikterak úspěšné.



Obrázek 6: Facebooková stránka webu *cz.sputniknews.com*. Zdroj: *facebook.com/cz.sputnik/*, screenshot

Aplikace *MindBrella* nerozpoznala žádnou facebookovou stránku dezinformačních webů jako hrozbu. Je tedy možné se domnívat, že vzhledem ke skutečnosti, že aplikace byla vytvořena před dvěma lety, není kvůli následným aktualizacím sociální sítě Facebook se sociální sítí již nadále kompatibilní.

## 5.5. Aplikace: NewsGuard

Vzhledem k tomu že obě výše popsané aplikace používají pouze jeden seznam kritérií z webu *conspiratori.sk*, je potřeba kritéria porovnat s další aplikací zaměřenou na ověřování webových stránek za účelem získání reprezentativnějšího výsledku ověřování zpráv aplikacemi, které jsou k dispozici na internetovém obchodě *Google Chrome*. Bude tedy dodatečně analyzována i jedna aplikace, která je k dispozici v anglické jazykové mutaci. Jedná se o aplikaci *NewsGuard*.

V případě *NewsGuard* se jedná o aplikaci, která je spravována novináři. K dispozici poskytují seznam členů komise, která určuje důvěryhodnost webových stránek např. generálními řediteli jsou Steven Brill a Gordon Crovitz, kdy podle webu *NewsGuard* se jedná o zkušené novináře, Brill se podílel na založení Yale Journalism Initiative<sup>181</sup> a Covitz byl vydavatelem listu *The Wall Street Journal*.<sup>182</sup> Celkem se na činnosti aplikace podílí 55 členů.<sup>183</sup>

U aplikace *NewsGuard* se jedná o rozšíření do internetového vyhledávače *Google Chrome*, do kterého je potřeba se zaregistrovat. Vizuálně je aplikace podobná české aplikaci *Štít proti hoaxům*. Na základě devíti kritérií uživatele upozorní na typ webové stránky, na které se nachází. Weby jsou rozděleny do čtyř kategorií, a to:

1. důvěryhodný web, který je označen zelenou ikonou (web podle autorů aplikace dodržuje základní standardy důvěryhodnosti a transparentnosti, nebo web výjimečně nespĺňuje pouze nepatrný podíl kritérií),
2. nedůvěryhodný web, který je označen červenou ikonou (web mající problémy s dodržováním základních standardů, kdy v testu, kterému byl podroben, nespĺnil několik kritérií, nebo významný počet kritérií),
3. satira, která je označena žlutou ikonou (web autoři nehodnotí podle jimi daných kritérií, pouze uživatele aplikace upozorní, že se nejedná o skutečný zpravodajský web, k dispozici je popis stránky a popř. uvádějí autora),



Obrázek 7: NewsGuard rozdělení webových stránek. Zdroj: [newsguardtech.com](https://www.newsguardtech.com), screenshot

<sup>181</sup> Žurnalistická iniciativa je program na univerzitě v Yaleu. Jejím posláním je podle univerzitního webu povzbuzování a vybavování studentů na Yaleu, kteří chtějí se stát novináři.

<sup>182</sup> Americký mezinárodní deník vydávaný v New Yorku.

<sup>183</sup> NEWSGUARD. Our Team. *NewsGuardTech.com* [online]. NY: NewsGuard Technologies, n.d. [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://www.newsguardtech.com/about/team/>



- platforma hostící uživatelsky generovaný obsah je označena šedou ikonou (platformu nehodnotí podle daných kritérií, pouze uživatele upozorní na možnou nespolehlivost stránky).<sup>184</sup>

Autoři aplikace však uživatele upozorňují, že jediným společným znakem webů označených zelenou ikonou je schopnost naplnit dostatečný počet kritérií. Ne všechny webové stránky označené za důvěryhodné jsou si rovny. V každém hodnocení aplikace uvádí, zda se webové stránce podařilo naplnit všechna kritéria, nebo zda se při hodnocení vyskytly nějaké nedostatky.

Pro pochopení vyhodnocování je třeba uvést již zmíněná kritéria, která musí webové stránky naplnit, aby byly označeny za důvěryhodný zdroj, těmito kritérii jsou:

- web nepublikuje opakovaně nepravdivý obsah (tedy nepřináší články, které byly označeny za nepravé, a které nebyly veřejně opraveny),
- web zodpovědně nakládá s informacemi (předkládané články jsou objektivní, odkazují na více zdrojů, nejlépe na primární zdroje, nezkracují informace atd.),
- web opravuje a objasňuje své chyby (poskytuje návod k nahlášení chyby nebo stížnosti, zaznamenává opravy, atd),
- web zodpovědně odlišuje zprávy a názory (nevyužívají fakta nebo příběhy, které jsou v souladu s jejich názory apod.),
- web nezveřejňuje klamavé titulky (tedy nezveřejňuje titulky obsahující nepravdivé informace, výrazně senzacechtivé titulky apod.),
- weby zveřejňují své vlastnictví a způsob financování,
- weby jasně označují reklamu, tedy za který obsah jsou weby placeny,
- weby veřejně označují osoby, které stojí za jejich vedením,
- weby poskytují jména autorů obsahu spolu s kontaktními nebo biografickými informacemi.<sup>185</sup>

Na základě zmíněných kritérií, komise bodově ohodnotí webové stránky. Celkem mohou webové stránky získat 100 bodů. Pokud weby získají 60 bodů a méně, jsou označeny za nedůvěryhodné.

