

NEJLEPŠÍ KNIHA O
FAKE NEWS
DEZINFORMACÍCH A MANIPULACÍCH!!!

 P R E S S

BRNO
2018

OBSAH

Předmluva	4
1. Čemu čelíme?	7
Fake news, dezinformace a fámy	8
Kde se dezinformace vzaly?	9
Historické příklady dezinformací	10
Propaganda	14
Historie pojmu propaganda	17
Propaganda napříč historií	18
2. Jak DOSTAT DEZINFORMACE K LIDEM.....	33
Stručná historie médií: od hliněných tabulek k ARPANETU a ještě dál	34
Média a „gatekeeperi“ aneb co vše si (ne)můžeme přecíst	40
3. Doba internetová.....	43
Hoaxy	45
Dezinformace a fake news.....	46
Konspirační teorie aneb kdo může	49
Jak přesvědčit babičku, že jí ilumináti nekradou důchod	52
Moc sociálních sítí	53
4. Manipulace	57
Máte Zdroje? A mohl bych je vidět?	59
Svalování viny a nálepkování?	61
Možná se tak narodila, možná je to Photoshop	63
Hra s emocemi.....	72
Chyby	74
5. Proč a jak to funguje	77
Jak funguje náš mozek	79
Jak propaganda a dezinformace využívají našich slabín	85
Kde je pravda, #nevím	86

Dav a masovost jako argument i nástroj	89
Bídna práce naší paměti se zdroji.....	93
Proč nevěříme médiím?	98
Zpochybňujeme experty a zároveň jsme každý expertem	108
Informační a sociální bubliny	112
Nedostatek kritického myšlení a mediální gramotnosti	120

6. Jak se tomu bránit.....123

Jak se s tím může poprat každý z nás	124
Občanská společnost	126
Média	131
Politici	136
Místo závěru.....	140
Zdroje obrázků.....	142

6.

JAK SE TOMU
BRÁNIT

JAK SE S TÍM MŮŽE POPRAVIT KAŽDÝ Z NÁS

Mohli bychom říct: ničemu nevěřme! Ale už jste asi pochopili, že to smyslem této knihy není, a hlavně bychom nebyli o nic lepší než všichni dezinformátoři. Vidět za vším zákeřně spiknutí rozhodně není projevem zdravé skepse. Takže naše rada zní: používejme mozek a uvažujme kriticky. Pravděpodobně si říkáte, že to není o moc lepší rada, tak si trochu popíšme, co tím máme na mysli a čím se řídíme i my. V tomto místě je dobré zopakovat, že stoprocentní recept na to, jak se nenechat napálit, neexistuje. Kdyby to bylo tak jednoduché, propaganda a dezinformace by neměly šanci. Průběžně jsme v celé knížce dávali různé rady a tipy, které nám mohou situaci usnadnit a pomoci, abychom si byli během každodenního procesu přijímání informací trochu jistější v kramflecích. Samozřejmě budeme rádi, pokud si naše rady zapamatujete, ale ještě mnohem více nás potěšíte, když je budete trénovat a používat. Jedině tak vycvičíme náš mozek a jeho schopnost kriticky myslet. Je to jako s hubnutím. Všichni víme, že ke zhubnutí je potřeba upravit jídelníček a cvičit. Všechny ty zaručeně účinné pilulky, které práci udělají za nás, zatímco my sedíme u televize a cpeme se brambůrkami, prostě nefungují. Kdyby totiž fungovaly, nemusíme se dívat v posilovnách a na běžeckých oválech a všichni jsme jak ze žurnálu. A stejně tak neexistuje pilulka, která by nám z hlavy odplavovala blábol, které si někde přečteme. Takže si pojdme shrnout základní pravidla.

V první řadě je dobré mít na paměti, že existují dvě možnosti, jak někdo může psát o nějaké události (to se týká především médií). Jedním typem jsou zprávy, které obsahují fakta, jak je zaznamenali svědci události. Taková zpráva by měla být prostá všech hodnotících soudů, komentářů nebo domněnek. Druhý typ zprávy potom fakta může rozvíjet, analyzovat, hodnotit. Platí ale, že autor takové zprávy by měl čtenáři představit dostupná fakta a až potom komentovat. A hlavně tím, že představí různé pohledy na věc, by měl dát čtenáři prostor pro jeho vlastní názor. Všichni cítíme, že tady už je samozřejmě i terén pro manipulaci, ale to ještě neznamená, že tu manipulace skutečně je. Kvalitní zpráva nás nechává, abychom si názor utvořili sami, propagandistická a dezinformační zpráva nám postoj podsouvá.

Obecně se dobře napsaná zpráva pozná podle několika indicií: autor je podepsán, text je věcný a srozumitelný, zdroje jsou dohledatelné. Naproti tomu

dezinformace mají autora většinou neznámého, používají neaktuální a nepřesné údaje nebo rovnou falešná data. Pokud se ve zprávě vyskytnou odkazy na zdroje, je dobré je zkusit ověřit. Často se v případech dezinformačních zpráv totiž stává, že uvedené zdroje ve skutečnosti neexistují anebo se média odkazují na sebe navzájem a pohybují se v bludném kruhu. V některých případech se autoři ohledně zdrojů ani neobtěžují. Špatně je také to, pokud je zdrojem někdo nebo něco, odkud pravidelně proudí nesmysly. Odvolává-li se zpráva na experta, rozhodně stojí za to se mrknout, zda expert vůbec existuje a zda se dané oblasti věnuje. A jak odhalit zcela falešnou zprávu? To se samozřejmě dělá hůře, ale úplně beznadějně to také není. O velkých věcech určitě píšou velká média, o těch menších ta regionální. Tvrdí vám, že začala třetí světová válka? A nikde se o tom nelze dočíst? Čím to asi bude?

