

V rámci zpracování závěrečného úkolu k ukončení předmětu Výzkum medií I. bych se ráda věnovala tématu šíření *fake news*, potažmo konspiračních teorií, na sociálních sítích. Při rešerši existujících kvantitativních obsahových analýz jsem narazila na dvě studie, které bych zde v krátkosti chtěla shrnout a použít je následně jako pomocné studie k vytvoření mé vlastní kvantitativní obsahové analýzy.

První studie ***Fact or Fake? An analysis of disinformation regarding the Covid-19 pandemic in Brazil*** analyzuje pomocí kvantitativní obsahové analýzy nejčastější *fake news* týkající se nemoci Covid-19 šířené na sociálních sítích v Brazílii. WHO v rozhovoru pro CNN na začátku března 2020 upozorňuje na nový fenomén *infodemie*ⁱⁱ, který je možné chápat jako „masové šíření *fake news* a fám, které kompromitují oficiální výklad skutečností na základě vědeckých poznatků.“ⁱⁱⁱ

Uvedená studie proto analyzuje zprávy sdílené v krátkém časovém úseku na začátku šíření pandemie v Brazílii od 17. března 2020 do 10. dubna 2020. Dochází k alarmujícím závěrům, že rozsah šíření takovýchto nepravdivých informací má velmi negativní dopad na důvěru v brazilské oficiální instituce, které byly v minulosti vždy přijímány jako spolehlivý zdroj faktů. Tento trend však není nový a byl potvrzen už v minulosti, v době šíření žluté zimnice v roce 2008. Tehdy byla mimo jiné rozšířena teorie, že nemoc neexistuje a jde o podvrh určený k podpoře prodeje vakcín. I proto bylo dosaženo jen asi 50% proočkovanosti populace, oproti plánovaným 80 %.^{iv}

K nalezení článků šířících *fake news* o probíhající pandemii Covid-19 na sociálních sítích použili autoři studie aplikaci *Eu Fiscalizado*, která uživatelům umožňuje ověřit spolehlivost a kvalitu informací z medií. Zároveň zaznamenává články s nespolehlivým obsahem.^v Ve sledovaném období bylo přes tuto platformu nalezeno 154 článků, které byly následně předmětem analýzy jako kódovací jednotky. V další fázi výzkumu byly články pomocí obsahové analýzy rozděleny do následujících kategorií:

1. domácí metody ochrany proti nákaze Covid-19 (65 %),
2. domácí metody léčby Covid-19 (20 %),
3. bankovní podvody (5,7 %),
4. podvody týkající se získávání finančních prostředků pro výzkumné instituce (5 %),
5. Covid-19 jako politická strategie (4,3 %).^{vi}

Mezi nejpoužívanější platformy pro šíření těchto zpráv napříč veřejností patří WhatsApp (73,7 %), Facebook (15,8 %) a Instagram (10,5 %).^{vii} Autoři studie dále představují deset

nejčastějších *fake news* o Covid-19 a s pomocí pneumoložky M. Dalcolmo je uvádí na pravou míru.

Studie upozorňuje, že šíření neověřených a nepodložených informací o Covid-19 uvádí společnost v omyl a skutečně ovlivňují rozhodování jednotlivců ve věcech, které mají přímý dopad na jejich zdraví, a co více, v důsledku mohou rozhodnutí těchto jednotlivců vést k masivnímu šíření nemoci. Ukazuje se, že téměř 50 %^{viii} Brazilců věří nepravdivým informacím o nemoci Covid-19. Zavádějící informace o (ne)bezpečnosti viru šířené brazilským prezidentem, nebo prohlášení amerického prezidenta o léčbě nemoci Covid-19 pomocí desinfekce, vedly podle dostupných dat jednak ke zvýšení nejistoty ohledně nutnosti dodržování přísných hygienických opatření a dále také k nárůstu počtu otrav působených pozřením dezinfekčních přípravků.^{ix}

Ve zprávách dochází k falešnému označení určité instituce nebo autority jako původce sdělení. V neposlední řadě pak docházelo ke zpochybňování zveřejňovaných počtů o úmrtích zapříčiněných koronavirem.^x Nedochozí však jen k šíření nepravdivých informací, ale ukazuje se i snaha některých subjektů obohatit se na celé situaci ekonomicky nebo politicky. Šířily se například SMS zprávy vyzývající uživatele k aktualizaci údajů kvůli pandemické situaci pod výhružkou zablokování účtů. Dále například byla založena podvodná sbírka na podporu boje s Covid-19.