---

<sup>184</sup> NEWSGUARD. Rating Process and Criteria. *Newsguardtech.com* [online]. NY: NewsGuard Technologies, 2020 [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://www.newsguardtech.com/ratings/rating-process-criteria/>

<sup>185</sup> Tamtéž.

Přesto, že aplikace je k dispozici v anglické jazykové mutaci, podařilo se jí identifikovat českou verzi webu *cz.sputniknews.com*. Na nedůvěryhodnou stránku aplikace upozorní výstražným vykřičníkem v pravém horním rohu prohlížeče. Po rozkliknutí ikony aplikace shrnuje následující informace o webu sputnik:

The screenshot shows the NewsGuard interface for the website **sputniknews.com**. At the top right, there are browser extension icons, including NewsGuard, which is highlighted with a red circle. Below the browser bar, the NewsGuard logo is visible. A red shield icon with a white exclamation mark is on the left, followed by the text: **Proceed with caution: This website severely violates basic journalistic standards.**

Below this, a paragraph reads: **The website for Sputnik News, a news agency that does not reveal its ownership by the Russian government and publishes false information to advance Russian interests and disparage its rivals.**

The score is **Score: 12.5/100**, with a link to **See the full Nutrition Label →**.

The interface is divided into two columns: **CREDIBILITY** and **TRANSPARENCY**.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✗ Does not repeatedly publish false content	✗ Website discloses ownership and financing
✗ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✗ Regularly corrects or clarifies errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest
✗ Handles the difference between news and opinion responsibly	✗ The site provides names of content creators, along with either contact or biographical information
✗ Avoids deceptive headlines	

Obrázek 8: NewsGuard upozornění. Zdroj newsguardtech.com, screenshot

Z výše rozepsaných kritérií byl Sputnik schopen splnit pouze dvě, a to jasně označenou inzerci a uvedení autorů článků na webové stránce společně se zájmy vlastníka dezinformačního webu. Podobně jako tomu bylo v české aplikaci *Štít proti hoaxům*, je uživateli umožněno přesměrování na stránku s bližším vysvětlením fungování onoho webu.

Pro bližší pochopení fungování vyhodnocování webů jako nedůvěryhodných autoři poskytují na svých webových stránkách vysvětlení procesu ověřování webů. Ověřování je prací komise, kdy tato komise nejprve podrobí web zkoumání podle již zmíněných kritérií, několik členů komise nezávisle na sobě vypracuje vyhodnocení webu,

které mezi sebou porovnají. Dále se členové komise pokusí kontaktovat majitele zkoumaného webu, aby se vyjádřil k hodnocení svého webu před publikací analýzy autorů. Pokud redaktorům majitel webu poskytne komentář, je zahrnut do písemného posouzení stránky. Hodnocení webů autoři pravidelně aktualizují.<sup>186</sup>

#### 5.6. Komparace aplikací identifikující české dezinformační weby

Aplikace sdílely několik společných charakteristik. Všechny byly bezplatné, dostupné ke stažení z internetového obchodu prohlížeče *Google Chrome*, při instalaci u nich nebyl identifikován žádný problém. Aplikace *Štít proti hoaxům* a *Detektor dezinformačních webů* se řídily databází dezinformačních webů *konspiratori.sk*, kritéria aplikace *MindBrella* pro vyhodnocení webů za dezinformační nebyla autory poskytnuta. Výsledky úspěšnosti v identifikaci dezinformačních webů jsou následující:

	MindBrella	Detektor dezinformačních webů	Štít proti hoaxům
ac.24.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
aeronet.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
cz.sputniknews.com	nedetekováno	detekováno	detekováno
parlamentilisty.cz	nedetekováno	nedetekováno	nedetekováno
protiproud.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
prvnizpravy.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
lajkit.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
svobodnenoviny.eu	nedetekováno	detekováno	detekováno
orgo-net.blogspot.cz	nedetekováno	nedetekováno	detekováno
rukojmi.cz	nedetekováno	detekováno	detekováno
Úspěšnost celkem:	0 %	80 %	90 %

Obrázek 9: Srovnání úspěšnosti dezinformačních webů. Zdroj dat: autor

<sup>186</sup> NEWSGUARD. Rating Process and Criteria. op. cit.

Z analýzy je tedy patrné, že neúspěšnější aplikací, která je k dispozici v české jazykové mutaci, byl *Štít proti hoaxům*. Aplikace *MindBrella* se naopak po testování ukázala jako zastaralá. Rozdíly se objevily v tom, jak aplikace informují o dezinformačních webech. Nejjasněji o dezinformačním webu informovala aplikace *Detektor dezinformačních webů*. Slabinou aplikací bylo, že informovaly pouze o přítomnosti uživatele na dezinformačním webu, nikoli před dezinformací jako takovou.

### 5.7. Komparace kritérií

Aplikace vyskytující se v české jazykové mutaci se řídily pěti kritérii definovanými komisí Konšpirátorů pro označení webové stránky za dezinformační. Označení webů jako dezinformačních bylo rozhodnuto na základě vyhodnocení obsahu daného webu komisí z webu *konspiratori.sk*. Ta však dále nspecifikuje průběh zkoumání webů v posouzení jejich obsahu. Naopak aplikace vyskytující se v anglické jazykové mutaci *NewsGuard* jasně popisuje svůj průběh hodnocení webů. Členové komise z aplikace *NewsGuard* vyhodnocují weby nezávisle na sobě, snižují tedy riziko jejich předpojatosti vůči daným webům. *NewsGuard* navíc dokáže určit weby se satirickým či uživatelským obsahem, toto rozlišení se nevyskytuje v případě aplikací v české jazykové mutaci.