Strhávejme nálepky. Pokud zpráva obsahuje hanlivé výrazy, zjednodušující označení, zahodme je. Pokud zbyde něco věcného, podívejme se, jestli se vlastně objevují nějaké věcné argumenty, které mají hlavu a patu (a je jedno, jestli s nimi souhlasíme, či nikoliv). Dezinformace jsou často výkřiky bez ladu a skladu, a když se začneme pít po argumentech, zjistíme, že chybí. Celkově radíme: pátrejme a ptejme se po argumentech, pokud nám někdo něco „vnucuje“. Jak v médiích, tak při rozhovoru s kamarády. Ať už u piva nebo na Facebooku. Nebojme se zeptat, proč si to někdo myslí, jak si vysvětluje to, co říká či píše. Řada našich postojů je založena na silném přesvědčení, ale jinak stojí na vodě. Když se zeptáme, proč si někdo něco myslí, možná dojdeme k tomu, že vlastně neví, proč si to myslí, a jen to někde slyšel. Navíc ti, co nás chtějí ošálit, spoléhají na naši pohodlnost, že se na hlubší vysvětlení nebudeme ptát, protože se nám zrovna dneska nechce přemýšlet. Jenže silný pocit z nikoho odborníka nedělá. A to platí nejen o těch druhých, ale i o nás samotných. Buďme hlavy otevřené a vyslechněme si názory protistrany. Vystupme z naší bubliny. Vystavení se názorům a myšlenkám lidí s odlišnými názory může být někdy pěkná otrava, ale někdy naopak obohacující. Jednak zjistíme, že všichni nemají stejný názor jako my (to jen žijeme v informační a sociální bublině), a také můžeme zjistit, že věci se mají možná trochu jinak, než jak jsme si mysleli. Anebo naopak, ještě více se utvrdíme v našem názoru. Nic není špatně. Minimálně trochu potrápíme naše mozkové závity, aby nezrezly. Ano, ano, to je ten trénink.

Dejme si také pozor na emoce, které v nás zpráva vyvolává. Není to náhodou záměr? Když si čteme blog člověka, který se v příspěvku rozčiluje nad špatnou kvalitou potravin v českých supermarketech, je logické, že to bude emotivní čtení. Navíc blogy jsou ze své podstaty o názorech. Ale předkládá-li autor nějaká fakta a argumenty, je dobré se u nich zastavit, trochu zchladnout a zapnout mozek. Fakticky může jít totiž o naprosté bludy, které si autor vymyslel, a může obviňovat

někoho, kdo je v tom nevině. Protože jsme však najeli na autorovu emoční vlnu, fakta už nás nezajímají. Souhlasně potřásáme hlavou. „Pod to bych se podepsal, moje slova.“ Příspěvek nasdílíme na svůj Facebook, naše sociální bublina zatleská a my tak třeba nevědomky přispějeme k rozšíření hoaxy. Jenže ten může zničit někoho, na jehož bedra jsme naložili vinu, aniž bychom si vůbec ověřili, zda tím viníkem skutečně je. Jsme prostě emotivní bytosti a pocity hrají při našem rozhodování velkou roli. Tak proč by toho dezinformátor nevyužil.

Se zajímavou rychlou příručkou přišel *Jeden svět na školách*, vzdělávací organizace spadající pod již zmíněného *Člověka v tísni*. Tato příručka sestává z pěti klíčových otázek, které bychom si měli umět položit při čtení mediálního obsahu.

Tyto otázky jsou:

- **KDO:** Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení? Můžu si o něm něco dohledat? Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?
- **CO:** Co je obsahem sdělení? Jsou ve sdělení uvedeny zdroje? Jaké názory a hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Jaké informace naopak ve sdělení chybí?
- **KOMU:** Které cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemci dostává a jak se šíří? Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?
- **JAK:** Jak se sdělení snaží upoutat pozornost? Jaký je jazyk a forma sdělení a proč? Jaké emoce se ve mně sdělení snaží vyvolat?
- **PROČ:** Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení užitek?

Moderní manipulace jsou sofistikovanější než kdy dřív a nepozorný čtenář se může stát snadnou obětí. A konzumovat nekvalitní články a další mediální obsah může být pro člověka často stejně škodlivé jako konzumovat nekvalitní potraviny. Než si v obchodě vyberete šunku, taky se podíváte, kolik obsahuje masa a kdo je jejím výrobcem – jestli to není jen samá mouka a někdo vás nevodí za nos. Zkuste si začít klást podobné otázky i u mediálního obsahu. Rozdíl zaručeně poznáte.

OBČANSKÁ SPOLEČNOST

Občanská společnost by měla být tím důležitým prvkem, který čelí dezinformacím. Můžeme vidět na příkladech států, jako jsou třeba Finsko a Švýcarsko, které mají

silnou a vzdělanou občanskou společností, že dezinformacím a propagandě se zde nedaří zdaleka tolik jako ve státech, které tuto silnou a uvědomělou společnost postrádají. Například finská verze dezinformačního webu Sputnik se vůbec neuchytila a záhy ukončila svou činnost. Jak je na tom Česká republika? Zdá se, že nic moc. Stále dosud relativně nedávná historická zkušenost s komunismem poznamenala českou společnost na dlouhou dobu a ještě nějakou chvíli potrvá, než se občanská společnost dostane na takovou úroveň, abychom byli schopni se sami aktivně bránit škodlivému vlivu dezinformací a propagandy. K tomu však bude také třeba trochu aktivnější přístup, než jaký jsme prokázali v uplynulých téměř třiceti letech. Nicméně i v České republice máme několik skvělých projektů a organizací, které se této problematice aktivně věnují a dělají to nejdůležitější – osvětu a vzdělávání společnosti.

