

Fake news a studenti vysoké školy

Daniel Dočkal

Bakalářská práce
2018/2019

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Daniel Dočkal**
Osobní číslo: **K16337**
Studijní program: **B7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Fake news a studenti vysoké školy**

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte teoretická východiska k tématu práce, definujte základní pojmy, metodický postup práce a výzkumné otázky
2. Provedte kvalitativní výzkum, získané informace mezi sebou porovnejte a interpretujte
3. Zodpovězte na výzkumné otázky a zhodnoťte přínos práce

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tisková**

Seznam odborné literatury:

DEVITO, Joseph A. Základy mezilidské komunikace: 6. vydání. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2018-0.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-717-8697-7.15. ISBN 978-80-262-0743-6.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

NUTIL, Petr. Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.

Vedoucí bakalářské práce:	Mgr. Michal Stránský, PhD. Ústav marketingových komunikací
Datum zadání bakalářské práce:	31. ledna 2019
Termín odevzdání bakalářské práce:	26. dubna 2019

Ve Zlíně dne 1. dubna 2019

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 20.4.2019

Jméno a příjmení studenta: DANIEL DOČKA
.....

ABSTRAKT

Téma fake news je v současné době aktuálním problémem po celém světě. Tyto falešné zprávy rozhodují volby, mění veřejné mínění či probouzí nenávisť vůči jiné kultuře. Cílem práce je zjistit, jak pracují studenti vysokých škol se zprávami, jak vnímají tuto problematiku a jestli se cítí být její součástí. Pro mnohé studenty je Fake news pouze cizí hrozba, která se jich vůbec netýká a nikdy týkat nebude. Neznalost, neostražitost, a právě pocit bezpečí je největší zbraň všech fake news.

Ke zjištění těchto poznatků pomůže experiment a hloubkové rozhovory s participanty, kteří budou zvoleni napříč dvěma názorovými skupinami. Výzkum bude zkoumat mediální gramotnost participantů, jejich práci s informacemi a způsoby ověření pravdivosti zpráv. Bakalářská práce bude sloužit jako další zdroj informací potřebný k řešení celkové problematiky okolo fake news.

Klíčová slova: fake news, mysive bias, mediální gramotnost, média, hoax

ABSTRACT

Subject of fake news has become one of the most global topical issues. These fake news determine elections, have influence on public opinion or they instigate hatred against other cultures. The aim of this bachelor's thesis is to ascertain how university students work with news, how do they perceive the issue of Fake news and whether they feel as a part of it. Many students consider fake news as a foreign threat that doesn't concern them and never will. However, ignorance, feeling of security and careless behaviour are the biggest strengths of all fake news.

Methods of experiment and in-depth interviews with participants that will be chosen across two different spectrums of opinion will be used as research techniques. Bachelor's thesis research will focus on the participants' media literacy, their information practices and their ability of fact-checking. This bachelor's thesis will be used as a potential source of information for further issues concerning Fake news.

Key words: Fake news, Myside bias, Media literacy, Media, Hoax

Tímto chci poděkovat Mgr. Michalu Stránskému za inspiraci a přínos odbornosti do mé bakalářské práce, své přítelkyni Martině Čadové za nejen psychickou podporu a trpělivost, svým přátelům a v neposlední řadě rodině, že mi dala možnost plnit si své sny. Upřímně vám všem děkuji.

„Sice to není pravda, ale mohla by být.“

Diskutér z Novinky.cz

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 25. 4. 2018

Daniel Dočkal

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 KOMUNIKACE	11
1.1 MODELY KOMUNIKACE	11
1.2 ZPŮSOBY KOMUNIKACE.....	12
1.3 FUNKCE KOMUNIKACE	12
1.4 FORMY KOMUNIKACE.....	13
2 MÉDIA	14
2.1 VLIV MÉDIÍ.....	14
2.2 ROZDĚLENÍ MÉDIÍ.....	14
2.3 MASOVÁ KOMUNIKACE	14
2.3.1 Sociální média.....	15
2.4 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST.....	15
3 MANIPULACE A MYSIDE BIAS	17
3.1 MANIPULACE	17
3.2 ARGUMENTAČNÍ FAULY	17
3.3 SOCIÁLNÍ A INFORMAČNÍ BUBLINY	18
3.4 MYSIDE BIAS	18
4 DEZINFORMAČNÍ ČLÁNKY	20
4.1 HLAVNÍ ZNAKY	20
4.2 VÝSKYT	20
4.3 AUTOŘI ČLÁNKŮ	20
4.4 FAKE NEWS	21
4.4.1 Příklady fake news	21
4.5 HOAX.....	22
4.6 SATIRA.....	23
4.6.1 Příklady satiry	24
5 METODIKA PRÁCE	25
5.1 CÍL PRÁCE	25
5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	25
5.3 PARTICIPANTI.....	25
5.4 METODY VÝZKUMU.....	26
5.4.1 Analýza textu	26
5.4.2 Experiment	26
5.4.3 Hlubkový strukturovaný rozhovor	27
II PRAKTICKÁ ČÁST	28
6 ANALÝZA ČLÁNKŮ	29

6.1	ČLÁNEK PRO VEGANY	29
6.2	FAKE NEWS PRO VEGANY	29
6.3	ČLÁNEK PRO PARTICIPANTY BEZ SPECIFICKÝCH STRAVOVACÍCH NÁVYKŮ.....	30
6.4	FAKE NEWS PRO PARTICIPANTY BEZ SPECIFICKÝCH STRAVOVACÍCH NÁVYKŮ.....	30
7	PŘEDSTAVENÍ PARTICIPANTŮ.....	31
8	ANALÝZA EXPERIMENTU	32
9	ANALÝZA ROZHOVORŮ.....	40
10	SHRnutí A ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	46
10.1	SHRnutí POZNATKŮ Z EXPERIMENTU	46
10.2	SHRnutí POZNATKŮ Z ROZHOVORŮ	46
10.3	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	48
10.4	DOPORUČENÍ.....	49
	ZÁVĚR	50
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	51
	SEZNAM OBRÁZKŮ	55
	SEZNAM PŘÍLOH.....	56

ÚVOD

Problematika fake news je v současnosti často propíraným tématem napříč odbornou společností i veřejností. Mohlo by se sice zdát, že se jedná o nový pojem, ale při pohledu do minulosti se s tímto pojmem setkáváme v různých podobách poměrně často.

Bakalářská práce zkoumá vztah studentů vysokých škol k fake news. Jejich práce s informacemi bude zkoumána během experimentu, ve kterém budou porovnány dvě skupiny s rozdílným názorem na veganství a jeho dopad na životní prostředí. V hloubkových rozhovorech bude zkoumán vztah vysokoškolských studentů k fake news, zda se cítí být součástí hrozby, jak by problematiku řešili a podobně.

V teoretické části bakalářské práce budou jasně definované základní pojmy spojené s tématem fake news. Bude definována komunikace a náležitě rozdělena na její formy, modely, funkce a způsoby. Značná část teoretické části bude věnována médiím, ve kterých se fake news nejčastěji vyskytují. Bude popsán jejich vliv a rozdělení. Blíže bude představena masová komunikace, konkrétněji sociální média. Tuto kapitolu zakončí informace o mediální gramotnosti.

Další část práce bude věnována manipulaci a pojmu myside bias. Zde budou uvedeny příklady argumentačních faulů, rozdíly mezi sociální a informační bublinou a definice, pro tuto bakalářskou práci důležitého pojmu, myside bias.

Poslední kapitola bude již čistě o dezinformačních člancích. Zde budou uvedeny jejich hlavní znaky, výskyt, nejčastější autoři a příklady. Autor mezi dezinformační články uvádí i články satirické, které však mají primární cíl čtenáře pobavit. Na každý pojem bude pohlíženo z různých úhlů vážených teoretiků v daném oboru.

V praktické části bakalářské práce budou využity veškeré definované pojmy v praxi. Nejprve bude provedena analýza připravených článků využitých v experimentu. Zde budou u fake news uvedené všechny znaky fake news, které byly při jejich tvorbě použity. Dále budou představeni participanti, kteří se podíleli na experimentu a hloubkových strukturovaných rozhovorech. Experiment a rozhovory budou zpracovány a analyzovány do poznatků, které budou následně interpretovány.

Bakalářská práce si dává za cíl stát se dalším zdrojem informací ohledně problematiky fake news a tím tak přispět k jejímu možnému řešení. Práce se na problematiku dívá jiným pohledem a z jiného úhlu než dosavadní vzniklé práce, které byly zveřejněny.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KOMUNIKACE

Základem tvorby pravdivých či nepravdivých článků je vždy komunikace. S komunikací se setkáváme během našeho života v mnoha různých formách a při mnoha různých příležitostech, proto je nutné si tento pojem definovat. O komunikaci se totiž nejedná pouze při rozhovoru mezi dvěma lidmi, ale například existuje komunikace firem či masmédií. Tak jak to u obecných definic bývá, odborníci se na jednotné neshodli.

„Výrazný vliv v humanitních vědách měla definice Herolda Lasswella, podle níž komunikace spočívá v tom, „kdo co jakým kanálem ke komu s jakým účinkem“. Watzlawick a další představitelé paloaltské školy vnímají komunikaci jako médium pozorovatelných manifestací lidských vztahů. Komunikaci neberou jenom jako řeč, nýbrž jako veškeré chování. Pokud se tedy setkáme s nějakým člověkem, i když např. dáváme najevo svůj nezájem a otočíme se nebo sklopíme oči „jako bychom nechtěli komunikovat“, je dobré si uvědomit, že zároveň je naše sdělení vůči němu jasné, tedy komunikujeme“, uvedla autorka Věra Juříčková (2008, s. 9-10) ve své publikaci Komunikace. Autor práce se přiklání ke druhé definici představitelů paloatské školy, jelikož mu přijde více komplexnější.

1.1 Modely komunikace

K prvním modelům komunikace patřily modely lineární. V tomto pojetí v komunikaci mluvčí mluví a posluchač poslouchá. Tento model nahradil později model interakční, který již počítá s výměnou rolí, kdy si posluchači a mluvčí své role vyměňují. Tento model nepočítá se situací, kdy posluchač může vstoupit mluvčímu do jeho sdělení. Problém řeší model transakční, který je v současné době nejvíce uznáván. Model nerozeznává mluvčího a posluchače. Oba jsou mluvčí a posluchači zároveň a tím je jejich role nijak neomezuje. Kdykoliv mohou sdělit informaci a kdykoliv mohou informaci pouze přijímat. Základní schéma interpersonální komunikace dále doplňují ostatní vlivy, které ovlivňují obraz komunikace. Těmi jsou šumy (vada řeči, špatná rozhlasová kvalita, neznalost jazyka), kontext komunikace či předchozí zkušenosti a postoje. Není jisté, že jedna osoba na sdělení zareaguje stejně jako osoba druhá. Kontexty, které odlišují způsob sdělení, mohou být fyzické (místo, obecnostvo), kulturní (životní styl, způsoby chování), sociálně-psychologické (postavení, vztah mezi mluvčími) či časové (podle posloupnosti událostí). Každé sdělení pak poskytuje příležitost ke zpětné vazbě od příjemce, která však není povinností (De Vito, 2015, s. 32-34).