Co se týče kritérií pro vyhodnocení webů jako dezinformačních, *NewsGuard* nabízí komplexnější ohodnocení zkoumaných webů. Zaměřuje se na devět aspektů, které jsou důležité pro seriózní zpravodajství, kritéria jsou vyhodnocena každé zvlášť, následně z výsledků zkoumání autoři aplikace bodově ohodnotí weby a podle bodového ohodnocení rozhodnou, zda je web důvěryhodný, či nikoli. Kritéria jsou spíše obecná, aplikovatelná na více webů s odlišným obsahem. Při zkoumání se autoři zaměřují na míru pravdivosti předkládaných informací, objektivnost a transparentnost webů.

*Konspiratori.sk* se při hodnocení zaměřují spíše na celý obsah webu, tedy které informace se na nich vyskytují nejvíce a zda jsou důvěryhodné, či nikoli. Autoři specifikovali pouze pět kritérií, podle kterých určují weby jako dezinformační. Zároveň jsou kritéria Konšpirátorů více konkrétní. Autoři udávají v kritériích konkrétní zkoumaný obsah webů, např. podvodné léčebné materiály, zavádějící obsah, konspirační teorie, vulgaritu a podněcování k násilí. V pátém kritériu se zaměřují na objektivnost článků a jejich autory. Na rozdíl od aplikace *NewsGuard* stačí v případě Konšpirátorů naplnit pouze jedno z daných kritérií, aby byl web označen za nedůvěryhodný. Na základě

zmíněných aspektů vyhodnocování webů jako nedůvěryhodných se zdá vymezení kritérií na webu *konspiratori.sk* spíše omezené.

V porovnání kritérií, podle kterých aplikace *NewsGuard* a *Konšpirátori* označují web jako nedůvěryhodný, byla vyzorována shoda v několika bodech. Kritéria, na kterých se aplikace shodovala jsou:

- výskyt klamavého, zavádějícího obsahu,
- produkce dezinformací,
- neobjektivnost,
- častý výskyt neznámých autorů článků.

Aplikace fungují tak, že na základě předchozího rozhodnutí výzkumníků označí web za důvěryhodný, či nedůvěryhodný. Aplikace nedokáží identifikovat text článků, pouze web jako takový na základě předchozího výzkumu důvěryhodnosti. Jsou tedy omezeny pouze na známé dezinformační weby, které byly pro svou nedůvěryhodnost již odhaleny, nepoznají však nově se vyskytující dezinformační weby. Dále se nezaměřují na příspěvky publikující uživateli např. na sociální síti Facebook (jak tomu bylo v případě webu *demagog.cz*), pouze na množství sdíleních článků odkazujících na dezinformační weby (konkrétně *MindBrella*). Tyto aspekty limitují aplikace v identifikaci fake news vyskytujících se na internetu a zároveň snižují spolehlivost identifikace falešných zpráv jako takových.

## Závěr:

Bakalářská práce je rozdělena do dvou tematických částí, z nichž jedna část obsahuje obecné a celkové chápání fenoménu fake news čili jeho pojmové vymezení a jeho vliv na zpravodajská média a druhá část práce popisuje způsob obrany proti fake news a bere v potaz kompetence jedince důležité k orientaci v mediálním prostředí i online nástroje, které slouží k automatickému odhalování dezinformací.

První část práce zaznamenala rozdílné pohledy nahlížení na fenomén fake news. Různí autoři vyčlenili z konceptu fake news další pojmy (dezinformace, misinformace, hoax, konspirační teorie, deepfake a alternativní fakta). Rozdíly byly nalezeny převážně v motivaci šířitele, např. v souvislosti s dezinformací se jednalo o motivaci uvést recipienta v omyl, šíření konspirací mělo naopak charakter zasetí nedůvěry, nikoli klamání. V souvislosti s hoaxem se objevil problém ve výkladu tohoto pojmu, kdy neexistoval konsenzus v definicích vybraných zdrojů. V této souvislosti se autoři neshodovali na tom, zda se jedná o pojem synonymní k dezinformaci (Nutil), či pojem přidružený k satíře (Shu a kol.). Často se ve spojení s fake news (i s dezinformačními weby) objevoval motiv manipulace, tudíž by se v tomto kontextu dala manipulace považovat za významný rys fake news. Na základě vybraných zdrojů byly popsány čtyři podoby manipulace. Jmenovitě se jednalo o manipulaci s obrazem (v příp. deepfake), dále manipulaci se slovy nebo emocemi (ta byla častým motivem v souvislosti s dezinformačními weby), manipulaci s obsahem (v příp. fake news, která vytrhla informace z kontextu, či záměrně klamala) a manipulaci s povědomím recipientů (typické pro propagandu).

V souvislosti s nárůstem fake news byla představena specifika jednotlivých zpravodajských médií na digitálním trhu. Bylo by možné tvrdit, že charakteristické tematické omezení seriózních médií zapříčinilo možnou inklinaci recipientů k alternativním zdrojům médií. Podle studie Masarykovy univerzity se však ukázalo, že faktorů přispívajících k nedůvěře v mainstreamová média je více. Důvody, jež respondenti udávali (předpojatost médií či bulvarizace) byly potvrzeny na příkladech z českého i zahraničního prostředí. Vliv fake news byl vyzorován i v souvislosti se zmiňovaným poklesem důvěry v seriózní média. Tato média jsou mnohdy napadána v člancích dezinformačních webů, zároveň jsou jimi matena a fake news se z dezinformačních webů dostávají i do seriózních médií. Může se tedy předpokládat, že

nízká důvěra v média zapříčiňuje nárůst šíření dezinformací. Nejvíce se fake news šíří na sociálních sítích, kde se kromě běžných uživatelů sociálních sítí podílejí na sdílení dezinformací i počítačem vytvoření boti nebo placení trollové. V neposlední řadě byly blíže specifikovány zmíněné dezinformační weby, na nichž byla zaznamenána podpora určité ideologie nebo záměr finančního zisku. Ochrana proti vlivům dezinformací ze strany českého státu byla představena na příkladu BIS, která monitoruje zahraniční hrozby.