Jedná se o projekty, které vznikly ve vysokoškolském či neziskovém sektoru. Propagandu a dezinformace totiž nezastavíme pouze zákazy, cenzurou nebo mazáním příspěvků na sociálních sítích. Naopak. Tyto postupy jsou často spíš kontraproduktivní – co myslíte, že se stane, když bude zakázán web, který sám sebe vykresluje jako médium sdílející pravdu, kterou se nám mainstreamová média snaží utajit? Přesně tak, zákazů využije jako důkazu o své pravdě a nejspíš za dva dny bude fungovat na jiné doméně s ještě větší houževnatostí. Nejlepší cestou se tak jeví právě vzdělaná společnost, která nesmysly a manipulace rozpozná a nenechá se jimi polapit. Říkáme nejlepší cestou, ale zároveň víme, že se jedná o cestu nejsložitější a časově nejnáročnější, takže ji řada z nás nechce podstoupit. Především v dnešní uspěchané době, kdy je zapotřebí vidět výsledky ihned, se snažíme hledat recepty, jak propagandu, dezinformace a hoaxy zastavit co nejdřív, včera už totiž bylo pozdě. Vzdělávání celých generací je mravenčí a pomalá práce, která vyžaduje trpělivost. A té se nám jako jedincům a společnosti, ale ani politickým elitám po hříchu nedostává. Dost často se proto pokoušíme jasně zákonitosti přechytračit zkratkami a vylepšeními, abychom záhy zjistili, že jsme si tím moc nepomohli. Rychlá řešení na úkor systematického vzdělávání, kterému není věnována dostatečná pozornost, prostě dobrým receptem nejsou.

Aktivitu přicházející „odspodu“ od lidí jsou v této problematice zpravidla lepší a mají větší šanci na úspěch než státní projekty a zásahy. Ty totiž často ve společnosti vyvolávají negativní ohlasy, viz výše zmíněný příklad se zákazem dezinformačního webu. Mnohdy pak čteme a slycháváme, že se jedná o cenzuru či propagandu. A věřte, že o tom víme své. S projektem *Zvol si info* jsme si toho taky vyslechli až až. Třeba v diskusích pod internetovými články nebo na našem Facebooku. Dočetli

jsme se, že *Zvol si info* je americká propaganda, která je placená Georgem Sorošem, nebo že jsme „horší jak komunisti“. Nálepka a nadávek je spousta, řadu z nich ani nelze uvést. Holt plout v záplavě dezinformací a propagandy je často psychicky náročné, bojovat proti nim pak ještě těžší.

Ale není vše tak černé. V České republice máme celou řadu příkladů, které nám ukazují, že pokud se zapojí organizace jako knihovny, sdružení učitelů (*Občankáři*) či kvalitní neziskové organizace (*Člověk v tísni* se svým projektem *Jeden svět na školách*), můžeme skrze pozitivní zkušenost a důvěryhodnost těchto organizací dospět k dobrým výsledkům.

V posledních letech se u nás objevuje hodně možností, iniciativ a nástrojů, jak prostřednictvím občanské společnosti dovzdělávat společnost, aby byla odolnější proti propagandě a dezinformacím. Nyní vám některé z nich představíme trochu blíže. Pokud to alespoň jednoho z vás, čtenářů, motivuje, abyste se o jejich činnost začali zajímat, pokud to alespoň pro jednoho z vás budou zajímavé informace, pak tyto stránky mají smysl. A kdo ví, třeba vás to dovede k vlastní iniciativě.

Zvol si info

Dovolíme si začít naším vlastním dítkem, projektem *Zvol si info*. Ten vznikl v září roku 2016 na Katedře politologie Masarykovy univerzity. Začínali jsme jako projekt devíti studentů, kteří se v rámci kurzu vedeného Petrou Vejvodovou a Milošem Gregorem zúčastnili mezinárodní soutěže *Peer to Peer: Challenging Extremism*. Smyslem *Zvol si info* už od počátku bylo vzdělávat zejména středoškolské studenty v oblasti kritického myšlení a mediální gramotnosti. Se středoškoláky je ta potíž, že není snadné je zaujmout. Proto vznikl *Surfařův průvodce internetem*, který odlehčenou formou a jazykem blízkým teenagerům představuje pět základních manipulativních technik moderní propagandy. O nich jste si mohli přečíst i v této knize. Vedle průvodce jsme připravili přednášku, ve které na názorných ukázkách a příkladech jednotlivé techniky ukazujeme, jak je rozpoznat a jak na ně reagovat. Následně jsme vyrazili na přednáškové turné po základních a zejména pak středních školách. Pro představu: za přibližně půl roku existence *Zvol si info* se uskutečnilo 50 přednášek pro více než 2400 školáků základních a středních škol. A jelikož řada nesmyslů a manipulací se šíří po sociálních sítích, *Zvol si info* funguje i na Facebooku. Za projekt jsme obdrželi cenu *Gratias Tibi* v kategorii mladí lidé do 30 let a v rámci mezinárodní soutěže *Peer to Peer* jsme se umístili na čtvrtém místě z přibližně 150 univerzitních projektů celého světa. Zatím posledním oceněním je třetí místo v evropském kole soutěže OBSE.