Závěry studie potvrzují na základě analyzovaných dat význam sociálních sítí jako prostředku šíření *fake news*. Za nejdůležitější platformy označuje aplikace WhatsApp a Facebook. Dále bylo potvrzeno, že šíření *fake news* vede k snižování důvěry v oficiální autority a v důsledku ohrožuje veřejné zdraví. Autoři upozorňují, že k úspěšnému boji s *fake news* je třeba klást velký důraz na dostupnost ověřených zdrojů informací pro širokou veřejnost. Je třeba vzdělávat veřejnost o nebezpečí desinformací. Rovněž poukazují na důležitost dalšího studia příčin, které vedou část společnosti k větší inklinaci k desinformacím.^{xi}

Druhá studie, ***Spreading the (Fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications for Health Professionals Using a Case Study***^{xii}, si rovněž všímá role sociálních sítí v šíření *fake news*. Autoři sledují vývoj komunikace o viru Zika, který se rozšířil v jižní i severní Americe v letech 2015 a 2016. Tento vir nebyl z počátku považován za velké riziko, až s odstupem času se však ukázalo, že virus může způsobovat dlouhodobé poškození nervové soustavy a byla prokázána i spojitost s poškozením plodu. V této souvislosti postižené státy přistoupily k rozsáhlé informační kampani, aby informovali obyvatelstvo o způsobech prevence. Zároveň se ale na sociálních sítích rozšířilo i mnoho *fake*

news. Cílem tohoto textu bylo (1.) identifikovat nejrozšířenější fake news, (2.) kvantifikovat rozšíření těchto zpráv a nakonec (3.) zpracovat kvalitativní analýzu titulků šířených článků.^{xiii} Autoři studie použili kombinaci kvalitativní i kvantitativní obsahové analýzy, v závěru pak i tématickou analýzu.

Za pomoci Buzzsumo^{xiv} bylo za účelem studie nalezeno 120 nejrozšířenějších článků o viru Zika v období od února 2016 do ledna 2017. Jednalo se vždy o 10 nejoblíbenějších (podle počtu sdílení) v každém měsíci sledovaného období.^{xv}

Autoři klasifikovali *fake news* do 3 hlavních kategorií:

1. ověřené zprávy
2. fámy (při klasifikaci podkategorií fám byly využity kategorie představené C. Wardlem)^{xvi}
 - a. články se zavádějícím obsahem (např. nepřesně použitý kontext),
 - b. nepřesné nebo zavádějící spojení titulku článku a obsahu, který může být pravdivý,
 - c. vykonstruovaný obsah, který je zcela smyšlený nebo nepodložený jakýmkoliv důkazy;
3. satira nebo parodie.^{xvii}

Všechny vybrané články byly analyzovány a ověřovány dvěma z autorů, následně byly rozděleny do výše uvedených kategorií. Zároveň byly kategorizovány zdroje těchto článků:

1. tradiční média,
2. digitální média,
3. alternativní média,
4. vědecké instituce.^{xviii}

Druhá fáze analyzovala objem sdílení jednotlivých článků podle zdroje a typu zprávy. Poslední fáze se zabývala tématickou analýzou titulků studovaných článků. Samotný obsah článků nebyl předmětem zkoumání, jelikož se dle předchozích studií ukázalo, že více než 50 % uživatelů sdílí články jen na základě titulků (tj. bez přečtení obsahu).^{xix}

Výsledky studie ukazují, že k šíření zpráv o Zika viru docházelo nejvíce na počátku sledovaného období s následným poklesem. Výjimkou je období před olympijskými hrami, kdy se sdílení obsahu dočasně zvýšilo. Alternativní média byla z 66 % zdrojem sdíleného obsahu.^{xx}

Co se týče *fake news*, největší podíl mezi nimi zaujal vykonstruovaný obsah (81 %), dále zavádějící obsah (16 %) a nakonec články s nepřesnými titulky (3 %). Sdílení fám v čase klesalo

v souladu se snižováním zájmu čtenářů o téma viru Zika. V tradičních a alternativních médiích bylo sdíleno více *fake news* než ověřených zpráv. Naopak vědecké instituce a digitální média sídlila jen ověřený obsah. Nejrozšířenější *fake news* o viru Zika zpochybňovaly původ viru, snižovaly jeho nebezpečnost nebo zmiňovaly spojitost s pesticidy.^{xxi}

Tato studie potvrzuje roli sociálních médií jako místa pro šíření desinformací, přes které je možné dosáhnout na velké masy čtenářů. Ukázalo se, že pět z deseti nejrozšířenějších zpráv o viru Zika v roce 2016 bylo klasifikováno jako fámy. Byla rovněž prokázána spojitost mezi popularitou tématu a šířením fám, čím více je dané téma populárnější, více diskutované, tím více fám se na sociálních sítích šíří.^{xxii}