Druhá část práce se zabývala větší měrou ochranou proti fake news. Bylo představeno kritické myšlení a v souvislosti s ním mediální gramotnost. V návaznosti na větší přísun informací online by se měla úroveň mediální gramotnosti ve společnosti zvyšovat. Ve zmíněných výzkumech se však ukázal značný nedostatek této gramotnosti. Přitom by se mohla nalézt i korelace s nízkou mediální gramotností a vyšším výskytem fake news online. Proces manuálního ověřování zpráv může být rovněž zdlouhavý, jak tomu bylo demonstrováno na příkladu projektu Demagoga. V kontextu s ověřovacími organizacemi byla rovněž zmíněna hrozba možné předpojatosti ověřovatelů, objevila se tedy otázka, jak jsou na tom s ověřováním zpráv automatizované detektory fake news.

Funkčnost aplikací byla demonstrována na několika dezinformačních webech. Ukázalo se, že pro ověřování dezinformací v širším okruhu zpravodajských webů, tedy na seriózních webech, či dezinformačních webech, které nebyly dosud odhaleny, jsou aplikace velmi omezené. Vybrané aplikace jsou schopny identifikovat web jako dezinformační, nikoli konkrétní aktivitu na onom webu. V souvislosti s aplikací *MindBrella* se rovněž projevila náročnost udržování aplikace, aplikace by se musela pravidelně aktualizovat, aby byla schopna identifikovat dezinformace. Je důležité zmínit, že aplikace by byly vhodným řešením pro odhalování fake news, pokud by fungovaly na principu algoritmů, které by vyhledávaly určitá slova nebo slovní spojení na zpravodajských webech, nikoli na bázi databáze dezinformačních webů.

Zcela na závěr je důležité uvést potřebnost rozšiřování zmíněných kompetencí. Výzkumy poukázaly na nízký důraz na rozvíjení mediální gramotnosti na českých školách. Vzhledem ke zvyšujícímu se zájmu o informace na internetu, malé technologické zdatnosti online nástrojů a možné předpojatosti ověřovacích webů je důležité cvičit mediální gramotnost. Dá se totiž předpokládat, že vývoj správné technologie může trvat déle a že fake news bude přibývat.

## Seznam použité literatury:

- ABBASI, Ahmed a Hsinchun CHEN. A comparison of fraud cues and classification methods for fake escrow website detection. *Information Technology and Management*. 2009, 10(2-3), 83-101.
- ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*. 2017, 31(2), 211-236.
- BANNING, Stephen A. a Kaye D. SWEETSER. How Much Do They Think It Affects Them and Whom Do They Believe?: Comparing the Third-Person Effect and Credibility of Blogs and Traditional Media. *Communication Quarterly*. 2007, 55(4), 451-466.
- BOESE, Alex. *Hroši žerou trpaslíky!: Praktický průvodce světem hoaxů, fake news a dalších bulšitů*. Brno: CPress, 2019. ISBN 978-80-264-2716-2.
- DICE, Mark. *The true story of fake news: how Mainstream Media Manipulates Millions*. San Diego, CA.: The Resistance Manifesto, 2017. ISBN 978-1-943591-03-9.
- DIMMICK, John, Yan CHEN a Zhan LI. Competition Between the Internet and Traditional News Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimension. *Journal of Media Economics*. 2004, 17(1), 19-33.
- DONAVAN, D. Todd, John C. MOWEN a Goutam CHAKRABORTY. Urban Legends: The Word-of-Mouth Communication of Morality Through Negative Story Content. *Marketing Letters*. 1999, 10(1), 23-34.
- FARKAS, Johan a Jannick SCHOU. Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*. 2018, 25(3), 298-314.
- GIEREŁO-KLIMASZEWSKA, Katarzyna. Political Fact-Checking in the Czech Republic on the Example of demagog.cz and manipulatori.cz Portals. *Mediatization Studies*. 2019, 3, 115-135.
- GOLDBERG, Bernard. *Jak novináři manipulují*. Praha: Nakladatelství IDEÁL, 2005. ISBN 80-901017-8-X.
- GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.



- GUERA, David a Edward J. DELP. Deepfake Video Detection Using Recurrent Neural Networks. 2018 15th IEEE *International Conference on Advanced Video and Signal Based Surveillance (AVSS)*. 2018, 1-6.
- HOLONE, Harald. The filter bubble and its effect on online personal health information. *Croatian Medical Journal*. 2016, 57(3), 298-301.
- IRETON, Cherilyn a Julie POSETTI. *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Paříž: UNESCO, 2018. ISBN 9789231002816.
- JANEČEK, Petr. *Černá sanitka a jiné děsivé příběhy: Současné pověsti a fámy v české republice*. Praha: Plot, 2006. ISBN 80-86523-74-8.
- JEAN KENIX, Linda. Blogs as Alternative. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2009, 14(4), 790-822.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- JOHNSON, Thomas J. a Barbara K. KAYE. Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users. *Journal of Media Economics*. 2016, 81(3), 622-642.
- LAZER, David M. J., Matthew A. BAUM, Yochai BENKLER, et al. The science of fake news. *Science*. 2018, 359(6380), 1094-1096.
- LEVITIN, Daniel J. *Weaponized lies: how to think critically in the post-truth era*. New York, New York: Dutton, 2016. ISBN 978-110-1983-829.
- LIAO, Q. Vera a Wai-Tat FU. Beyond the filter bubble. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13*. New York, New York, USA: ACM Press, 2013, 2359-2368.
- MACEK, Jakub, Alena MACKOVÁ, Vassilis PAVLOPOULOS, Veronika KALMUS, C. Michael ELAVSKY a Jan ŠEREK. Trust in alternative and professional media: The case of the youth news audiences in three European countries. *European Journal of Developmental Psychology*. 2017, 15(3), 340-354.
- MCINTYRE, Lee C. *Post-truth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2018. MIT Press essential knowledge series. ISBN 978-026-2535-045.