Demagog

Odhalování dezinformací se svým způsobem věnuje i projekt Demagog, který funguje krom České republiky také na Slovensku a v Polsku. I tento projekt, jehož historie sahá do roku 2012, mají na svědomí studenti politologie z Masarykovy univerzity. Od té doby se však osamostatnil a nyní působí zcela nezávisle. Jeho činnost spočívá v odhalování nepravdivých výroků a závazků ze strany politiků nebo jiných veřejných osob, v tzv. fact checkingu. Nejedná se tak o projekt orientovaný na propagandu či dezinformace, ale ruku na srdce – ony se ty nepravdivé výroky politiků od dezinformací někdy zas tolik neliší. Demagog se zaměřuje zejména na diskusní relace, které jsou v obecné rovině zajímavé i rolí moderátora. Ten v nich zastává důležitou úlohu při korigování fakticky nesprávných výroků politiků. Což se, diplomaticky řečeno, ne vždy daří. Politici totiž nezřídka operují informacemi zkreslenými, účelově vytrženými z kontextu, neúplnými nebo přímo lživými. Moderátoři o tom však často nevědí, neboť jim samotným chybí bližší informace o dané věci. V důsledku politikovi nedokážou efektivně, jednoznačně a ihned oponovat nebo ho korigovat. Cílem Demagogu je v jistém smyslu doplnit tuto chybějící práci moderátorů, podobně tak i upozorňovat na manipulativní zacházení s fakty ze strany politiků. Nevýhodou projektu je, že z podstaty věci není možné ověřování fakt stíhat v reálném čase, takže se ověřené výroky na webu Demagogu objeví vždy až se zpožděním po odvysílání relace. Tou dobou už jim ale veřejnost nemusí věnovat pozornost.

Jeden svět na školách (Člověk v tísní)

Člověk v tísní je česká nevládní organizace. Vznikla v roce 1992 a její součástí je nejen humanitární a rozvojová pomoc, podpora lidských práv či sociální integrace, ale také vzdělávání a osvěta v různých oblastech. A právě za účelem osvěty vznikl festival dokumentárních filmů *Jeden svět*, ze kterého následně vzešel i vzdělávací program *Jeden svět na školách* (JSNŠ). Ten již od roku 2001 poskytuje výukové materiály především v audiovizuální podobě. S materiály *Jednoho světa na školách* pracují učitelé a žáci na více než 3600 základních a středních školách. Jedním z jejich projektů je také mediální vzdělávání. V současnosti můžeme na stránce www.jsns.cz najít 23 audiovizuálních lekcí, přičemž ke každé z nich jsou minimálně tři aktivity, otázky a odpovědi a další doporučené materiály, se kterými mohou učitelé se žáky pracovat. K materiálům má přístup každý, stačí se registrovat. Dále také v roce 2017 JSNŠ zpracoval analýzu toho, jak je vyučována mediální výchova

na českých středních školách, o které jsme se zmiňovali v kapitole věnované nedostatku mediální gramotnosti a kritického myšlení. Velkým přínosem JSNŠ je šíře a snadná dostupnost materiálů, které jsou profesionálně zpracovány a jsou k dispozici pro učitele, kteří je mohou libovolně využívat ve své výuce.

Manipulátoři.cz

Slogan tohoto publicistického webu hovoří sám za sebe: „Hoaxy, manipulace a propaganda pod lupou“. Manipulátoři věří, že diskuse není boxerský zápas a že skrývání fakt nemůže přinést nic dobrého. Svá tvrzení nestaví na domněnkách a předsudcích, ale na ověřených a ozdrojovaných faktech. Dalo by se říci, že tento projekt představuje příklad dobré praxe toho, jak by mělo vypadat kritické myšlení a mediální gramotnost v praxi. Na webových stránkách můžeme najít studie na různá témata, odhalené hoaxy a obecně velkou spoustu článků, které by neměly uniknout nikomu, kdo to s kritickým myšlením a odhalováním dezinformací myslí vážně.

StopFake.org

Jedná se o portál zaměřený na odhalování dezinformací a propagandy na Ukrajině. Existuje v několika jazykových mutacích (kromě původní angličtiny a ruštiny je zde také na výběr polština, španělština apod.) a jak uvádí na svých webových stránkách: „Hlavním cílem projektu je ověřování fakt a vyvracení ověřitelných dezinformací o dění na Ukrajině, které se objevují v médiích. Postupně se web stal také platformou pro analýzu kremelské propagandy ve všech jejích aspektech a projevech. Kromě vlivu propagandy na Ukrajinu se také snažíme sledovat její dopad na jiné země a regiony – od Sýrie a Turecka přes státy Evropské unie a postsovětského prostoru.“ StopFake představuje nevládní iniciativu, do níž se zapojují především novináři.

Hoax.cz

Jak je již z názvu patrné, tento portál a iniciativa se přímo zabývá hoaxy a jejich vyvracením. Cílem projektu je informovat uživatele o hoaxech, se kterými se denně setkáváme a které znepříjemňují nebo ohrožují naše běžné používání internetu, a v konečném důsledku mohou ovlivňovat naše smýšlení o světě. Najít zde můžeme přehlednou databázi všech hoaxů, které se objevily ve větší míře na českém internetu. Hoax je vždy popsán a je ukázáno, jestli se objevuje i v jiných

verzích. To je doplněno komentářem a vyjádřením odborníka, který věci uvádí na pravou míru. Jedná se o dobrý základ pro argumentaci o hoaxech a zároveň kvalitní zdroj informací.

Občankáři

Asociace učitelů občanské výchovy a společenských věd je organizací sdružující učitele, kterým již nevyhovovala nekoncepční práce s jejich předměty. Sami na svých stránkách píší, že jako nejzásadnější hrozbu a důvod svého vzniku shledávají snižování občanského (sebe)vědomí a schopnosti orientovat se v současném světě a společenském dění. A to u žáků všech typů škol. Zaměřují se na podporu samotných učitelů, jejich profesní rozvoj a otevřenou spolupráci mezi školami a mezi učiteli. Na jejich stránkách se nacházejí desítky vzdělávacích materiálů dotýkajících se občanské výchovy a společenských věd, samozřejmě včetně mediální výchovy.