1.2 Způsoby komunikace

Způsoby komunikace můžeme rozdělit na dvě části: verbální (digitální) a neverbální (analogové). Podstatou digitální komunikace jsou předem domluvené konvenční znaky, kterými bude komunikace probíhat. Nejčastěji to je řeč, v digitální formě to však může být psaná forma. Analogová komunikace je v dějinách lidstva starší způsob dorozumívání. Je to komunikace prostřednictvím obrazů, pohybu, barev či jiných symbolů. Pojem digitalizace v teorii komunikace znamená převedení analogového obrazu na digitální, což může být například převyprávění snu. Při takovém tlumočení však vždy vzniká ztráta informací, na kterou je potřeba dávat pozor. Mezi neverbální komunikaci patří například mimika (výraz tváře, oční kontakt), haptika (doteky), proxemika (vzdálenost mezi lidmi), posturologie (postoj těla) či gestika (gesta). Komunikovat se však dá i prostřednictvím různých předmětů (oblečení, účes, doplňky, auto, bydlení, ...) Neverbální komunikace oproti verbální bývá z pravidla více pravdivější. Bývá však v mnoha případech nevědomá, proto je v zájmu každé osoby se naučit tuto komunikaci ovládat, aby nekomunikoval tak, jak by nechtěl (Juříčková, 2008, s.19-20).

1.3 Funkce komunikace

Každá komunikace účelně i neúčelně plní svůj cíl. Komunikace tedy plní nějakou určitou funkci, za jakým byla vedena. Zbyněk Vybíral v knize Psychologie komunikace rozděluje funkce na 5 hlavních:

- Informovat – oznámit, předat či informovat o nějaké informaci (funkce informační)
- Instruovat – naučit, dát recept, navést (instruktážní funkce)
- Přesvědčit – přesvědčit, změnit názor, nebo také zmanipulovat či ovlivnit (persuasivní funkce)
- Vyjednat, domluvit – řešit a vyřešit nějaký spor, dojít k dohodě (funkce vyjednávací nebo operativní)
- Pobavit – rozveselit druhého či rozptýlit (funkce zábavní)

Autor dodává, že někteří komunikující dávají větší důraz na formu než spíše na obsah. Exhíbice a upoutání pozornosti mohou být hlavní funkcí této komunikace. Kvůli takové formě autor knihy přidává k základním pěti funkcím další dvě:

- Kontaktovat se – být v blízkosti, navázat kontakt jen pro sebepotvrzení, že někdo má zájem komunikovat s danou osobou (fatická nebo kontaktní funkce)

- Předvést se – prezentovat se, zalíbit se či naopak někoho zastrašit (sebe-prezentační funkce)

Většinou neexistuje komunikace, která by plnila pouze jednu funkci. Častým úkazem je poskytování informací za účelem informovat, avšak s doplňující persuasivní funkcí. To bývá příkladem některých zpravodajství, které informují o události a následně zprávu doplní skrytě jejich názorem. V tomto případě se jedná o manipulaci s názvem instrukce. Tato forma manipulace bývá používána neobjektivním zpravodajství. Manipulátor cíleně příjemce tlačí do závěru, jak má zprávu interpretovat a co si o ní má myslet. Radikální obdobou instruování jsou příkazy, které direktivně nabádají příjemce k jasným závěrům. Manipulovat se však dá i pouhou funkcí informační. Stále a důkladně opakovaná informace může změnit postoj příjemce (Vybíral, 2015, s. 31-32). Na účinnost těchto dvou praktik spoléhají právě autoři fake news. Hlavní persuasivní funkce jejich zpráv bývá skrytá za funkcemi zábavnými či informativními.

1.4 Formy komunikace

Jak už bylo výše uvedeno, komunikace se objevuje v mnoha formách a podobách. Prvním uvedeným formátem je intrapersonální komunikace, což je komunikace probíhající uvnitř člověka. Odesílatel je zároveň i příjemce. Mezi tuto formu se řadí přemýšlení, snění a uvažování. Intrapersonální komunikace může probíhat i během interpersonální komunikace kdy uvažujeme o dalším postupu při vedení rozhovoru. Interpersonální komunikací se myslí komunikace, které se účastní jeden či více komunikátů. Tím je například rozhovor (pohovor), což je komunikace prostřednictvím otázek a odpovědí. Formát tohoto pohovoru se však nemusí vztahovat pouze na rozhovor řečí, ale může být veden i elektronickou podobou pomocí e-mailů či na sociálních sítích. Další formou je komunikace v malé skupině, což znamená komunikace ve skupině pěti až deseti lidí. Tato forma komunikace může vést buď ke splnění vztahovým nebo úkolovým potřebám. Vztahové potřeby bereme jako pocit začlenění, náklonost a potřebu společenského styku. Úkolové potřeby mohou být například zvolení nového předsedy organizace či navrhnutí nové reklamní kampaně. Úkolem této komunikace je vyřešit problém. Další formou komunikace je komunikace veřejná. Zde se jedná o komunikaci mezi mluvčím a posluchači, kdy se jejich počet může pohybovat ke stovkám až milionům (De Vito, 2008, str. 29).

2 MÉDIA

„Pojem média rozhodně patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. Sociologové, psychologové, novináři i politici o médiích mluví a píšou často a v nejrůznějších souvislostech a významech. Mají tím na mysli především tisk, rozhlas, televizi, popř. média založená na digitálním zpracování a přenosu dat, která nesou nejasné označení „nová“. Význam pojmu je však širší. Ze slova „médiu“ je zřetelný patrný jeho původ. Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel (...) Obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médium/média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.“ Tak definuje pojem média Jiráček a Köpplová (2003, s. 15-16) ve své knize Média a společnost. Média lze brát jako nosiče veškerých informací. Uchovávají paměti o událostech let minulých a zprostředkovávají čerstvé informace o aktuálních událostech.

2.1 Vliv médií

Vliv médií na jedince je silný a nepopíratelný. Rozhoduje o tom, jaké informace se k jedinci dostanou a v jakém podání. Média mají jednoznačný vliv na socializaci jedince. Každá společnost se snaží předkládat určité hodnoty a normy, které by měli zastávat jejich příslušníci. Podle nich se pak jednotlivci mění a formují. Pro tento účel jsou média hojně využívána. To je také i důvod, proč se neustále ve vývoji médií objevují snahy o zneužití a ovládnutí (Burton, 2001, s. 23-24).

2.2 Rozdělení médií

Média se rozdělují podle několika kritérií. Podle vlastnictví se média rozdělují na veřejnoprávní a soukromá. Veřejnoprávní média jsou financována z koncesionářských poplatků a jejich provoz vyplývá z Listiny lidských práv a svobod. Patří mezi ně Český rozhlas, Česká televize a Česká tisková kancelář. Soukromá média jsou vlastněna soukromými podnikateli, převážně právníckými osobami. Na jejich provoz je potřeba licence. Dalším dělením je podle územních specifíků na regionální a celoplošné (Prokūpek, 2012).

2.3 Masová komunikace

Masová komunikace má ze všech forem komunikace k tématu fake news nejbližší. Název vznikl z počtu posluchačů podobající se mase lidí. Masová komunikace probíhá skrze masmédiá. V dřívějších dobách těmito masmédií byly hlavně periodické tisky a rozhlasové

vysílání. Poté k nim byly přiřazeny televizní vysílání a veřejně dostupná sdělení na internetu. Hlavním znakem masové komunikace je dostupnost, aktuálnost a sdělnost v krátkých pravidelných periodách. Díky tomu masová komunikace zastává významnou politickou, kulturní a sociální roli (Jirák, Köpplová, 2015, s. 18–19). Nevýhodou masové komunikace se může zdát anonymita posluchače a absence zpětné vazby. Nástupem internetu však tato nevýhoda mizí. V diskuzích pod články zpráv či v komentářích na sociálních sítích mohou příjemci reagovat na zprávy a tím dávat přímou zpětnou vazbu.

2.3.1 Sociální média

Sociální média jsou specifickým internetovým médiem. Jsou denně používaným nástrojem většiny populace a bez jejich fungování si někteří lidé nedokáží představit život. Je to právě místo, kde lidé vyhledávají informace a následně o nich debatují, nejčastěji v komentářích. Sociální sítě jsou široký pojem definovaný jako „internetová služba umožňující (zpravidla registrovaným) členům vytvářet svůj veřejný nebo částečně veřejný profil a navazovat virtuální vztahy s uživateli, s nimiž chtějí být ve spojení v rámci dané sítě, umožňující jim také komunikovat mezi sebou, sdílet společně informace, fotografie, videa, odkazy, plánovat akce a další aktivity. Většinu obsahu sociálních sítí vytvářejí samotní uživatelé. Sociální sítě virtuálně propojují různé osoby a instituce na základě společných přátelských či pracovních vztahů nebo stejného zájmu.“ (Havlová, 2018) Nejrozšířenější sociální sítí k říjnu roku 2018 je Facebook, který má 2,234 miliardy aktivních uživatelů (Statista, 2018). Právě Facebook je sociální sítí, kterou se fake news šíří nejúčinněji pomocí sdílení samotných uživatelů.

2.4 Mediální gramotnost

Mediální gramotnost patří k nejčastěji skloňované obraně proti fake news. Již nestačí informace dogmaticky přijímat jako pravdivé, ale je nutné si ověřovat jejich původ a pravdivostní hodnotu. Dávat pozor na skrytý záměr autora a odhalit podsouvání jeho názoru. Již dávno neplatí, že co se píše v novinách, to musí být pravda. „Z definice mediální gramotnosti jako schopnosti získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet v různých kontextech vlastní sdělení je asi tím nejdůležitějším bodem umění kritického přístupu ke všemu, co nám současná média včetně těch nových internetových nabízejí k uvěření. Začíná to u generace dětí, které by měly být schopné rozeznat v elektronické poště a v diskusích na síti člověka, jenž se snaží zneužít dětské hravosti a důvěřivosti, od kamaráda, na kterého se dá spolehnout. Pokračuje to u teenagerů, jejichž

suverenita při zacházení s nejnovějšími digitálními vymyšlenostmi je může zbavit nezbytné ostražitosti jak při stahování souborů s nebezpečnými viry a skrytými trojskými koňmi, tak při nekritickém přijímání myšlenek a ideologií, které se tváří jako lék na všechny problémy světa.“ (Šmíd, 2015). Z tohoto textu vyplývá, že mediální výchova by se měla praktikovat hned na začátku studia dětí a tím je připravit na všechny potenciální hrozby, které je mohou v mediálním prostředí čekat.