- MORGAN, Susan. Fake news, disinformation, manipulation and online tactics to undermine democracy. *Journal of Cyber Policy*. 2018, 3(1), 39-43.
- MOTAL, Jan. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5839-2.
- NIKOLOV, Dimitar, Diego. F.M. OLIVEIRA a Filippo MENCZER. Measuring online social bubbles. *Peerj Computer Science*. 2015, 1(38), 1-14.
- NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.
- OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-802-4618-999.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- SHU, Kai, Amy SLIVA, Suhang WANG, Jiliang TANG a Huan LIU. Fake News Detection on Social Media. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*. 2017, 19(1), 22-36.
- SUNSTEIN, Cass R. a Adrian VERMEULE. Symposium on Conspiracy Theories: Conspiracy Theories: Causes and Cures. *The Journal of Political Philosophy*. 2009, 17(2), 202-227.
- TABERY, Erik. *Opuštěná společnost: česká cesta od Masaryka po Babiše*. Praha: Paseka, 2017. ISBN 978-80-7432-849-7.
- TANDOC, Edson C., Zheng Wei LIM a Richard LING. Defining “Fake News”. *Digital Journalism*. 2017, 6(2), 137-153.
- TÁBORSKÝ, Jiří. *V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2014-7.
- TSFATI, Yariv. Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. *American Behavioral Scientist*. 2010, 54(1), 22-42.

## Internetové zdroje:

AKTUÁLNĚ.CZ. Babiš útočí na Českou televizi: Jsou to lži, pořady ČT jsou zmanipulované. *Video.aktualne.cz* [online]. Economia, 2017 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/babis-utoci-na-ceskou-televizi-jsou-to-lzi-porady-ct-jsou-zm/r~03367aeae7cd11e68ad70025900fea04/>

ATLAS KONSPIRACÍ. Aeronet. *Atlaskonspiraci.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://atlaskonspiraci.cz/Aeronet>

ATLAS KONSPIRACÍ. O Atlasu. *Atlaskonspiraci.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: [https://atlaskonspiraci.cz/O\\_Atlasu](https://atlaskonspiraci.cz/O_Atlasu)

BAROJAN, Donara. Understanding bots, botnets and trolls. *Ijnet* [online]. International Center for Journalism, 2018 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://ijnet.org/en/story/understanding-bots-botnets-and-trolls>

BARSOITI, Scott. Weaponizing social media: Heinz experts on troll farms and fake news. *Heinz.cmu.edu* [online]. Pittsburgh: Heinz College [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.heinz.cmu.edu/media/2018/October/troll-farms-and-fake-news-social-media-weaponization>

BBC. Donald Trump v CNN reporter Jim Acosta. *Bbc.com* [online]. BBC, 2018 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-46142355/donald-trump-v-cnn-reporter-jim-acosta>

BERESNEVIČIŮTĚ-NOSÁLOVÁ, Halina. Skandály Barnevernetu nebo spíše skandální prolhanost europoslance? Část I.: Norské případy před ESLP. *Manipulatori.cz* [online]. Manipulátoři.cz, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/skandaly-barnevernetu-nebo-spise-skandalni-prolhanost-europoslance-cast-i-norske-pripady-pred-eslp/>

BĚLOBRÁDEK, Pavel. [Naprostou souhlasím s ...]. In: *Facebook* [online]. 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Belobradek/posts/10157513355424099/>

BIS. Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2018. *Bis.cz* [online]. Bezpečnostní informační služba, 2018 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocnizpravy/2018-vz-cz.pdf.pdf>

BOČEK, Jan. Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo voliči levice. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2017 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/>

BRADSHAW, Samantha a Pilip N. HOWARD. The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. *Oii.ox.ac.uk* [online]. Oxford, 2019 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>

BŘEŠŤAN, Robert. Nahrávka z klíčové porady TV Prima k uprchlíkům: „Vedení televize má názor a vy ho budete respektovat.“. *Hlidacipes.org* [online]. HlídacíPes.org, 2016 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nahravka-z-porady-zpravodajstvi-tv-prima/>

BURIANEC, Jan. Mediální gramotnost je v Česku nízká - pouze čtvrtina dospělé populace v ní dosahuje uspokojivé úrovně. *Stemmark.cz* [online]. Praha: STEM/MARK, 2018 [cit. 2020-06-13]. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/>

CEMPER, Jan. MindBrella: Nový nástroj proti dezinformacím nejen pro vaše rodiče [foto]. In: *Forum24.cz* [online]. FORUM 24, 2018 [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/mindbrella-novy-nastroj-proti-dezinformacim-nejen-pro-vase-rodice/>

CNN. The flat-Earth conspiracy is spreading around the globe. Does it hide a darker core? *Edition.cnn.com* [online]. Cable News Network, 2019 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2019/11/16/us/flat-earth-conference-conspiracy-theories-scli-intl/index.html>