Knihovny

Jsme země, která má 5353 knihoven, které za rok 2016 navštívilo neuvěřitelných 23 400 000 návštěvníků. To je, jako kdyby každý z nás včetně nemluvňat zašel ročně dvakrát do knihovny. Nebo ještě jinak: průměrně máme jednu knihovnu na asi 1970 obyvatel. V tomto patříme mezi světovou špičku. Knihoven máme víc než základních škol. Právě obliba veřejných knihoven jako místa, kde se nejen půjčují knihy, ale také pořádají přednášky a konference, je výborným předpokladem, aby se v nich krom jiného více mluvilo i o kritickém myšlení a mediální gramotnosti. Dobrým příkladem je třeba Městská knihovna Třinec, která pořádá workshopy zaměřené na mediální gramotnost nejen pro samotné studenty, ale také pro učitele, veřejnost nebo jiné knihovníky z menších měst.

MÉDIA

Do října roku 2016 byl pojem fake news pro většinu světa neznámý. Nikdo o něm nemluvil, nikoho falešné poplašné zprávy netrápily. Program Google Trends nám ukazuje, že první známky zvýšené frekvence vyhledávání tohoto termínu na vyhledávací Google zaznamenáváme právě v době vrcholící prezidentské kampaně v USA – tedy v říjnu 2016. Jenže od té doby se mnohé změnilo a dnes má řada z nás

problém rozeznat opravdové zprávy od těch falešných. Za fake news, tedy falešné zprávy, dnes každý označuje, co se mu líbí.

Termínu fake news je čím dál více skutečně všude plno a používá ho kdekdo od amerického propagandistického webu Breitbart News až po amerického prezidenta Donalda Trumpa. Ten se na jedné ze svých tiskových konferencí neostýchal osočit reportéra CNN slovy: „Vaše médium je fake news.“ Termínem se ohánějí i seriózní média jako BBC, CNN nebo Guardian. Také v českém mediálním prostoru je fake news oblíbeným termínem. Mezi nejčastější protagonisty termínu patří Jiří Ovcáček, který tak nálepkuje de facto každou nepříznivou zmínku o Miloši Zemanovi. S termínem operují mainstreamová média jako Aktuálně.cz nebo Lidové noviny. Každý si pod ním něco představí, ale každý mu rozumí jinak. Základem úspěšného poražení falešných zpráv v žurnalistice je jasná a srozumitelná definice, se kterou budou pracovat všichni napříč mediálním a politickým spektrem. Což, jak sami asi uznáte, bude pěkný oříšek.

Situaci nám usnadní, když si vzpomeneme, že termín fake news vznikl na základě konkrétního a snadno identifikovatelného fenoménu. Během amerických prezidentských voleb v roce 2016 jistí vtipálci zjistili, že na sociálních sítích mohou zaujmout široké publikum vymyšlením senzačních příběhů. Ty pak našly odezvu u té části Američanů, kteří byli dlouhodobě nespokojení a ve vymyšlených „zprávách“ konečně našli ono kýžené potvrzení vlastního vidění světa. Tyto falešné zprávy svým stylem a zpracováním budily dojem seriózních zpráv a vyskytovaly se na webech vypadajících jako skutečné zpravodajské servery nebo politické blogy.

Poté co se tento termín dostal do národního a mezinárodního prostředí, začal nabývat podoby obušku na média kvůli jejich nejrůznějším přešlapům. V Americe začala mainstreamová média stírat rozdíl mezi vymyšlenými zprávami, konspiračními teoriemi a radikálně-pravicovými názory tím, že všechny tyto publikované materiály házela na jednu hromadu s označením fake news. Když americký prezident Trump tweetnul, že svým přičiněním zabrání, aby se továrna automobilky Ford přesunula z Kentucky do Mexika, spousta jeho kritiků to začala označovat za fake news. Jak se nakonec ukázalo, tweet to byl zavádějící, ale měl reálný základ. I pokud by byl vymyšlený, tak smyšlené výroky politiků nejsou fake news. Jsou to obyčejné lži. Fake news jsou něco jiného a média by si toho měla být vědoma.

Klikání jako palivo fake news

Velkým problémem znesnadňujícím boj s dezinformacemi je inzertní systém na internetu založený na počtu kliků na jednotlivé články. Základní mediální

metrikou už nejsou prodané výtisky nebo přečtené články, ale právě kliky. Tedy to, kolikrát jsme na daný článek klikli. Na základě toho se totiž většinou počítá a platí internetová reklama. Kliky se staly silným argumentem obchodních manažerů při jednáních s potenciálními inzerenty. Čím víc kliků, tím lépe, protože znamenají větší publikum pro jejich reklamy umístěné na jednotlivých zpravodajských serverech. Od toho se následně odvíjí uvažování a fungování celého redakčního osazenstva. Závody o to, kdo bude první v soutěži reklamních výnosů, jsou spojené s rychlými a mnohdy nepřilíhajícími promyšlenými rozhodnutími, jejichž výsledkem jsou chyby, které ubližují důvěře veřejnosti v média.

Nejhorší na tom je, že přesně takové prostředí vyhovuje fake news a jejich tvůrci v disciplíně o co největší počet kliků porážejí tradiční média a seriózní zpravodajství. Digitální prostředí sociálních sítí a internetu už ze své podstaty zvýhodňuje senzační a emotivní titulky s do očí bijícími a zavádějícími fotkami, protože čím více je sdělení skandální, tím více lidí si jej všimne a klikne na něj. Toho si všímá algoritmus Facebooku nebo Googlu a sdělení přidává na důležitosti. Pak už jen stačí, aby na dané webové stránce byly reklamy, a stroj na snadné peníze máme na světě.