Tymothy Synder (2017, s. 64-71) v knize Tyranie jako jednu z 20 lekcí z 20. století doplňuje potřebu investování do kvalitní žurnalistiky jako další obranu proti manipulaci a fake news. Stejně jako za ostatní služby, u kterých jsou očekávány kvalitní výsledky, by se mělo za kvalitní žurnalistiku platit. Práce novináře na kvalitním a fakticky správném článku je o dost náročnější než napsání zprávy nepodloženou o žádný výzkum či sběr dat. Proto je dobré brát investici do novinářské činnosti jako záruku kvalitní žurnalistiky, která pak má nemalý podíl na celkovém veřejném mínění a hodnotách ve společnosti.

3 MANIPULACE A MYSIDE BIAS

3.1 Manipulace

Manipulace je „proces ovlivňování jednotlivce, skupiny či společnosti, v jehož důsledku se výrazně mění názory a postoje cílové skupiny, aniž by si to dotyční nutně uvědomovali. Techniky manipulace lze nalézt v reklamě, stejně jako v politickém marketingu“ (Nutil, 2018, s. 19) Falešné zprávy mají za cíl zmanipulovat čtenáře a změnit jeho názor ve prospěch autora. Samotný čtenář si však většinou manipulace není vědom.

3.2 Argumentační fauly

„Argumentační fauly (neboli řečnické triky, argumentační klamy apod.) jsou v diskuzi používány za účelem přesvědčení oponenta či publika o správnosti názoru mluvčího bez ohledu na platnost (nebo pravdivost) samotných argumentů. Jedná se často o součást propagandy a využívají je ke své argumentaci manipulátoři.“ (Knihovna argumentačních faulů, 2018) Mezi nejčastější argumentační fauly využívané v souvislosti s fake news jsou tyto následující:

- **Falešné dilema aneb Všechno, nebo nic** – tento faul působí na čtenáře tím, že se musí rozhodnout mezi dvěma možnostmi a mezi nimi neexistuje žádný kompromis. Příklad: Kdo nejde s námi, jde proti nám!, Kdo nebojuje proti nelegálním uprchlíkům, souhlasí s jejich přijímáním.
- **Důkaz kruhem** – jedná se o deduktivní postup, který je však mylný, při němž se proces dedukce dostane do kruhu. Jedná se o prázdný důkaz, který nic nedokazuje. Příklad: Bible je pravdivá, protože je inspirovaná slovem Božím, což víme, protože se to v ní píše.
- **Šikmá plocha** – tvrzení, které dává za sebou následné události, které však spolu nemusejí vůbec souviset. Vyvolává strach, že jedna maličkost může způsobit velké problémy. Příklad: Lžeš. Kdo lže, ten krade. Kdo krade, může i zabít. S vrahem se nebudu bavit.
- **Dovolování se autority** – autor se odkazuje na autoritu, která však může být irelevantní či smyšlená. Příklad: Jarda Jágr řekl, že takže je jasné, že to tak je. nebo Experti zjistili, že...

Jako další příklady jsou například Unáhlené zobecnění, Nereprezentativní vzorek, Slučování nesouvisejícího a redukce příčin (Nutil, 2018, s. 130-135). Argumentačních faulů, které se využívají v dezinformačních člancích je opravdu mnoho a k jejich vyjmenování by mohla sloužit další bakalářská práce. Autor práce vybral ty argumentační fauly, které budou využity v praktické části této bakalářské práce.

3.3 Sociální a informační bubliny

Takzvané bubliny, ve kterých se po celý život nachází jedinci, lze rozdělit na informační a sociální. Tyto bubliny toho mají hodně společného, lze však mezi nimi najít různé rozdíly. S pojmem informační bubliny přišel v roce 2011 internetový aktivista Eli Pariser. Jedná se o bublinu, kterou vytváří samotné internetové stránky tím, že prostřednictvím algoritmů uživatelům předkládají obsah, o který mají větší zájem. To je obsah, který podporuje názory a postoje jedince a nikterak proti nim neodporuje. Tento jev se může objevovat na všech kanálech, kde probíhá mediální obsah: Facebook, Google, či zpravodajské servery. Rizikem těchto informačních bublin je takzvaná intelektuální izolace. Jedincům se zobrazuje obsah pouze podporující jejich názor a ti pak nemohou svůj názor konfrontovat s jinými názory. To zapříčiňuje absenci platformy pro otevření debaty. (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 112-116)

Sociální bubliny se oproti informačním bublinám vyskytovaly dříve před novými technologiemi v médiích. Sociální bubliny se vytvářejí mezi lidmi, kteří se navzájem liší kulturně, sociálně či politicky. Mezi těmito bublinami pak není možné oboustranné výměny informací a vytváří tak dojem, že podoba sociální bubliny je podoba celé společnosti. Příkladem mohou být prezidentské volby v roce 2013. Před volbami byly obě skupiny kandidátů přesvědčené, že vyhraje právě jejich kandidát. Často byla slýchaná fráze typu „neznám nikoho, kdo bude volit toho druhého, můj kandidát zvítězí.“ To zapříčinilo fakt, že si voliči vytvořili dvě bubliny, které však mezi sebou nebyly konfrontovány (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 116). Setkávat se s lidmi s podobnými názory a postoji je přirozené, ale může být i velmi nebezpečné. Sociální bubliny vytvářejí ve společnosti nestabilitu, která poté může vzejít až v konflikt.

3.4 Myside bias

Myside bias lze definovat jako tendenci k tomu, aby lidé upřednostňovali informace, které potvrzují jejich předsudky nebo hypotézy bez ohledu na to, zda jsou tyto informace pravdivé. Předsudky se objevují zejména v případě emocionálně významných otázek a stanovených

přesvědčení. (Myside bias Law and legal definition) Lidé hodnotí důkazy, vytváří důkazy a testují hypotézy způsobem, který je předurčen k jejich názorům a myšlení. (Hale, 2018) Čavojová se svým týmem (2018) provedli výzkum mezi převážně vysokoškolskými studenty na téma mysid bias s názorovým rozdělením ohledně interupce. Participantům byly předloženy tři témata o třech tvrzeních s tím, že první dvě tvrzení jsou pravdivé. Participantů měli rozhodnout, zda třetí tvrzení logicky vyplývá z prvních dvou. Jednalo se o zkoušku čistě logického uvažování, při kterém se museli participantů oprostít od svých postojů a názorů. I přesto však výzkum dokázal, že stávající postoje účastníků k potratům zasahovaly do jejich logických úvah. Především měli účastníci potíže s přijetím logicky platných sylogismů, které odporují jejich stávajícím přesvědčením. Podobně jim bylo těžké odmítnout jako nelogické ty neplatné sylogismy, které odpovídají jejich přesvědčení. Výsledky ukazují, proč se debaty o kontroverzních otázkách často zdají být marné.

4 DEZINFORMAČNÍ ČLÁNKY

4.1 Hlavní znaky

Prvním společným znakem dezinformace je podezřelý zdroj informací. V některých případech může být zdroj falešný, někdy neúplný či může chybět úplně. Díky tomu autor dezinformací může pracovat s informacemi jakkoliv uzná za vhodné k vlastnímu prospěchu. Dalším znakem je opření se o autoritu odborníků či známé osobnosti. Ti však buď nemusí existovat nebo se k danému tématu nemuseli vůbec vyjádřit a autor si jejich komentář vymyslel. Fake news bývají doplněné o video či fotografii, které však mohou být přeměněny či vytrženy z kontextu. Čtenáře má za úkol ohromit a vyvolat emoce. To je i hlavním úkolem titulku. Titulek často bývá dlouhý a psaný velkými písmeny, nabádající k otevření článku. Článek se pak neopírá o fakta, ale hlavně o emoce. Proto zde bývají použita expresivní slova, která mohou hraničit až s citovým vydíráním (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 58-75). Dezinformační praktiky však nelze nijak generalizovat, jelikož jejich znaky se liší příklad od příkladu. Tyto znaky však bývají nejčastěji využívány, proto jsou uvedeny.

4.2 Výskyt

Nejčastější výskyt dezinformačních článků lze najít na dezinformačních webech, takzvaných alternativních zpravodajstvích. Z výzkumu agentury STEM vyplývá, že v roce 2016 již 25 % české populace věřilo těmto webům více než tradičním médiím. Hlavním znakem všech webů bývá jejich netransparentnost. Nelze u nich zjistit provozovatele webu, autory článků ani způsob financování. Nejčtenějším dezinformačním webem jsou Parlamentní listy, které k roku 2016 čítalo přes půl miliónu unikátních čtenářů měsíčně. Dalšími příklady jsou Aeronet, Svět kolem nás či česká verze Sputniku. Odtud články putují na sociální sítě, kde se šíří pomocí sdílení mezi další čtenáře. Role těchto dezinformačních webů bývá často posílená některými veřejnými činiteli. Například Miloš Zeman opakovaně přebírá různá témata právě z těchto webů nebo Zdeněk Škromach na svých sociálních sítích šířil obsah z dezinformačního webu. (Dezinformačním webům věří už 25 procent Čechů, 2016)

4.3 Autoři článků

Fake news či hoax v dnešní době může vytvořit kdokoliv a nepotřebuje k tomu žádné složité pomůcky. Stačí k tomu nápad a přístup k internetu. Většinu tvorby mají však na svědomí takzvaní internetoví trollové. Jejich hlavní úlohou nemusí být jen tvorba fake news či hoaxu,

ale i jejich šíření a ochrana před nařčením, že se jedná o dezinformaci. Účastní se různých diskuzí na sociálních sítích, kde se na sebe snaží upoutat pozornost, utlumit oponenta a zdiskreditovat konstruktivní debatu různými argumentačními fauly. V dnešní době existují trollové fungující na bázi umělé inteligence. Ti vytváří vlastní obsah, sdílí články a vytváří další jiné aktivity. (Alvarová, 2017, s. 94-121)

Dalšími tvůrci dezinformací jsou politická uskupení, která tvořením a šířením falešných zpráv naplňují své politické ambice. Patří k nim hlavně xenofobní a extrémistické skupiny, které využívají různé poplašné a zkreslené zprávy k vyvolávání strachu. Ty pak nejlépe slouží k verbování nových příznivců a zvyšování volebních výsledků ve volbách (Nutil, 2018, s. 142-143).

4.4 Fake news

Tématem celé bakalářské práce je fake news neboli falešné zprávy. Pojem je to poměrně nový, ale fake news existovaly dávno před vznikem samotného pojmu. Dříve byly tyto falešné zprávy pojmenovávány jako dezinformace. Jsou to falešné a nepravdivé zprávy, které se vyskytují v médiích a na sociálních sítích, nejčastěji na Facebooku. I když se jedná o fake news, neznamená to, že celá zpráva je smyšlená. Většinou zprávy mají nějaký pravdivý základ, který je však špatně interpretován či změněn ku prospěchu autora. Cílem autora je manipulovat a ovlivnit příjemce. Tímto příjemcem může být celá veřejnost či určitá část společnosti, například politici (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 8-9). Pojem fake news je definován mnoha způsoby, ale jejich základ bývá stejný, jako je to u výše zmiňované interpretace. Definovat pojem fake news je klíčový pro boj proti nim. Nelze totiž čelit proti problému, který není jasně a srozumitelně uchopený.