ČESKÁ ŠKOLNÍ INSPEKCE. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018. *Csicer.cz* [online]. Praha: Česká školní inspekce, 2018 [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: [https://www.csicer.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Medialni-vychova\\_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx](https://www.csicer.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Medialni-vychova_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx)

ČEMUSOVÁ, Tereza. Přelomový rozsudek pro kauzu Michalákové. Norové ve Štrasburku prohráli soud o adopci odebraného chlapce. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/michalakova-soud-pro-lidska-prava-strand-loben-norove-prohrali\\_1909101216\\_tec](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/michalakova-soud-pro-lidska-prava-strand-loben-norove-prohrali_1909101216_tec)

ČTK. Mladí vývojáři hledali nástroje proti fake news. Vyhrála aplikace do prohlížeče. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. *Economia*, 2018 [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/mladi-vyvojari-hledali-nastroje-proti-fake-news-vyhrala-apli/r~47a9b662fe2c11e7a4500cc47ab5f122/>

ČT24. Babiš o nezávislosti médií lhal, říkají politici i "jeho" novináři. Místo vysvětlení podal trestní oznámení. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2017 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2108573-babis-o-nezavislosti-medii-lhal-rikaji-politici-i-jeho-novinari-misto-vysvetleni>

ČT24. E-nebezpečí.cz: Hra modrá velryba neexistuje, je to marketingový tah. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2017 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2088216-e-bezpecicz-hra-modra-velryba-neexistuje-je-marketingovy-tah>

ČT24. Na tvorbě sovětských dezinformací se podíleli i Čechoslováci. Tvrdili, že Američané záměrně šíří HIV. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2019 [cit. 2020-01-01]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3004109-na-tvorbe-sovetskych-dezinformaci-se-podileli-i-cechoslovaci-tvrdili-ze-americane>

ČT24. První politik na světě využil v kampani deepfake video. V Indii díky tomu mluvil řečí, kterou neumí. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3054950-prvni-politik-na-svete-vyuzil-v-kampani-deepfake-video-v-indii-diky-tomu-mluvil-rci>

ČT24. Ruská propaganda má své příběhy, říká Vrabel. Třeba že EU je fašistická nebo že liberalismus škodí. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2991728-dezinformace-se-siri-sestkrat-rychleji-nez-pravda-rika-analytik-vrabel>

ČT24. S koronavirem se šíří i hoaxy. Dezinformátoři používají záběry z filmů i reklam *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Česká televize, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/specially/newsroom-ct24/3055508-s-koronavirem-se-siri-i-hoaxy-dezinformatori-pouzivaji-zabery-z-filmu>

DEMAGOG.CZ. O nás. *Demagog.cz* [online]. n.d. [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>

DEMAGOG.CZ. Pavel Bělobrádek: S Jiřím Drahošem jsme spolupracovali 4 roky. *Demagog.cz* [online]. Demagog.cz, 2018 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://demagog.cz/vyrok/17496>

DEMAGOG.CZ. Proč moje děti, jako poslance, mají jezdit z Heřmanova Městce do Chrudimi za dvě nebo tři koruny? *Demagog.cz* [online]. Demagog.cz, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://demagog.cz/vyrok/18217>

DIGITAL NEWS REPORT. Czech republic. *Digitalnewsreport.org* [online]. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020 [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/czech-republic-2020/>

*Disinformation*. In: Cambridge English Dictionary [online]. [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/disinformation>

DRAGOUN, Radek. Politici budou na Facebooku pod kontrolou. Budeme ověřovat, ne mazat, tvrdí experti. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2020 [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/kontrola-pravdivosti-vyroku-politiku-na-facebooku-bude-omeze/r~50f4395aa02711eaaabd0cc47ab5f122/>

DRBOHLAV, Vojtěch. Jak Manipulátoři manipulují a žonglují s fakty. *Echo24.cz* [online]. Echo media, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/Sfb8V/jak-manipulatori-manipuluji-a-zongluji-s-fakty>

DVTD. Pubertákům chybí kritické myšlení, místo mediální gramotnosti řeší školství záhonky, říká Gregor. *Video.aktualne.cz* [online]. Economia, 2018 [cit. 2020-06-20]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtd/pubertakum-chybi-kriticke-mysleni-misto-medialni-gramotnosti/r~01012d824ebb11e894960cc47ab5f122/>

GOLIS, Ondřej. E-mailové lži. Předvolební dezinformace psali a šířili lékař, advokát, důchodce nebo farmář. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2018 [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-e-mail-prezident-volby-drahos-zeman\\_1802090600\\_ogo](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-e-mail-prezident-volby-drahos-zeman_1802090600_ogo)

HAMANN, Götz. Why is Journalism in a credibility crisis? *Zeit.de* [online]. Zeit, 2015 [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-06/journalism-credibility-crisis/komplettansicht>

HASELWANTER, Anna-Katharina. Autofahrer retteten Mann aus brennendem Tesla. *Krone.at* [online]. Krone Multimedia, 2019 [cit. 2020-07-01]. Dostupné z: <https://www.krone.at/2016843>

HISTORY.COM EDITORS. "The great Moon Hoax" is published in the "New York Sun". *History.com* [online]. A&E Television Networks, 2019 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: [history.com/this-day-in-history/the-great-moon-hoax](https://www.history.com/this-day-in-history/the-great-moon-hoax)

HOLCOVÁ, Pavla, Steffi ČERNÁ, Edyta ŽEMĽA, Jakub GODA a Anita KÖMŮVES. Válka slov. *Investigace.cz* [online]. České centrum pro investigativní žurnalistiku, 2017 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.investigace.cz/valka-slov/>