Ani podle anglické organizace *News Media Association* (NMA) není pochyb, že fake news existovaly vždy. Avšak online platformy, zejména Google a Facebook, vytvořily prostředí, v němž se tyto zprávy šíří rychlostí, kterou jsme doposud nikdy neviděli. Podle NMA celou situaci umocňuje, když význam sdělení v online prostředí závisí na počtu kliků. A to nezapomeňme, že fake news vyžadují nulovou novinářskou a právní investici a za dobu, kterou seriózní novinář potřebuje k sepsání ozdrojovaného a kvalitního článku, jich může vzniknout klidně hned několik desítek. Senzačním a bombastickým titulcům se dostává větší pozornosti než jiným, protože z logiky věci čtenáře více zaujmou.

Analýza zpravodajského portálu BuzzFeed News ukazuje, o jak závažný problém se jedná. Tamní novináři se zaměřili na poslední tři měsíce kampaně posledních prezidentských voleb v USA a nejoblíbenější zprávy, které tou dobou kolovaly mezi uživateli Facebooku. Zjistili, že nejpoblíbenější fake news si lidé sdíleli více než nejviditelnější zprávy renomovaných médií, jako jsou *The New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, *NBC News* a další.

Během sledované doby mělo dvacet nejúspěšnějších volebních fake news přes 8 700 000 sdílení, reakcí a komentářů. U dvacítky nejúspěšnějších seriózních článků to bylo pouze 7 367 000. Zároveň 87 procent Američanů má Facebook jako hlavní zpravodajský zdroj. Co z toho plyne? Během posledních tří měsíců před velmi důležitými volbami zaujaly tamní obyvatelstvo smyšlené zprávy na Facebooku natolik, že mohly mít vliv na jejich volební rozhodování.

Digitální ekonomika a uspěchaná doba zkrátka příliš nehrají do karet produkci kvalitního zpravodajství. Nahrávají spíše senzačním titulčkům, které nás upoutají svou radikálností a naléhavostí. Ty nás budou lákat ke kliknutí na odkaz, který reprezentují. Nicméně ne všechny mediální organizace se rozhodly svést se na vlně tohoto trendu a vyrazily do boje proti fake news kvalitní a poctivou novinářinou.

Pomalé zprávy

„BBC nemůže editovat internet, ale to neznamená, že bude stát opodál a dělat, že se nic neděje. Budeme ověřovat, odhalovat a vyvracet záměrně zavádějící zprávy kolující po sociálních sítích, jako je Facebook, Instagram a jiné,“ řekl ředitel britské BBC James Harding. BBC kvůli stále se stupňující závažnosti fake news a jejich vlivu vytvořila tým, který má vyvažovat mísky vah v boji se lžemi, překrucováním a přeháněním. K prvnímu únoru 2017 bylo v nově ustanoveném týmu půl tuctu novinářů, jejichž počet BBC už od té doby minimálně zdvojnásobila.

Tým svoji pozornost zaměřuje na témata, která jsou zrovna v kurzu pro tvůrce fake news. Na základě jejich agendy následně vytváří rozsáhlé novinové články a videa, která jsou k nalezení na sub-brandu BBC – Reality Check. Tým novinářů začal fungovat během vášněmi provázeného referenda o Brexitu plného zavádějících informací a hoaxů. BBC chce mít z Reality Checku veřejnou službu oblíbenou všemi styly a formáty – online prostředí, televize i rádio. Jejím cílem je, aby fakta byla mnohem více fascinující a chytlavá než někým vymyšlené příběhy. Ustanovený tým změnil i způsob fungování redakce BBC jaké takové. Otázka, na jaké dezinformace se investigativní tým zaměří, stála v centru každodenních ranních porad.

Program Reality Check jde ruku v ruce s publikováním toho, co BBC nazývá „slow news“ – tedy pomalé zprávy. To neznamená, že by redakce rezignovala na bleskové zpravodajství u mimořádných událostí. Avšak více úsilí než dříve směřuje do publikování delších, do hloubky pojatých analytických textů a videí doprovázených statistikami a datovými vizualizacemi, které nám pomáhají lépe porozumět dané události či problému. Tento krok je reakcí na zkratkovité zpravodajství, jehož hlavním smyslem a účelem je být nejrychlejší a první – to často na úkor kvality.

BBC zároveň odmítá ztrácet čas falešnými zprávami, u kterých je na první pohled zřejmé, že jde o fake news: například zpráva před americkými prezidentskými volbami, že papež František měl údajně podpořit Donalda Trumpa. Místo toho se BBC chce zaměřovat na pochybná alternativní fakta, která podle televizní stanice

mohou napáchat mnohem více škody. A i když se Reality Check zpočátku věnoval pouze tématům domovské Velké Británie, postupem času svůj záběr rozšířil. Zabýval se tak články jako „Volily miliony Američanů během amerických prezidentských voleb ilegálně?“ nebo tématem uprchlíků v USA. BBC věří, že tato iniciativa nezůstane jenom na ní a že si i ostatní redakce vezmou z britského mediálního domu příklad a půjdou s podobnými projekty v jejich šlépějích. Důležité však je, aby se redakce zaměřily na kvalitu, nikoli kvantitu a senzačnost jednotlivých zpráv.