Za popularizací tohoto pojmu stojí výsledky referenda o vystoupení Velké Británie a výsledky americké prezidentské volby, kterou vyhrál Donald Trump. To dokazuje i fakt, že v tu dobu byl zaznamenán velký počet vyhledávání pojmu fake news na internetovém vyhledávači Google. Při těchto příležitostech byly fake news využity ve velké míře a měly nemalý vliv na jejich výsledky (Schneider, 2017).

4.4.1 Příklady fake news

Prvním příkladem fake news je český článek zveřejněný na webu svetkolemnas.info. Jedná se o článek s názvem „Pokud je to pravda, nastane šok. Rozdělení ČSFR v roce 1992 je

zřejmě neplatné!“, který byl zveřejněný 4. března 2016. Jak už je z jeho názvu patrné, pojednával o tom, že rozdělení ČSFR v roce 1992 bylo neplatné a veškeré další zákony, které byly přijaty po této události, jsou neplatné. To znamená, že Česká republika by nebyla součástí Evropské unie či členem Severoatlantické aliance NATO. Článek byl sdílen na Facebooku prostřednictvím stránek Česká realita na tvrdo a bez cenzury a Svobodné Československo, kudy se pak šířil do dalších skupin, jako například Přátelé Ruska v České republice. Dnes má tento článek přes 29 tisíc Facebook interakcí a to ho řadí k nejúspěšnějším fake news v České republice (Zlatkovský, Kočí, 2016).

Dalším příkladem jsou události z asijské Barmy Zde k zažehnutí nenávisti proti muslimské menšinové komunitě využívají budhističtí extrémisté sdílení dezinformací skrze sociální síť Facebook. V roce 2012 mělo pouze 1 % obyvatelů přístup k internetu, o tři roky se jejich počet navýšil na čtvrtinu. Mobilní telefony se většinou distribuují již s předinstalovanou aplikací Facebook. Mnich Wirathu v roce 2014 rozpoutal prostřednictvím falešné zprávy o znásilnění a upozornění „džihádu proti nám“ smrtelné násilí proti komunitě Rohingů. Facebook reagoval na násilí najmutím zástupců Facebooku mluvících místním jazykem. Měli za úkol regulovat nebezpečný obsah na jejich sociální síti pomocí mazání příspěvků. To však nepomohlo, a i kvůli těmto fake news situace vyeskalovala a uteklo více než milion Rohingů z Barmy, kdy přes sto tisíc Rohingů muselo žít v internačním táboře. OSN označila tuto událost za genocidu. I přes nátlak vedení Facebooku a jejich usilovnou regulaci se však situace kolem fake news tímto nevyřešila a nadále se zhoršovala (Osnos, 2019) Na tomto příkladu je jasně patrné, jak fake news mohou být nebezpečné a dopomocť k násilnému jednání.

4.5 Hoax

Hoax je dalším pojmem, který je úzce spjatý s fake news. V některých případech se tyto pojmy překrývají a od sebe se nikterak neodlišují. Autorem je anglický jazykovědec Robert Nares, který v 18. století vycházel z latinského hocus, což znamená trik, slovo známé z již zlidovělého zařikávání kouzelníků hocus pocus. Jedná se o záměrně vymyšlenou zprávu, která se vydává za zprávu pravdivou. Před nástupem sociálních sítí se nejčastěji s tímto pojmem dalo setkat v souvislosti s řetězovými e-maily. Nyní se nejčastěji vyskytují na sociálních sítích. Může se jednat o fámou, mystifikaci, poplašnou zprávu či podvržený citát známé osobnosti. Formát může být čistě jen text, fotografie nebo i video. Aby byl hoax účinný, musí přitáhnout pozornost čtenáře a donutit ho hoax šířit dál mezi své přátele. Toho docílí

i tak, že zprávu podá jako informaci, o které oficiální kruhy jako jsou média, politici či farmaceutické společnosti úmyslně mlčí. Proto je nutné sdílet článek prostřednictvím čtenářů. (Nutil, 2018, s. 136-140)

Příkladem hoaxy může být fotomontáž fotky pořízené údajně 11. září 2001 těsně před teroristickým útokem na Světové obchodní centrum v New Yorku. Je na ní turista, který je vyfocen s blížícím se dopravním letadlem těsně před nárazem. Fotografie podle autorů byla nalezena v ruinách na místě neštěstí. Fotomontáž se začala šířit pár dnů po útoku a dostala se k milionům lidí přes e-mailové zprávy. Důkazy však dokázaly, že se jednalo o fotomontáž. Letadlo na fotografii se řítí na budovu ze severu, reálně však letělo z jihu. Na fotografii se také vyskytuje jiný typ letadla, než které bylo skutečně uneseno. Konečným důkazem pak nakonec byla původní fotografie, jejíž autorem byl Jonathan Derden. (Nutil, 2018, s. 146-147)



Obrázek č. 1 – Turista na World Trade Center (Zdroj: <https://www.snopes.com/fact-check/tourist-wtc-911/>)

4.6 Satira

Častým úkazem je zaměnění satirického článku za pravdivý fakticky podložený článek. Zde se nejedná o fake news, ale pouze o vtip se záměrem pobavit čtenáře. Důležitým faktorem k uvěření článku je jeho aktuálnost a zdali podporuje názor čtenáře. Jeho forma by neměla být rozdílná od opravdových zpravodajských webů. Prvním „zpravodajským webem“ zveřejňující satirické články bylo zpravodajství infobaden.cz. Jeho produkce je však v současné

době neaktivní. Jako další příklad lze brát web az247.cz, který se nápadně podobá populárnímu webu zveřejňující konspirační teorie ac24.cz. Tento web je oproti prvnímu stále aktivní (Kasík, 2018).

4.6.1 Příklady satiry

Příkladem je zpráva z webu pravdive-zpravy.cz. Tento web je pověstný svými satirickými články jako jsou „*Vlajkonošem Tibetu na olympiádě v Riu bude Miroslav Kalousek! Potvrdil ho Dalajláma!*“, „*Oprava lanovky na Petřín se protáhne. Pomůže Nepál, pošle své šerpy!*“ a podobně. Na svém webu v roce 2016 zveřejnili článek s názvem „*Čeká češtinu revoluce? EU chce zrušit písmeno Ř! Prý kvůli zjednodušení...*“. Podle článku má být písmeno Ř zrušeno lingvistickou radou Evropské unie z toho důvodu, že ho nikdo jiný v Evropě nevyužívá a pro obyvatele Evropské unie, kteří neumí češtinu, je těžké na vyslovení. Rada bude zrušení monitorovat a v případě úspěšnosti má v plánu dále odstranit písmeno E s háčkem. Tuto satirickou zprávu převzal za pravdivou konspirátor a provozovatel České nezávislé televize Petr Ortek. Zprávu prezentoval později ve své televizi a označil ji za bejkárnu zplozenou chorými mozky v komisích Evropské unie. Odkazoval se na jazykovědce Petra Měcha, který je však smyšlený a často využívaný ve člancích webu pravdive-zpravy.cz jako odborník na různá odvětví jako je politika, lední hokej či doprava. Navíc žádná lingvistická rada Evropské unie, která chce zrušit písmeno Ř, vůbec neexistuje (Nutil, 2016). Vrcholem tohoto satirického článku byl fakt, když jí následující rok za pravdivou přijmul senátor Jaroslav Doubrava a sdílel tuto zprávu na svém facebookovém profilu. Za sdílení této zprávy se i přes četná upozornění, že se jedná o satiru, neomluvil. Tím zpráva sdílením veřejného činitele nevědomě získala větší kredibilitu a stala se tak více nebezpečnější (Malecký, 2017).

5 METODIKA PRÁCE

5.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je zjistit, jak pracují se zprávami studenti vysoké školy ze dvou rozdílných názorových skupin. Jak vnímají hrozbu fake news a jestli se cítí být její součástí. Názorovým rozporem byl vybrán spor mezi vegany a lidmi bez specifických stravovacích návyků. Cílem práce není rozhodně vyřešit tento spor, ale podrobit participanty experimentu, ve kterém budou analyzovat dva články, přičemž jeden bude podporovat jejich názor a druhý vyvracet. Cílem práce bude zjistit, zda dají článku podporující jejich názor přednost. Ten bude ovšem vymyšlený autorem práce a bude obsahovat znaky fake news. Zjišťovat se bude, zda jejich názor neutlumí ostražitost při čtení fake news.

5.2 Výzkumné otázky

- Jak vnímají studenti vysoké školy problematiku fake news?
- Má názorový postoj studentů vysokých škol vliv na odhalení fake news?

5.3 Participanti

„Pro zdárný průběh kvalitativního výzkumu (...) je důležité, aby byli respondenti dobře vybráni. Respondenti musí zasahovat požadovanou cílovou skupinu a je třeba, aby byli schopni se k tématu vyjádřit. Rekrutace probíhá na základě připravených výběrových kritérií. Stanovení výběrových kritérií je třeba věnovat velkou pozornost – správné rekrutování je pro úspěch celého výzkumného projektu stěžejní“ (Tahal, 2017, s. 43). K výzkumu bude vybráno deset participantů splňující předem daná kritéria. Těmi jsou věk, aktivní studium, obor studia, pohlaví a stravovací návyk. Participanti budou ve věkové skupině 18 až 27 let, což je část generace Y. Musí aktivně studovat vysokou školu prezenční formou. Participanti budou vybráni napříč různými obory, aby výsledky nebyly nijak zkreslené prostřednictvím oboru. Poměr mužských a ženských participantů bude stejný. I zde bude pozorováno, jestli mezi výsledky neexistují nějaké rozdíly. Dále podle způsobu stravování budou na polovinu rozděleni participanti bez specifických stravovacích návyků a participanti se stravovacím návykem veganství. Klíčové je to, aby participanti nebyli předem obeznámeni s předmětem výzkumu. Před experimentem jim bude řečeno, že se jedná o bakalářskou práci na téma stravovacích návyků. Reakce a odpovědi participantů budou porovnávány a následně interpretovány.

5.4 Metody výzkumu

Jako metody výzkumu byly vybrány analýza textů, experiment a hloubkový strukturovaný rozhovor. Hlavní částí výzkumu bude kvalitativní hloubkově strukturovaný rozhovor. „Kvalitativní výzkum přináší odpovědi na otázku PROČ. Na rozdíl od výzkumů kvantitativních, které jsou založené na statistickém vyhodnocování získaných dat, posláním kvalitativních výzkumů je analyzovat tzv. měkká data. Tím máme na mysli, že řízeným rozhovorem s respondenty pronikáme do způsobu jejich uvažování o dané problematice, snažíme se porozumět, co vede zákazníky vede k jejich konkrétním postojům“ (Tahal, 2015, s. 65). Text sice pojednává o marketingovém výzkumu, ale zásady se od tohoto výzkumu nikterak neliší, snad jen že se nebude ptát zákazníků a pro výzkum se budou využívat participanti, ne respondenti. Experiment a hloubkový strukturovaný rozhovor bude využit na participantech hned po sobě. Participanti nesmí před tímto výzkumem vědět, co autor práce zkoumá. Pokud by participanti věděli předem předmět výzkumu, jejich interpretace textu v experimentu by byla více ostražitá a nebyla by autentická. Cílem je zachytit přirozenou práci s informacemi.