CHLEBOUNOVÁ, Tereza. Jak odhalit dezinformace a fake news? *Euroskop.cz* [online]. Vláda České republiky, 2020 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9003/34673/clanek/jak-odhalit-dezinformace-a-fake-news/>

IROZHLAS. Alternativní média potřebujeme, alternativní fakta rozhodně ne, vysvětluje novinář. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2018 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/alternativni-media-alternativni-fakta\\_1801191633\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/alternativni-media-alternativni-fakta_1801191633_pj)

IROZHLAS. Dezinformační weby pracují s velkými příběhy, říká mediální analytik Šlerka k Atlasu konspirací. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2019 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/josef-slerka-rozhovor-atlas-konspiraci-dezinformace-konspiracni-weby-konspirace\\_1910161225\\_dok](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/josef-slerka-rozhovor-atlas-konspiraci-dezinformace-konspiracni-weby-konspirace_1910161225_dok)

IROZHLAS. Facebook posiluje v boji s fake news. Pravdivost obsahu v Česku bude ověřovat Demagog.cz. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-06-20]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-demagogcz-fake-news-fact-checker\\_2005261413\\_pj](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-demagogcz-fake-news-fact-checker_2005261413_pj)

IROZHLAS. Novičok se nyní vyrábí jen v USA a Česku, měl prohlásit ruský velvyslanec v Británii. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2019 [cit. 2020-06-20]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/novicok-sergej-skripal-vyroba-kauz-milos-zeman-v-cr-v-cesku-jed\\_1904071810\\_ako](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/novicok-sergej-skripal-vyroba-kauz-milos-zeman-v-cr-v-cesku-jed_1904071810_ako)

JADRNÝ, Petr. Fotka prvňáčků z Teplic vyvolala vlnu nenávisti na sociálních sítích. Policie šetří komentáře. *Irozhlas.cz* [online]. Teplice: Český rozhlas, 2017 [cit. 2020-06-

13]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/teplice-zs-plynarenska-fotografie-prvnacci-nenavist-policie\\_1711071614\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/teplice-zs-plynarenska-fotografie-prvnacci-nenavist-policie_1711071614_pj)

JANDA, Jakub a Veronika VÍCHOVÁ. Fungování českých dezinformačních webů. *Evropskehodnoty.cz* [online]. Evropské hodnoty, 2016 [cit. 2020-06-24]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>

JEDEN SVĚT NA ŠKOLÁCH. Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k mediím. *Jsns.cz* [online]. Člověk v tísni, 2018 [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: [https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni\\_gramotnost\\_zaku\\_2018.pdf](https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf)

KREJČÍ, Markéta. Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Hlidacipes.org* [online]. 2017 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-siritelu-fake-news-cesku/>

KREMLIN WATCH. Czechia. *Kremlinwatch.eu* [online]. European Values, 2020 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://www.kremlinwatch.eu/countries-compared-states/czechia/>

KRISTEN, Vojtěch. Krize v Demagog.cz. Děláme banality, šéf nás neposlouchá, říká pro INFO.CZ analytik. *Info.cz* [online]. Info.cz Online Media, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://www.info.cz/strategie/krize-v-demagog-cz-delame-banality-sef-nas-neposloucha-rika-pro-info-cz-analytik-42645.html?fbclid=IwAR2gc2guStHFS1X04bF0VpY7OryuqqNER8adEfnrwTXiqotKa rCZGjPHJYE>

KRISTIAN, Bonnie. Everyone would fall for a Trump deepfake. *Theweek.com* [online]. The Week Publications, 2020 [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://theweek.com/articles/895589/everyone-fall-trump-deepfake>

KONŠPIRÁTORI.SK. Hodnotiaca komisia. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/komisia.php>



KONŠPIRÁTORI.SK. Kritéria na zaradenie stránky do databázy. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>

KONŠPIRÁTORI.SK. Prečo vznikla táto iniciatíva. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-22]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/dovod-vzniku.php>

KONŠPIRÁTORI.SK. Zoznam stránok so sporným obsahom. *Konspiratori.sk* [online]. NetSuccess, n.d. [cit. 2020-06-21]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>

MARKOVÁ, Zuzana a Ondřej NOVÁK. Koronavirus a dezinformace: zázračný lék zatím není, česnek a další babské rady raději nezkoušejte. *IROZHLAS* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/veda/koronavirus-covid-19-dezinformace\\_2003311723\\_sot](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/veda/koronavirus-covid-19-dezinformace_2003311723_sot)

MEDIAGURU. Nejčtenější zůstává Blesk, žádný placený deník čtenost nezvýšil. *Mediaguru.cz* [online]. Mediaguru, 2020 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/nejctenejsi-zustava-blesk-zadny-placeny-denik-ctenost-nezvysil/>

MOTAL, Jan. Dokážou česká média zvládat nápor chaosu, jenž provází krize? *Nfnz.cz* [online]. Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2020 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/videogalerie/jan-motal-dokazou-ceska-media-zvladat-napor-chaosu-jenz-provazi-krize/>

MURTHA, Jack. How fake news sites frequently trick big-time journalists. *Cjr.org* [online]. Columbia Journalism Review, 2016 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: [https://www.cjr.org/analysis/how\\_fake\\_news\\_sites\\_frequently\\_trick\\_big-time\\_journalists.php](https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php)

NEWSGUARD. Our Team. *Newsguardtech.com* [online]. NY: NewsGuard Technologies, n.d. [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://www.newsguardtech.com/about/team/>