BBC není jediná

Bylo by ale nefér tvrdit, že BBC je jedinou mediální organizací, které nejsou fakta a pravdivost zpráv lhostejné. Jeden z největších francouzských deníků Le Monde v roce 2009 ve svých řadách rovněž ustanovil tým zaměřený na ověřování fake news. Pojmenoval jej příznačně Les Decodeurs (Dekodéři). Dekodéři přišli s webovým rozšířením **Decodex**, které lze přidat do internetového vyhledávače. Když čtenář narazí na stránku publikující fake news, vyskočí mu okénko hlásící „pozor, tato stránka publikuje fake news“. Rozšíření také nabízí krátký informační text o dané stránce a proč se Dekodéři domnívají, že není důvěryhodná. Jednotlivé webové stránky v ní jsou rozděleny do kategorií fake, reálné a satira. Na podobné bázi funguje třeba další rozšíření **Fake News Alert** a **BS Detector** použitelný pro Facebook.

Iniciativy se také chopila Mezinárodní fact checkingová síť (International Fact Checking Network – IFCN). Facebookoví uživatelé v USA a Německu mohou označit články, které jsou podle nich vědomě smyšlené, a ty následně putují k lidem, kteří je ověří. Nejčastěji se jedná o novináře z Washington Post a členy mýty vyvracející organizace **Snopes.com**. Když nahlášené zprávy shledají jako lživé, označí je a toto označení se s nimi následně táhne celou sociální sítí.

Investice mainstreamových médií do vyvracení nesmyslů se vyplácí zejména v dlouhodobém horizontu. Jejich nabytá schopnost být kontrastem ke lžím kolujícími po internetu a v jiných médiích se v budoucnu stane jejich klíčovou hodnotou. Nabízet veřejnosti informace, na něž se na rozdíl od hlučných lží strhávajících pozornost můžeme spolehnout, se ve finále vyplatí. Svou důvěryhodností a pravdivými informacemi mohou znovu získat tolik potřebnou důvěru, kterou sdělovací prostředky ztratily v průběhu posledních deseti let plných krizí, jež zaskočily jejich neinformované a nepřipravené publikum.

Vztah mezi novinářem a jeho publikem je klíčový i v rovině mezilidské, ne jenom té profesní novinář – čtenář. Novinář David Higgerson se domnívá, že pro úspěšné poražení fake news nestačí pouze ověřování fakt. Pro novináře je zásadní

věnovat se svým čtenářům i v osobní rovině a udělat z nich součást své práce. Pokud nás mají novináři informovat o věcech, které se kolem nás dějí, musí si být jisti, že chceme být informováni právě jimi – že jim věříme. Musí vědět, že si ceníme jejich práce.

Algoritmy oddělující pravdu od lži mají jeden významný nedostatek, na který je rovněž upozorňováno. Chybí jim lidský element, který se zatím pořád zdá být zásadní. Podle odborníka na mediální studia Fergala Quinna se můžeme hodně naučit od Wikipedie, kde její editoři denně procházejí online kakofonií a rozlišují spolehlivé zdroje od těch nespolehlivých. Nehledě na politické preference, editoři musí hrát podle stejných pravidel při tvorbě, čištění i ověřování jednotlivých článků. Z toho plyne jediné – dohledatelnost a neutrálnost zdrojů. O tom svědčí i studie Harvard Business School, z níž vyšlo najevo, že s přibývajícými opravami dobrovolných moderátorů obsahu na Wikipedii se zaujatost a nekonzistentnost tamních editorů snižuje.

Generální tajemník Evropské federace žurnalistů prohlásil, že fake news nejsou špatnou zprávou pro novináře. Naopak ukazují, že je potřebujeme více než kdy dřív. Svět podle něj potřebuje oddané a etické novináře, kteří budou dělat svou práci svědomitě. Jedině tak mohou být fake news oslabeny a potlačeny. Podle Quinna kvalitní žurnalistická práce v době fake news nevymizela, jen je jí potřeba mnohem víc. Nastavovat na internetu algoritmy a automatizovat proces rozhodování, co je a co není pravda, zní možná jako jednoduché řešení. Ale asi nikdo nechce, aby za nás někdo rozhodoval, čemu máme věřit a čemu nikoliv. Takže kromě takových nástrojů bychom se měli snažit o obnovení důvěry ve zprávy a fakta. A zde sehrávají zásadní roli právě média. Mediální domy mají mimořádné zpravodajské, výzkumné i marketingové zdroje, které jim k tomu mohou dopomoci. Musí „jen“ znásobit své úsilí, aby zůstaly důvěryhodnými zprostředkovateli toho, co je pravda. V dnešní době plně ideologické polarizace a sociálních bublin je to více než důležité.

POLITICI

V předešlých kapitolách jsme měli možnost zjistit, jak se může proti dezinformacím bránit jednotlivec a jak proti nim může bojovat občanská společnost a média. Otázkou však zůstává, jaké možnosti a nástroje v boji proti propagandě a dezinformacím má stát a jeho politická reprezentace. Zapojení politické reprezentace do odhalování dezinformací, ať už na státní nebo mezinárodní úrovni,

může být značně problematické, zároveň je ale potřebné. Hned vysvětlíme proč. Jedním z důvodů je fakt, že častým terčem propagandy je sám stát. Hlavním cílem těchto útoků bývá snaha destabilizovat vládu státu anebo zpochybnit – jako tomu je v řadě případů v České republice – zakotvení země v Severoatlantické alianci (NATO) a Evropské unii. Tvůrci dezinformačních kampaní se snaží ovlivnit veřejné mínění a prostřednictvím jednotlivců vyvíjet jistý tlak směrem k politikům. Jen si vzpomeňme, jaké „zprávy“ a příběhy sdílejí nejznámější české dezinformační weby. Konkrétní náměty se liší, často ale mají společný jeden jmenovatel: EU/ NATO je zlo a nám by bez nich bylo líp. A nezáleží na tom, jestli tuto notu rozehrává někdo vnitrostátně nebo ze zahraničí. Jistě si vybavíte americké šetření snahy Ruska zasahovat do volby prezidenta v roce 2016.