5.4.1 Analýza textu

Autor práce nejprve vybere dvě zprávy, které budou fakticky správně a bez žádného náznaku fake news. Jeden článek bude podporovat veganství, druhý bude podporovat stravování bez specifických návyků. V analýze budou jasně definovány části, které jsou důkazem věrohodnosti a pravdivosti zprávy.

Druhou částí bude sepsání dvou zpráv, které se na první pohled budou zdát jako zprávy nikterak rozdílné od prvních dvou. Jedna zpráva bude podporovat veganství, druhá bude podporovat stravování bez specifických návyků. Rozdíl však bude v tom, že budou vymyšlené autorem práce. Zprávy nebudou fakticky podložené, budou emočně zabarvené a se znaky typické pro fake news. Tyto znaky budou v analýze jasně definované.

5.4.2 Experiment

Experiment proběhne s participanty před jednotlivými hloubkovými strukturovanými rozhovory. Participanti nebudou předem obeznámeni s předmětem výzkumu. Během experimentu budou nejprve tázáni na jejich způsob stravování, poté se předloží dvě zprávy. Zpráva, která bude podporovat jejich způsob stravování, bude právě fake news. Cílem experimentu je zjistit, jak participanti pracují s těmito zprávami a jestli dokáží odhalit fake news, i když

zrovna podporuje jejich přesvědčení. Na konci bude řečen pravý důvod experimentu a předmět celé bakalářské práce. Poté bude výzkum s každým jednotlivým participantem pokračovat dále hloubkovým strukturovaným rozhovorem.

5.4.3 Hloubkový strukturovaný rozhovor

Hloubkový strukturovaný rozhovor bude následovat hned po experimentu, kde si participant mohl názorně vyzkoušet práci s textem a odhalování fake news. Po předchozím experimentu se předpokládá, že participant bude odpovídat pravdivěji a upřímněji, než jak by odpovídal v rozhovoru bez experimentu. Cílem rozhovoru bude dozvědět se, jak participant pracují s informacemi, jaká je jejich obrana proti fake news a jestli již mají s fake news nějaké zkušenosti. Dále budou participant dotazováni, jak by se podle nich mělo bojovat proti fake news a jak by se zachovali, kdyby fake news odhalili. Rozhovor má sice jasný scénář, ale jeho průběh bude od každého rozhovoru rozdílný. Během rozhovoru totiž budou podávány doplňující otázky, které dopomohu dostat se k jádru dané problematiky.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 ANALÝZA ČLÁNKŮ

V následujících odstavcích budou zanalyzovány články, které jsou využity v praktické části bakalářské práce. Právě u fake news jak pro vegany, tak pro participanty bez stravovacích návyků, budou uvedeny veškeré znaky fake news, které jsou v textu použity. Podobnost těchto dvou fake news je použita z toho důvodu, aby se následné práce participantů s textem daly mezi sebou porovnat. Celé znění článků je uvedeno v příloze bakalářské práce.

6.1 Článek pro vegany

Článek pro vegany má název „Pokud chceš zachránit svět, veganství není odpověď“. V textu autor uvádí protichůdný názor k článkům uvádějící veganskou stravu jako záchranu životního prostředí. Článek je opřen o zkušenost britské farmy, která přešla v rámci projektu Rewilding na extenzivní chov dobytka. Poté popisuje jednotlivé pozitivní změny, které se objevily. Dále autor uvádí informace ze zprávy z organizace OSN pro výživu a zemědělství z roku 2015, z britského časopisu Farmers Weekly či organizace UN Food and Agriculture Organisation. Odkaz na původní text je uveden v seznamu zdrojů. (Tree, 2018)

6.2 Fake news pro vegany

Fake news prezentováno veganům se jmenuje „Veganství jako poslední možnost záchrany. Zde jsou jasné důkazy.“ Již ve svém názvu obsahuje první typický znak, jelikož fráze „zde jsou jasné důkazy“ názvy fake news často obsahují. Nejdříve je deklarováno nějaké tvrzení a poté potvrzeno důkazy uvedené v článku samotném. V textu jsou pak vymyšlené informace, studie nepodložené o žádné zdroje a vědec Patrick Moore, který však vůbec neexistuje. Jsou využity typické fráze jako američtí výzkumníci přichází s jediným řešením tohoto problému a podobně. V textu jsou citově zabarvená slova, která mají emočně působit na čtenáře. Dále je jasně deklarováno, že přejít na veganskou stravu je jediný způsob, jak zachránit svět a jiné možnosti znamenají tragický konec. Závěrem text obsahuje komentář Bena Cristovaa, který je však smyšlený. Ten dává velký důraz na emoční stránku veganství. Nejedná se však o žádného váženého odborníka k tématu, aby byl komentář brán jako relevantní. Celý text fake news je uveden v příloze bakalářské práce, jeho autorem je samotný autor práce.

6.3 Článek pro participanty bez specifických stravovacích návyků

Dalším uvedeným článkem je článek s názvem „Nejúčinnější způsob, jak snížit svůj dopad na Zemi, je veganská strava“. V textu autor udává fakta a důvody, proč je dobré pro životní prostředí přejít na rostlinnou stravu. Text se opírá o výzkum z Oxfordské univerzity zveřejněný v žurnálu Science. Je zde jasně popsána metodika výzkumu a zkoumaný vzorek. Článek je doplněn o komentář vedoucího výzkumu Josepha Poora. Text obsahuje fakta a výsledky studie, které však nijak nevytváří tlak na čtenáře. Jedná se o volný překlad článku z internetového zpravodajského portálu The Guardian zveřejněný 31.května 2018. Odkaz na původní text je uveden v seznamu zdrojů. (Carrington, 2018)

6.4 Fake news pro participanty bez specifických stravovacích návyků

Druhým dezinformačním článkem je „Veganství jako poslední možnost záchrany planety? Rozhodně ne! Zde jsou jasné důkazy.“ Podobnost s předchozím fake news je cílená z důvodu potřeby porovnání práce s textem. I v tomto titulku se objevuje typický znak fake news v podobě fráze „Zde jsou jasné důkazy.“ V textu jsou užity podobná citově zabarvená slova sloužící k emoční manipulaci. Informace jsou vymyšlené a nejsou opřené o žádné zdroje. I zde lze najít typické fráze jako američtí vědci přichází s jediným řešením tohoto problému. V závěru je uveden komentář herce Jiřího Stracha, který údajně na základě výše zmiňované studie přestal být veganem. A to z toho důvodu, že mu není budoucnost jeho dětí lhostejná a nechce se před svými dětmi stydět. I tento komentář je zcela vymyšlený, navíc se nejedná o žádného odborníka v oboru, tudíž lze tento komentář brát jako irelevantní. Celý text fake news je uveden v příloze bakalářské práce, jeho autorem je samotný autor práce.

7 PŘEDSTAVENÍ PARTICIPANTŮ

- Participant 1 – muž, 24 let, student VŠ, Fakulta Multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, bez specifických stravovacích návyků.
- Participant 2 – žena, 21 let, studentka VŠ, Fakulta Multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, vegankou 2 roky.
- Participant 3 – muž, 26 let, student VŠ, Fakulta Technologická Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, veganem 4 roky.
- Participant 4 – žena, 23 let, studentka VŠ, Lékařská fakulta Masarykovy univerzity v Brně, vegankou 4 roky.
- Participant 5 – žena, 22 let, studentka VŠ, Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, bez specifických stravovacích návyků.
- Participant 6 – muž, 24 let, student VŠ, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, bez specifických stravovacích návyků.
- Participant 7 – muž, 24 let, student VŠ, Technologická fakulta Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, bez specifických stravovacích návyků.
- Participant 8 – žena, 24 let, studentka VŠ, Fakulta managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, bez specifických stravovacích návyků.
- Participant 9 – žena, 22 let, studentka VŠ, Fakulta hygieny a ekologie Veterinární a farmaceutická univerzita v Brně, veganka 1 rok.
- Participant 10 – žena, 21 let, studentka VŠ, Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, veganka 3 měsíce.

8 ANALÝZA EXPERIMENTU

Úkolem participantů bylo přečíst si dva články, přičemž první deklaroval fakt, že veganství má pozitivní vliv na životní prostředí a druhý deklaroval to, že veganství není správná cesta, jak snížit negativní dopad na životní prostředí. Každému účastníkovi byly vždy podány dva články tak, aby článek, který podporuje jeho názor, byl fake news. Po přečtení článků následovalo zodpovězení na otázky týkající se článků. Po zodpovězení otázek bylo řečeno pravé téma bakalářské práce (Fake news a studenti vysokých škol) a bylo požádáno o určení, který z článků je podle nich fake news.

Po převzetí článků byl průběh u všech participantů stejný. Nejdříve si přečetli titulky obou článků a poté začali číst článek, který podporoval jejich názor. Na čtení se participanti soustředili a během čtení se nevyptávali. Nejčastější reakce v podobě úsměvu či zasmání byla u komentářů hudebníka Bena Cristovaa a herce Jiřího Stracha v závěru obou článků. Participantů oznámili dokončení čtení a poté přišla řada na otázky.

- **Jak na vás oba články působí?**

Všech deset participantů dokázalo bez problému identifikovat, že se jedná o články, které se mezi sebou rozporují. Každý participant určil, který článek je pro veganství a který je proti veganství.

Na participanty bez specifických stravovacích návyků působily články různorodě. Participant 1 uvedl, že se podle něj jedná o články, které nemohl psát nikdo objektivní. „Články jsou dost subjektivní a autor v nich vždy obhajuje svůj názor.“ Participant 5 odpověděl následovně: „Článek pro veganství na mě působí odborněji, protože jsem se dívala na zdroje. Je tu uvedena studie, kde byla publikována i kým byla nashromážděna. Dále je tu i informace, kolik dat nasbírali. Druhý článek (fake news) na mě působil méně seriózně, jak z nějakého bulváru. Ten často používá frázi američtí vědci.“ S tvrzením, že druhý článek (fake news) působí jako bulvární článek souhlasí i participant 8. Dále dodává, že důvěryhodně na něj působí článek pro veganství, jelikož je v něm hodně čísel. Participant 7 doplňuje, že oba články byly podle něj napsány někým zaujatým. „Ve článku pro veganství je uvedena Oxfordská univerzita, což je pro mě něco váženého. Oba dva články však na mě působí pravdivě,“ říká participant 7.