NEWSGUARD. Rating Process and Criteria. *Newsguardtech.com* [online]. NY: NewsGuard Technologies, 2020 [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://www.newsguardtech.com/ratings/rating-process-criteria/>

NOVOTNÁ, Alena. "Blbost ilustrovaná nicotností." Proč Česká televize opět ostrouhala? *Cz.sputniknews.com* [online]. Sputnik, 2020 [cit. 2020-06-18]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/nazory/2020011411249894-blbost-ilustrovana-nicotnosti-proc-ceska-televize-opet-ostrouhala/>

POLÁK, Michal. Nechceme žít v přemalovaném kravíně, řekl podle TV Prima irácký uprchlík. Televize je terčem kritiky. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2016 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/nehceme-zit-v-premalovanem-kravine-rekl-podle-primy-iracky/r~b2bdd436d19911e5bb3a0025900fea04/>

RVP ZV\_2017\_červen.pdf, MŠMT ČR. *Msm.cz* [online]. MŠMT, 2017 [cit. 13.06.2020]. Dostupné z: <https://www.msm.cz/file/43792/>

SAMEK, Tomáš. Bulvarizace českých médií je obrovská, varuje antropolog Samek. *Univerzitas.cz* [online]. Univerzitas, 2017 [cit. 2020-06-15]. Dostupné z: <https://www.universitas.cz/osobnosti/186-bulvarizace-ceskych-medii-je-obrovska-varuje-antropolog-samek>

SEDLÁČEK, Štěpán. Facebook bude mazat upravená a manipulativní videa. Chce tak bojovat proti deepfakes. *Irozhlas.cz* [online]. Český rozhlas, 2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/facebook-deepfakes-vidео-mazani\\_2001071824\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/facebook-deepfakes-vidео-mazani_2001071824_pj)

SOUKUP, Ondřej. Lži jako výnosný byznys. Studenti šířili fake news, vydělali si na byt na Manhattanu. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. Economia, 2019 [cit. 2020-01-11]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/lzi-jako-milionovy-byznys-studenti-sirili-fake-news-vydelali/r~3c58a82c853011e9ae850cc47ab5f122/>

STUDENTA. Myslete kriticky! Jak, to prozradí lektor kritického myšlení. *Studenta.cz* [online]. Economia, 2018 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/life/myslete-kriticky-jak-to-prozradi-lektor-kritickeho-mysleni/r~b8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>

ŠLERKA, Josef. Typologie domácích zpravodajských webů. *Mapamedii.cz* [online]. Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2018 [cit. 2020-06-17]. Dostupné z: <http://www.mapamedii.cz/mapa/typologie/index.php>

TRANSPARENCY.CZ. Odpověď Transparency International Česká republika Andreji Babišovi a holdingu Agrofert. *Transparency.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-06-29]. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/odpoved-transparency-international-ceska-republika-andreji-babisovi-a-holdingu-agrofert/>

VÍCHOVÁ, Veronika. Manipulační techniky dezinformačních webů. *Evropské hodnoty* [online]. Evropské hodnoty, 2016 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/07/Manipula%C4%8Dn%C3%AD-techniky.pdf>

VŘEŠŤÁLOVÁ, Dominika. Trollové si vydělávají urážením Evropy a pak tam jezdí, říká ruská novinářka Savčuková. *Ct24ceskatelevize.cz* [online]. Praha: Česká televize, 2019 [cit. 2020-06-14]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2942969-trollove-si-vydelavaji-urazenim-evropy-a-pak-tam-jezdi-rika-ruska-novinarka-savcukova>

WATSON, Amy. Fake News - Statistics & Facts. *Statista.com* [online]. Statista, 2020 [cit. 2020-06-19]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/3251/fake-news/>

WILLIAMS, Zoe. What is an internet troll? *Theguardian.com* [online]. The Guardian, 2012 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2012/jun/12/what-is-an-internet-troll>

YALE UNIVERSITY. Our story. *Ocs.yale.edu* [online]. Yale University, n.d. [cit. 2020-06-25]. Dostupné z: <https://ocs.yale.edu/get-advice/yale-journalism-initiative>

ZDECHOVSKÝ, Tomáš. Manipulatori.cz se místo fact-checkingu vypisují z vlastních komplexů. *Zdechovsky.blog.idnes.cz* [online]. MAFRA, 2019 [cit. 2020-06-30]. Dostupné z: <https://zdechovsky.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=736218>

ZLATKOVSKÝ, Michal a Petr KOČÍ. Žebříček českých neověřených článků: dezinformační texty mají nad pravdivými navrch. *Interaktivnirozhlaz.cz* [online]. Český rozhlas, 2016 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/dezinformace/>

## Seznam obrázků:

Obrázek 1: upozornění na dezinformační web. Zdroj: Detektor dezinformačních webů, screenshot .....	51
Obrázek 4: pozitivní nález s upozorněním. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot .....	53
Obrázek 3: pozitivní nález. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot .....	53
Obrázek 2: žádný nález. Zdroj: Štít proti hoaxům, screenshot.....	53
Obrázek 5: MindBrella. Foto: Jan Cemper, upraveno.....	54
Obrázek 6: Facebooková stránka webu cz.sputniknews.com. Zdroj: facebook.com/cz.sputnik/, screenshot .....	55
Obrázek 7: NewsGuard rozdělení webových stránek. Zdroj: newsguardtech.com, screenshot .....	56
Obrázek 8: NewsGuard upozornění. Zdroj newsguardtech.com, screenshot.....	58
Obrázek 9: Srovnání úspěšnosti dezinformačních webů. Zdroj dat: autor.....	59