Politická reprezentace řady států si čím dál více uvědomuje závažnost nezastavitelné dezinformační kampaně, která se šíří rychlostí světla. V několika zemích již fungují centra pro boj proti hybridním hrozbám a výjimkou není ani Česko. Od roku 2017 funguje pod ministerstvem vnitra *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám* (CTHH), které má za úkol monitorovat a odhalovat hrozby spojené s vnitřní bezpečností státu. Mezi ty spadají i dezinformační kampaně a propaganda. Mladý útvar ministerstva na svém twitterovém účtu zveřejňuje vyvrácené falešné zprávy, které měly potenciál narušit vnitřní bezpečnost země, a také návody na jejich rozeznání. Jeho činnost je spíše analytického charakteru, avšak doporučení, která vydává, jsou dobrými nástroji pro každého zvědavého člověka, jenž nechce podlehnout propagandě a chce se co nejvíc o problematice dozvědět v češtině.

Co se týká Evropské unie, i ta se snaží bojovat proti propagandě, především proti té ruské. V roce 2015 založila jednotku s názvem *East Stratcom Taskforce* s cílem zastavit šíření propagandy. Od té doby její pracovníci odhalili tisíce falešných zpráv, jejichž zdrojem byla často právě ruská média. Činnost této jednotky se podobá činnosti té české – odhalují a vyvracejí falešné zprávy a snaží se lidem představit metody na rozpoznávání dezinformací. Alarmující je však fakt, že ani tato skupina lovců dezinformací není rovnocenným protivníkem pro jejich šířitele. Chybějí především peníze a organizační základ. Tyto nedostatky poukazují na skutečnost, že hrozba dezinformací je zatím podceňována nejen jednotlivci, ale i politickou reprezentací jednotlivých států. Například nám blízké státy jako Slovensko anebo Maďarsko nemají zatím vůbec žádný útvar, který by monitoroval, zachycoval a vyvracel falešné zprávy.

Evropská unie je činná i na další frontě: společně s NATO zřizuje centrum pro boj proti hybridním útokům a šíření dezinformací či nepravdivých zpráv v hlavním

městě Finska, Helsinkách. Pracovat v něm budou odborníci a badatelé z asi desítky zemí. Hlavním cílem centra bude výměna odborných znalostí.

Navzdory tomu, že v celé Evropě existuje již několik odborných center, která zkoumají a vyvracejí dezinformace, stát a jeho politická reprezentace mají jen omezené nástroje a možnosti, jak zakročit proti propagandě. Účinným nástrojem v rukou státu může být monitorování médií, sociálních sítí a dalších platform. Avšak tato metoda s sebou nese několik úskalí. První problém se objevuje v souvislosti s kompetencí. Vláda například nemá jakýmkoliv médiím co nařizovat, aby stahovaly svoje – byť nepravdivé – články. Dalším problémem je kapacita. Je nemožné, aby měl stát oči všude a spolehlivě zachytil a vyvrátil každý hoax a dezinformaci. A popravdě – nikdo asi ani nechce, aby stát oči všude měl a vše kontroloval. Takové praktiky nepatří do demokratických zřízení. Z tohoto pohledu je efektivnější podpořit iniciativy, které nezávisle na konkrétní politické moci nebo státu hoaxy loví a věnují se ověřování článků či výroků.

Pro stát jsou nezbytně důležité výstupy zpravodajských služeb, které jednoznačně definují aktéry, kteří se pomocí propagandy a dezinformací snaží vyvolat napětí, relativizovat pravdu, šířit strach a oslabit důvěru občanů vůči politické reprezentaci a státním orgánům. Tímto způsobem je možné vytvořit seznam takových médií, která prokazatelně šíří dezinformace, a následně s touto skutečností seznámit také veřejnost – i za pomoci takových orgánů, jako je CTHH. Avšak v případě kontroly médií se vynořuje citlivá otázka související se svobodou tisku a médií, která by takovýmto postupem státu mohla být poškozena. V rámci zachování této základní svobody je stát vázán podporou a ochranou různorodosti médií. Navíc v případě hrubé regulace by se dalo hovořit o cenzuře, která ostatně sama o sobě může být nástrojem propagandy. Začarovaný kruh, z něhož se těžko dostává.

Nejefektivnějším nástrojem, který může proti těmto hrozbám politická reprezentace použít, je již zmiňovaná investice do vzdělání. Týká se hlavně mladých lidí, kteří představují nejvíc ohroženou skupinu. Je nutné zvýšit povědomí občanů o šíření dezinformací a propagandy, prohloubit mediální gramotnost a přinést tato témata do škol či mimoškolních vzdělávacích aktivit. V prvé řadě je ale nutné, aby reprezentanti státu jasně definovali své nástroje proti propagandě (reformy ve vzdělávacím systému, vypracování jednotné strategie apod.), přičemž aktualizace zákonů je nezbytným prvním krokem. Právě zastaralost zákonů – neexistence přesné právní definice dezinformací, chybějící definice trestných činů souvisejících s dezinformacemi a propagandou – představuje často tu největší překážku. Neodpovídají totiž novým trendům a hrozbám propojeným s dezinformacemi.

Přítomnost státu v této problematice je více než žádoucí, musíme si ale být vědomi toho, kde končí jeho možnosti. Nemůžeme se spoléhat jen na stát a čekat zaručený návod nebo směrnici, která vše vyřeší. Se státem, který má vytvořit co nejlepší podmínky pro náš hon na dezinformace, bychom měli počítat jako s pomocníkem při naší cestě džunglí manipulací, hoaxů a konspiračních teorií.