Odpovědi veganských participantů se příliš nelišily. Na participanta 2 články působily pozitivně: „Podle mě jsou v článku uvedené argumenty, které přesvědčují o pravdivosti uvedených informací. Jako veganka na mě článek pro veganství (fake news) nepůsobí tak zle. Tam hovoří o věcech, kterým sice nerozumím, ale dává mi to logiku.“ Participant 3 hned při prvním dotázání začal napadat faktickou stránku článku proti veganství. Zdůrazňoval, že na jednoho člověka přijde deset krav, tudíž podle tohoto článku by muselo být na Světě 70 miliard krav, což je nereálné. Participant 3 se jasně deklaroval, že článek pro veganství (fake news) na něj působí pozitivněji. Podobně reagoval participant 9: „Článek proti veganství mě trochu naštvál, za to s článkem druhým (fake news) souhlasím stoprocentně. Chovat extensivním způsobem dobytek pro 7 miliard lidí je hloupost.“ Na participanta 10 článek proti veganství působí jako soupis nějakých číselných údajů, za to článek pro veganství (fake news) je čtivější.

- **Který z článků se vám více líbil/nelíbil?**

U participantů bez specifických stravovacích návyků opět nedošlo k žádnému většímu souladu. Participant 6 a participant 7 se shodli, že se jim více líbí článek proti veganství (fake news). Ztotožňují se totiž s názorem, který je v textu uveden. Participantovi 5 odpověděl následovně: „Více se mi líbí článek pro veganství. Ne, že bych byla veganka, ale protože jsou zde řádně ocitované zdroje, je to napsáno seriózně a ne bulvárně.“ Participant 1 a 8 nedokázali posoudit, který z článků se jim více líbí. Participant 1 z toho důvodu, že jsou oba články dost podobně napsané a Participant 8 z důvodu, že se nedokáže ztotožnit s ani jedním názorem z článků.

U participantů veganů panovala jasná shoda. Všem se líbil článek pro veganství (fake news). Participant 3 u článku proti veganství naráží na problém, že si nedovede představit, jak by byla tato představa o chovu dobytku pro tolik lidí uskutečnitelná. Participantovi 4 se více líbí článek pro veganství (fake news), protože si myslí, že je více pravdivější než článek proti veganství. Uznává, že obě studie sice nečetla, ale v článku pro veganství (fake news) jsou informace, které již četla z jiných zdrojů. Participant 5 byl přesvědčený, že článek proti veganství není pravda. Participant 9 odpověděl následovně: „Protože se ztotožňuji s těmi názory, čtu si články, které takhle mluví a takové články ráda vyhledávám.“ Participant 10 podává poněkud mírnější verdikt, avšak stále se přiklání na stranu článku pro veganství (fake news): „Oba články mají něco do sebe. Nemůžu říct, že jeden je špatný a jeden je dobrý. Co

se ale týče mě, tak já se více přikláním k tomu článku pro veganství. V tomto článku je spousta informací, které jsou pro mě příjemné a souhlasím s nimi. To se o druhém článku říct nedá.“

- **Se kterým článkem více souhlasíte? Ke kterému článku byste se více přiklonil?**

Odpovědi participantů bez specifických stravovacích návyků na tuto otázku se moc nelišily od otázky předchozí. Participant, kteří v předchozí otázce nedokázali rozhodnout, který článek se jim více líbí, byli požádáni o vybrání jednoho článku, ke kterému by se více přiklonili. Participant 1 si vybral článek proti veganství (fake news) z tohoto důvodu: „Oba články mají v sobě určitě trochu pravdy. Článek pro veganství mi ale přijde více matoucí, protože je v něm zmíněno strašně moc číselček, procent a podobně. Přijde mi, že se snaží člověka zmást, aby si řekl sakra to zní komplikovaně, to musí být pravda. Naopak v tom pravém souhlasím s tím, že příliš velká produkce rostlin jednoznačně bude pít více podzemních vod.“ Participant 5 více souhlasí se článkem pro veganství, protože v současné situaci si článek proti veganství (fake news) nemůže ověřit. Američtí vědci jsou pro ni nedostatečný zdroj. Participant 8 se také více přiklání k článku pro veganství.

Participant vegani odpověděli stejně, že více souhlasí se článkem pro veganství (fake news) a svou argumentaci odkazovali stejně jako participant bez specifických stravovacích návyků na předchozí otázku. Participant 10 se nejvíce spojuje s posledním odstavcem článku pro veganství (Fake news), protože věta ‚Nevidím rozdíl mezi domácími zvířaty a zvířaty chovanými pro maso‘ je pro něj nejzásadnější myšlenka veganství.

- **Který z článků vám přijde více přesvědčivý?**

Participantům bez specifických stravovacích návyků přijde více přesvědčivější článek pro veganství. Participant 1 si myslí, že článek pro veganství je více přesvědčivější, jelikož se více opírá o fakta a má lepší logickou strukturu. Článek proti veganství (fake news) mu přijde agresivně manipulativní. Naráží tím na úryvek jako „na mých dětech mi záleží“. To je velký emoční apel. Participant 5 se na otázku podíval jinak než ostatní, a to z pohledu čtenářů. „Určitě ten bulvární proti veganský (fake news), protože zaútočí na více lidí, měl by větší dopad. Ne sice pro mě, ale když se podívám obecně čtenáře, tak rozhodně ten proti veganství (fake news). Je napsaný víc jak kdyby to říkal kamarád kamarádovi, oproti tomu článek pro

veganství se spíše autor ohání čísly, která nejsou tak zajímavá pro čtenáře. I když článek pro veganství je bohatší o informace, musím zvolit ten proti veganství (fake news), protože je více zajímavější,“ odpověděl participant 5. Participantovi 6 přijde více přesvědčivější článek proti veganství (fake news), protože je zde obsaženo více faktů a názory, se kterými souhlasí. Jeho odpovědi jsou konstantně vždy kladné pro článek proti veganství (fake news), jelikož s veganstvím silně nesouhlasí. Participant 7 dal přednost článku pro veganství, jelikož zmíněná Oxfordská univerzita mu dodává větší důvěru než v článku proti veganství (fake news), kde jsou pouze zmínění herec a vědec, které vůbec nezná. Participantovi 8 z důvodu většího obsahu číselných údajů a faktů přijde více přesvědčivější článek pro veganství.

Participantům veganům přijde více přesvědčivější článek po veganství (fake news). Na tom se shodli participant 2, 4, 9, a 10. Nedokáží se totiž oprostít od svého přesvědčení. Participant 3 nedokáže posoudit, který je více přesvědčivější, ale podle něj jsou přesvědčivé oba články. Myslí si, že by dokázal uvěřit oběma. Participant 10 odpověděl následovně: „Jelikož jsem veganka, přijde mi více přesvědčivější článek pro veganství (fake news), ale pro oko normálního člověka si myslím, že z důvodu velkého počtu statistik a lepší struktury článku se bude jevit více přesvědčivější článek proti veganství.“

- **Myslíte si, že články by dovedly u někoho změnit názor?**

Participant 1 bez specifických stravovacích návyků si nemyslí, že články by u někoho dokázaly změnit názor. I když participant 1 zvolil přesvědčivější článek pro veganství, tak článek, který by dokázal u někoho více změnit názor je podle něj článek proti veganství (fake news). Oběma článkům věří, že by dokázaly změnit u někoho názor. Participant 5, 6 a 7 si nemyslí, že by články dokázaly změnit názor. Podle nich se jedná spíše o články utvrzující. Každý si přečte ten článek, se kterým souhlasí a tím si utvrdí svůj názor.

Tentokrát i participant 2 si myslí, že články by určitě dokázaly u někoho změnit názor: „Jsou napsané tak, že si poví svůj názor, ale zároveň ho řádně zargumentují. Určitě by někomu dokázali změnit názor.“ Participant 3 si myslí, že články nepřichází s žádným převratným názorem, takže by nedokázaly u nikoho změnit názor. To může říct z vlastní zkušenosti, kdy už zlomil hůl nad lidmi, kterým se pokoušel změnit názor. I přesto, že jim řekne všechny informace, nakonec skončí u argumentu, že stejně je nejlepší si dát to maso. Aby články dokázaly změnit něčí názor, musely by přijít s něčím převratným. Participant 4 a 10 se domnívají, že změna názoru je dlouhodobý proces,

tudíž by jeden jediný článek nesvedl změnit názor. Podle participanta 9 jsou články spíše potvrzující.

- **Přijde vám faktická stránka obou článků dostačující?**

Až na participanta 5 a 6 všem participantům bez specifických stravovacích návyků přijde faktická stránka obou článků nedostačující. Participant 1 podává jasný důvod v podobě absence zdrojů. Participantovi 7 chybí v článku některá fakta, které v textu nejsou uvedena. Participant 5 uvádí, že u článku pro veganství je faktická stránka dostačující, ale u článku proti veganství (fake news) je zase nedostačující. Pro participant 6 je pro základní přehled faktická stránka dostačující.

Participantům veganům přijde hlavně článek pro veganství (fake news) jako fakticky dostačující. Participant 4, 9 se shodují: „Je pravda, že ve článku proti veganství je více výzkumů, ale nic jsem o tom neslyšel, tak proto mi přijde víc fakticky dostačující článek pro veganství (fake news),“ říká participant 4. Participant 10 kvituje soulad nadpisu s textem a faktická stránka obou článků je podle něj dostačující. Participant 3 říká, že tak krátké články nemohou být dostačující, ale jako základní nástřel je to v pořádku.

- **Zveřejnění skutečného předmětu bakalářské práce.**

Po této otázce přišlo odhalení skutečného tématu bakalářské práce. Participantům bylo řečeno, že práce je na téma fake news a veganství bylo vybráno pouze jako téma, kde existují velmi rozdílné názory. Participant 4 byli dotázáni, jestli si přejí nadále pokračovat v rozhovoru. Všichni souhlasili, tudíž následovaly další otázky k tématu již s odhaleným skutečným záměrem práce.

- **Který z článků si myslíte, že je falešný? Z jakého důvodu si to myslíte?**

Participant 4 bez specifických stravovacích návyků až na participanta 6 dokázali správně odhalit fake news. V této problematice totiž nemají žádný silný vyhraněný názor, a tak se dokázali na články podívat kritických okem. Participant 6 má silný názor proti veganství, a tudíž jeho odpověď byla tímto ovlivněna. Participant 5 odpověděl následovně: „Můžu si tipnout, ale nedovedu to určit, protože nevím zdroje, kdo to napsal, nevím autora, ale myslím si, že

je to ten článek proti veganství (fake news). Z toho důvodu, že tam nejsou odcitovaní žádní výzkumníci, jen američtí výzkumníci. S tím jsem se mnohokrát setkala.“ Participant 6 zvolil jako fake news článek pro veganství. Jako jediný nesprávně označil fake news, a to z toho důvodu, že s článkem proti veganství se ztotožňuje více. Participant přiznal, že velkou roli v rozhodování hrál jeho silný názor. Participant 7 zvolil jako fake news článek proti veganství (fake news) z důvodu absence konkrétnějších faktů a údajů. Odpověď participanta 8 se téměř shodovala s odpovědí předchozí, navíc doplňuje, že ve článku pro veganství je větší počet číselných údajů a zmíněná Oxfordská univerzita. Oproti článku proti veganství (fake news) je opřen pouze o komentář herce Jiřího Stracha.