Autoři studie potvrzují se nutnost implementovat odpovídající a široce dostupnou informační kampaň ze strany autorit již v brzké fázi šíření viru, aby nedocházelo k tak masivnímu šíření fám. Zároveň je třeba v komunikaci adresovat témata, která se ve fámách uvádí, a tak společnost vzdělávat a korigovat dostupné informace. Instituce veřejného zdraví mohou využít sociální sítě jako účinný nástroj k šíření přesných informací široké veřejnosti. V neposlední řadě je pak možné využít tyto platformy k šíření osvěty veřejnosti v oblasti zdraví.^{xxiii}

Obě shrnuté studie využívají k rozboru tématu kvantitativní obsahovou analýzu, případně další metody, kterými je možné kvantifikovat dosah *fake news* a dopady jejich šíření na veřejné zdraví. Díky těmto poznatkům mohou odpovědné instituce adaptovat strategii komunikace vůči veřejnosti tak, aby došlo ke snížení negativních dopadů spojených s tímto jevem.

Zdroje

- ⁱ GALHARDI, Cláudia Pereira, Neyson Pinheiro FREIRE, Maria Cecília de Souza MINAYO a Maria Clara Marques FAGUNDES. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva* [online]. 2020, **25**(suppl 2), 4201-4210 [cit. 2020-10-24]. ISSN 1678-4561. Dostupné z: doi:10.1590/1413-812320202510.2.28922020
- ⁱⁱ Tamtéž, s. 4202.
- ⁱⁱⁱ ZAROCOSTAS J. How to fight an infodemic. *Lancet* 2020; 395(10225):676 z GALHARDI, C. P., FREIRE, N. P., MINAYO, M. C. a FAGUNDES, M. C., ref. i, s. 4202.
- ^{iv} GALHARDI, C. P., FREIRE, N. P., MINAYO, M. C. a FAGUNDES, M. C., ref. i, s. 4202.
- ^v Tamtéž, s. 4203.
- ^{vi} Tamtéž, s. 4204.
- ^{vii} Tamtéž, s. 4204.
- ^{viii} AVAAZ. O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19 [Internet]. [acessado 2020 Jul 07]. Disponível em: https://avaazimages.avaaz.org/brasil_infodemia_coronavirus.pdf z GALHARDI, Cláudia Pereira, Neyson Pinheiro FREIRE, Maria Cecília de Souza MINAYO a Maria Clara Marques FAGUNDES. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva* [online]. 2020, 25(suppl 2), 4201-4210 [cit. 2020-10-24]. ISSN 1678-4561, s. 4205.
- ^{ix} GALHARDI, C. P., FREIRE, N. P., MINAYO, M. C. a FAGUNDES, M. C., ref. i, s. 4205-4206.
- ^x Tamtéž, s. 4206.
- ^{xi} Tamtéž, s. 4207-4208.
- ^{xii} SOMMARIVA, Silvia, Cheryl VAMOS, Alexios MANTZARLIS, Lillie Uyên-Loan ĐÀO a Dinorah MARTINEZ TYSON. Spreading the (Fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications for Health Professionals Using a Case Study. *American Journal of Health Education* [online]. 2018, 49(4), 246-255 [cit. 2020-10-24]. ISSN 1932-5037. Dostupné z: doi:10.1080/19325037.2018.1473178
- ^{xiii} Tamtéž, s. 246-247.
- ^{xiv} Buzzsumo je analytický nástroj sloužící ke kvantifikaci dosahu informací šířených na různých sociálních sítích, (Facebook, Twitter, LinkedIn, apod.)
- ^{xv} SOMMARIVA, S., VAMOS, C., MANTZARLIS, A., ĐÀO, L. a MARTINEZ TYSON, D., ref. xii, s. 247.
- ^{xvi} WARDLE, C. Fake News: It's Complicated. First Draft Web site. <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/> z SOMMARIVA, S., VAMOS, C., MANTZARLIS, A., ĐÀO, L. a MARTINEZ TYSON, D., ref. xii, s. 248.
- ^{xvii} Tamtéž, s. 248.
- ^{xviii} Tamtéž, s. 248.
- ^{xix} GABIELKOV M, RAMACHANDRAN A, CHAINTREAU A, LEGOUT A. Social clicks: what and who gets read on Twitter? Paper presented at: ACM Sigmetrics; June 14, 2016; Antibes Juan-les-Pins, France z SOMMARIVA, S., VAMOS, C., MANTZARLIS, A., ĐÀO, L. a MARTINEZ TYSON, D., ref. xii, s. 248.
- ^{xx} SOMMARIVA, S., VAMOS, C., MANTZARLIS, A., ĐÀO, L. a MARTINEZ TYSON, D., ref. xii, s. 249.
- ^{xxi} Tamtéž, s. 250.
- ^{xxii} Tamtéž, s. 251-252.
- ^{xxiii} Tamtéž, s. 252.