Participant vegani měli s odhalováním fake news velké problémy. Ani jeden z participantů nedokázal odhalit fake news. Nejčastějším důvodem bylo to, že informace ve článku pro veganství (fake news) již někde slyšeli a s uvedenými názory souhlasí. U všech participantů byl zřetelný vliv jejich silného názoru na určování fake news. Participant 3 uvedl, že informace v článku proti veganství nikdy neslyšel, tudíž mu připadají více nedůvěryhodné. Za to informace z článku pro veganství (fake news) už slyšel z mnoha zdrojů, tudíž mu přijdou pravdivější. S tím se shoduje i odpověď participanta 9. Participant 2 a 4 se shodli, že jako fake news se jim zdá více článek proti veganství, protože článek pro veganství (fake news) se jim pochopitelně líbí více. Participant 10 odpověděl následovně: „Jenom protože jsem vegan, tak si myslím, že ten článek proti veganství je fake news.“

- **Měli jste nějaké podezření během čtení článku?**

Z participantů bez specifických stravovacích návyků až na participanta 7 neměl nikdo podezření, že by se mohlo jednat o fake news. Participant 7 odpověděl: „Podezření jsem měl v části, kdy je řečeno, že je potřeba pro rostlinnou produkci o 40 % půdy navíc a fakt, že větší poptávka po avokádu má vliv na životní prostředí. O těchto informacích jsem neslyšel a připadaly mi dost zvláštní.“

Participant vegani taktéž během čtení neměli žádné podezření. Avšak participant 10 paradoxně měl podezření u článku, který poté stejně neoznačila jako fake news. Jednalo se o následující pasáž: „Ti více vzdělanější lidé již tuto problematiku pochopili a již přešli na rostlinnou stravu. Z našich průzkumů vyplývá, že většina dotázaných lidí, co se přihlásili k rostlinné stravě, **mají vysokoškolské vzdělání anebo patří k lidem s vyšším sociálním statusem.**“ Tato pasáž přišla participantovi 10 dost podezřelá, ale nakonec ji neřešila, jelikož jí

tato informace polichotila. Po skončení rozhovoru měla v plánu se zeptat na zdroj studie, jelikož jí tato informace zajímala.

- **Jaké znaky fake news podle vás článek obsahuje?**

Při této otázce většinou participanti prošli znovu celý článek. Po druhém přečtení, kdy věděli, že se jedná o fake news, také uznali, že článek je opravdu až směšně napsaný. Byli dost překvapeni, že takovému článku mohli uvěřit či během čtení neměli žádné podezření.

Participanti bez specifických stravovacích návyků dokázali společně vyjmenovat většinu znaků fake news uvedené ve článku. Participant 1 uvádí jako jedny ze znaků fake news absence jakéhokoliv zdroje a často používanou frázi američtí vědci. Poslední odstavec věnovaný komentáři herce Stracha bere jako čistě manipulativní. Participantovi 5 chybí uvedený vzorek respondentů, na kterém byla údajná studie provedena a název časopisu či publikace, kde byl článek publikován. Komentář Jiřího Stracha přišel participantovi 5 dost absurdní. Participantovi 6 přijde jako typický znak fake news fráze „jediné řešení“. Na čtenáře vytváří tlak a nedává pravý výběr možností. Participant 7 dále uvedl absenci jakékoliv odůvodnění předložených informací a názorů. Dále označil za typický znak frázi „Jednoznačné řešení, nepřecházejte...!“

Participanti vegani měli větší problémy najít znaky fake news, ale většina po přečtení textu dokázala vyhledat alespoň nějaké znaky fake news. Samotní participanti poté uznali, že článek po této analýze není takový, jak působil na první pohled. Participant 2 jako znaky fake news uvedl frázi „američtí vědci“, přemrštěná vysoká čísla procent, uvedení, že vegani mají obecně více vysokoškolské vzdělání. Participant 3 uvedl, že znakem fake news jsou všechny uvedené informace, které jako čtenář chce slyšet a které se mu líbí. Participant 4 dále doplnil komentář osoby, která však není uznávaným odborníkem tématu. Participant 9 označil jako znak fake news neuvedení žádné organizace, která výzkum prováděla. Participantovi 10 přišel jako znak fake news zcestná informace a závěrečný odstavec, který je dost emotivní.

- **Jaké informace vám ve článku chybí? (Autor, datum, zdroj)**

Odpovědi mezi participanty vegany a participanty bez specifických stravovacích návyků se nikterak nelišily tudíž není potřeba je oddělovat. Participanti dokázali vždy vyjmenovat alespoň dvě ze tří chybějících věcí. Vliv na odpovědi měl rozhodně fakt, že se jednalo o studenty vysokých škol a mají tedy za sebou alespoň jednu odbornou práci. Nejčastěji tak byly zmiňovány chybějící zdroje a autor textu. Nejvíce participanti zapomínali na datum zveřejnění textu. I tato informace je důležitá k posouzení relevance celého textu.

9 ANALÝZA ROZHovorŮ

V rozhovoru se již odpovědi nebudou porovnávat mezi participanty bez specifických stravovacích návyků a vegany, tudíž není potřeba nadále participanty rozdělovat do dvou skupin. Cílem rozhovorů je zjistit, jak vnímají studenti vysokých škol problematiku fake news, jestli se cítí být její součástí a jak by tuto problematiku řešili.

- **Co se vám jako první vybaví při slově fake news?**

Podle odpovědí je patrné, že fake news u každého asociuje něco jiného. Některým se vybavila definice, jiným spíše prostředí, ve kterých se fake news často vyskytují. Definice fake news se často lišily, tudíž je patrné, že fake news jako takové není dostatečně jasně definované.

To dokazuje odpověď participanta 5: „Fake news беру jako takové sexy slovíčko, které se teď hodně užívá, ale v podstatě ten pojem je tu odjakživa. Akorát se dříve o něm tolik nemluvalo, protože je to teď rozšířený vlivem internetu. Fake news tu ale byly odjakživa.“ Participantovi 1 se vybavilo jako první slovo volby. Fake news bere jako trend poslední doby. Jako příklad uvádí Cambridge Analytica, prostřednictvím kterých byly údajně vyhrány poslední prezidentské volby v USA. Participant 1 se domnívá, že fake news měly dopad i na české prezidentské volby. Participantovi 2 se jako první vybavilo slovní spojení klamavá informace či nabádání k tomu, aby člověk uvěřil něčemu, co není pravda. Participantovi 3 se jako první vybavila přednáška od České televize, na které byl v rámci svého sebevzdělávání. Participant 4 odpověděl následovně: „Nepravdivá zpráva, která je nějak zveličená nebo překopaná, která se snaží i negativně zapůsobit na velkou masu lidí. Často bývá sdílena na sociálních sítích anebo přeposílaná hromadně přes e-mailové adresy.“ Participantovi 6 se jako první vybavil politik Tomio Okamura, protože podle něj jeho strana SPD šíří, hlavně na Facebooku, nepravdivé informace. Tím vyvolává ve společnosti falešný strach. Participantovi 7 se opět vybavila vlastní definice fake news. Bere jí jako upravenou nebo neúplnou zprávu přikrášlenou něčím zajímavým, aby byla čtivá, ale ve výsledku vůbec neřekne člověku to, co by si z toho měl vzít. V mnoha případech důležitou informaci zatají. Participantovi 9 se vybavila aktivita spojená s fake news, a to konkrétně velké sdílení na sociálních sítích. Participantovi 10 se opět vybavila definice: „Fake news je zpráva, která není pravdivá.“

- **Kde se podle vás nejčastěji fake news objevují?**

Nejčastější odpověď byla politika, konkrétně jakékoliv volby. Participant 7 dále připomněl fake news v souvislosti s globálním oteplováním, kdy někteří lidé chtějí využitím fake news zpochybnit tento globální proces. Dále se podle participantů objevují fake news často v bulváru prostřednictvím zpráv o celebritách. Participant 10 uvedl příklad zprávy o úmrtí nějaké známé celebrity. Po zveřejnění zprávy se informace často šíří nezadržitelným tempem. Po nějaké době však celebrita vystoupí a prohlásí, že je pořád naživu. Dalším místem, kde se podle participantů často fake news objevují jsou sociální sítě a dezinformační weby.

- **Jaká je vaše zkušenost s fake news? Vybavíte si nějaký příklad?**

Participantům se nejčastěji vybavovaly zprávy z bulvárních článků či satirická zábavná média. U těchto fake news si plně uvědomují jejich stinnou stránku, kdy nemusí nejen pobavit ale být i nebezpečná. Participant 1 si myslí, že jsme obětí fake news každý den. Stačí si projít timeline na Facebooku a hned lze najít alespoň jedno fake news. Participant 1 uvádí netradiční příklad zábavného dezinformačního webu jako AZ24, kde si autoři vědomě vymýšlejí zprávy za účelem zábavy. Tyto portály jsou v jeho sociální bublině dost oblíbené. Podle participanta 1 je nevýhodou těchto webů to, že jedna skupina tuto legraci chápe, ale druhá to bere jako pravdivou zprávu. I tato nevinná zábava je podle něj velmi nebezpečná.

Participant 2 si vybavil příklad, kdy byl zveřejněn koncert zpěváka, který však ve zmiňovaném městě neměl vystupovat. Participant byl poté zklamaný, když zpěvák potvrdil, že ve zmíněném městě koncertovat nebude.

Participant 3 uvádí příklad, kdy četl fake news ohledně odměňování olympioniků za medaile, které bylo psáno za účelem pobavení. To však participant 3 nevěděl a informaci bral jako pravdivou. Fakt, že se jednalo o fake news se dozvěděl až několik let později. Od té doby je více obezřetný a nevěří hned všemu, co je kde napsané. Jako další příklad uvádí fake news, které objevil na Facebooku. Bylo o tom, že se imigranti ve Francii domáhají práv. Již od prvního pohledu se mu zpráva zdála podezřelá, tak začal hledat pravdu. Tu nakonec našel na jiné stránce. Video přiloženo k fake news bylo z demonstrace, kde občané Francie protestovali proti bezdůvodnému zastřelení spoluobčana policistou.

Participantovi 4 se vybavilo fake news o údajné rakovině Miloše Zemana. Participantovi 5 se vybavilo fake news, které šířil Tomio Okamura. Ten ohlásil, že imigranti přinesli do Evropské unie západonilskou horečku, což se však ukázalo jako nepravdivé tvrzení. Participant 6 věří, že během voleb si nějaké fake news určitě přečetl, ale konkrétní případ si nedokázal vybavit. Participant 7 uvedl jako příklad satirické profily různých osobností, které se vydávají za onu osobu. Vtipně reagují na různé situace, ale pro některé lidi mohou být tyto zprávy po uvěření dost nebezpečné. Participantovi 10 se vybavil příklad, kdy byla zveřejněna zpráva o zabití chovatele lvem, která spekulovala, jestli chovatele někdo vědomě nestrčil do klece.

- **Jaká je vaše obrana proti fake news?**

Většina participantů odpověděla ověřování zdrojů a hledání zpráv z různých jiných zdrojů. Poté však všichni participanti přiznali, že tuto obranu nedělají u všech zpráv. Participant 1 uvedl, že odpovědi na tuto otázku by u každého byly dost podobné, ale skutečně se tím nikdo neřídí. Jeho obrana je ověřování zpráv z více zdrojů, ale v mnoha případech to praktikovat nejde. Když někdo někomu řekne lež, člověk si to nemůže ihned ověřit. Příkladem jsou debaty v hospodách. Pokud ale ta možnost ověření je, tak by ji měl člověk využít.

Participant 2 v podstatě souhlasí s odpovědí participanta 1. Participant 3 dále doplňuje všímání si detailů. Detaily u fake news nejsou dost často propracované, a tak mohou dopomoci k odhalení fake news. Participant 4 zdůrazňuje ověřování zdrojů, odkud články sbírají informace. Participant 5 se snaží obklopovat lidmi, kteří nejsou z jeho sociální bubliny a snaží se získávat informace z více zdrojů. Dále se snaží dostat až k původnímu zdroji, kde zpráva byla zveřejněna. Dále využívá Google search image na podezřelé fotky, které se mu nezdají.

Pro participanta 6 je nejlepší obrana proti fake news právě útok. Participant 6 se snaží šířitelům fake news na Facebooku komentovat příspěvky, posílat důkazy nepravosti informací a podobně. Participant 7 jako obránu využívá čas. Než aby si přečetl zprávu hned z prvního zdroje, tak počká a až pak zjistí, jestli se této zprávy chytanou i ostatní média. Ty pak následně pročte a zprávy, které se opakují uzná za pravdivé. Participant k tomuto má zvolené ověřené portály, kterým důvěřuje. Pro participanta 8 je zdravý rozum nejúčinnějším nástrojem proti fake news. Dále si zprávy vyhledává ze seriózních tisků a vyhýbá se těm bulvárním. Participant 9 uznal, že žádnou obranu proti fake news nemá, maximálně ověřování z více zdrojů. Pro participanta 10 je hlavní obranou proti fake news ověřování tří základních informací: zdroj, autor a datum. Participant 10 se vyhýbá informacím z internetu, jelikož si uvědomuje,

že na internet může přispívat skoro každý. K získávání informací využívá tisk a knihy, kterým více důvěřuje. Závěrem doplňuje, že se participant 10 snaží získané informace sdílet s přáteli a tím si i ověřovat jejich pravdivost.

- **U jakých zpráv si informace ověřujete? Ty, které váš názor podporují nebo mu odporují?**

Po krátkém zamyslení všichni participanté se shodli, že informace si ověřují jen u článků, které je osobně zajímají a které se týkají jich samotných. Zajímavým poznatkem je fakt, že všichni participanté se shodli, že se většinou jedná o zprávy, které odporují jejich přesvědčení. U nich je poté více pravděpodobné, že se v nich najdou nějaké drobné nejasnosti. Naopak články podporující jejich názor neprochází tímto ověřením, a tudíž je větší pravděpodobnost, že fake news nebude odhaleno. V souvislosti s mysive bias se jedná o nebezpečnou kombinaci. Participant 4 tento jev vystihl následovně: „Ověřuji si články, které odporují mému názoru. Když si přečtu článek, který podporuje můj názor, tak mě vlastně potěší a budu s ním souhlasit. Jak se ukázalo u článcích o veganství.“ Samotní participanté si uvědomili, že nad tím, jaké informace si ověřují, nikdy nepřemýšleli a jejich odpověď je samotná zaskočila. Nemyslí si totiž, že by to tak mělo být.

- **Měly by podle vás být fake news cenzurovány?**

Na otázku cenzury nebyl jednotný názor. Některá část by fake news cenzurovala, druhá má problém se svobodou slova, což cenzura nepochybně je. Participant 2 si myslí, že fake news by měly být cenzurované. Fake news lidi klamou a zbytečně tak vyvolávají konflikty. S omezením svobody slova v tomhle kontextu by neměl problém. Participant 4 vnímá pravdu jako relativní pojem, tudíž by bylo těžké rozhodovat, co je fake news a co není fake news. Na jednu stranu si uvědomuje nebezpečí, ale na druhou stranu vnímá cenzuru jako omezení svobody slova. Participant 5 by s cenzurou souhlasil pod podmínkou, že by se jasně definovalo, co je to fake news. Od fake news by musely být oproštěny radikální názory, protože pak by se jednalo o omezení svobody slova. Participant 6 razantně nesouhlasí s cenzurou. Cenzuru vnímá jako omezení svobody slova, které je podle něj nepřipustné. Myslí si, že proti fake news by se rozhodně mělo bojovat, ale ne cenzurou. Participant 7 si myslí, že fake news by se měly cenzurovat, zvláště v politické sféře. Zde se lidé nechávají často ovlivňovat právě fake news, a to pak může dost změnit výsledek voleb. Participant 8 si myslí, že by se fake

news mělo cenzurovat jen v televizích, ale na internetu by se nemělo bránit svobodě slova. „Ať si každý píše a věří čemu chce.“ Navíc dodává, že úplná cenzura fake news je neproveditelná. Participant 9 si myslí, že by se fake news měly mazat z prostého důvodu, že se nejedná o pravdu. Nesměly by se však mazat úvahy, názory a komentáře autorů. Podle participanta 10 se veškeré fake news, které nepřináší žádný pozitivní účinek, by se měly mazat. Nedovede si však představit, kdo by o tom měl rozhodovat.

- **Vnímáte fake news jako hrozbu?**

Participant 1 jednoznačně bere fake news jako hrozbu. Jako vysokoškolský student i on sám se bere být součástí problematiky. Podle něj se nejlépe manipuluje s člověkem, který se sám cítí, že se nedá zmanipulovat. Participant 3 vnímá též fake news jako hrozbu pro společnost. Příkladem Brexitu zdůrazňuje, jak velký vliv má fake news na důležité rozhodnutí. I on se cítí být součástí problému. To bylo dokázáno v experimentu, kdy nedokázal odhalit fake news. Participant 2 fake news nebere jako hrozbu, ale spíše jako žert. Nemyslí si, že by mu fake news dokázalo ovlivnit názor. Participant 4 vnímá fake news jako hrozbu, protože může uškodit určité skupině lidí. Participant 5 bere fake news jako hrozbu, jak pro společnost obecně, tak i pro sebe. Vzpomíná, že jednou uvěřil fake news a pravdu se dozvěděl zpětně až po několika letech. Participant 6 uvádí jako hrozbu hlavně fake news, které mají vyvolat strach. Ve svém okolí má známé, kteří si díky těmto fake news pořídili i zbrojní pas. Součástí hrozby fake news sebe však nepovažuje. Uvádí, že články, které se ho osobně netýkají ignoruje, a které jsou mu blízké, tak se snaží důkladně ověřovat. Domnívá se však, že fake news na něj nemá vliv. Participant 7 souhlasí a dodává, že hrozba fake news obecně je o dost větší, než jak jí vnímá pro sebe. Velká část populace totiž podle něj nemá v této problematice přehled a nejde s ověřováním informací, tak do hloubky, jako on. Participant 8 si myslí, že fake news je velkým problémem pro svět, jelikož klidně dokáže i vyvolat válku, ale pro něj to jako hrozbu nevnímá. Fake news bere spíše jako impuls k tomu, aby se více dozvěděl o tématu, o kterém fake news píše. Participant 9 se taktéž necítí být součástí hrozby fake news, jelikož nebere zprávy tolik vážně. Jako globální hrozbu však fake news bere. Participant 10 bere fake news jako hrozbu pro sebe v tom, že když nějakému článku uvěří a sdílí ho na sociálních sítích, tak bude za hlupáka před svými přáteli. Nemyslí si, že by dovedl na základě článku něco udělat. Na druhou stranu šíření poplašného fake news, které se dotkne velkého počtu lidí, nebere jako bezpečnou situaci.

- **Jak by se podle vás mělo bojovat proti fake news?**

Participantovi 1 se líbí práce webu demagog.cz, ale obává se, že o této stránce moc lidí neví. Podle něj by měl každý začít sám u sebe a pracovat na zdokonalování své mediální gramotnosti. Dalším krokem je vysvětlování lidem v okolí (například v hospodě), co je to fake news a jak mu nepodlehnout. Participant 2 bere jako jednu z možností boje proti fake news její cenzuru, ale další kroky ho již nenapadají. Participant 3 vidí možnost trestání autorů fake news formou pokut. Tyto pokuty by sice byly odstrašujícím příkladem, ale tvorbě fake news by se stejně nezabránilo.

Participant 4 vidí velký význam v poučení jednotlivců, kteří již nějakému fake news podleli. Participant 4 by dále začal se vzděláním již na základní škole. Děti by měly být vedeny k tomu, že nemají věřit všem informacím psaným na internetu. Měly by být vedeny ke správné práci se zdroji. Podle participanta 5 by měli studenti žurnalistiky a mediálních oborů navštěvovat skupiny lidí, které jsou v této problematice nejzranitelnější a pro ty pořádat různé přednášky. Nejzranitelnějšími skupinami bere děti a důchodce v souvislosti se šířením řetězových e-mailů. Další cestou je podle participanta 5 propagace aplikací ve webových prohlížečích. Ty při vyhledávání výsledků, například na Googlu, upozorní na podezřelé weby.

Participant 7 se domnívá, že účinný boj proti fake news je rozšiřovat si svůj obecný přehled. Dalším krokem je konfrontovat své názory s názory ostatních. Podpora projektů a organizací, které bojují proti fake news, je podle participanta 9 správná cesta k řešení této problematiky. Participant 10 dodává, že účinnou obranou proti fake news je osvěta o této problematice.

10 SHRNUÍ A ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

10.1 Shrnutí poznatků z experimentu

V experimentu byly předloženy rozdílným názorovým skupinám dva články, z nichž článek potvrzující jejich názor byl fake news s jeho netypičtějšími znaky. První byla skupina se silným názorovým postojem (vegani) a druhá skupina s názorovými postoji, které však až na jednu výjimku nebyly nikterak silné (lidé bez specifických stravovacích návyků).

Experiment potvrdil vliv názorového postoje na analýzu textu a odhalování fake news. Lidé se silným názorem se nedokázali oprostít od svého názoru, a i přes větší přehled v tématu dali přednost fake news před fakticky správným článkem. Jejich názor jim nedokázal kriticky pohlédnout na faktickou stránku obou článků, a tak neodhalili fake news.

Experiment tak potvrdil pravdivost pojmu myside bias. Participantů se silným názorovým postojem nejen, že dali jednoznačně přednost fake news, ale začali napadat paradoxně faktickou stránku druhého článku. Oproti tomu participantů se slabším názorovým postojem se dokázali od svého přesvědčení oprostít a lépe pracovali se články. I přesto, že se jim ve většině líbil více fake news potvrzující jejich názor, dokázali odhalit, který článek je falešný. Následné hledání znaků fake news v textu jim šlo o dost lépe než participantům se slabším názorovým postojem.

Alarmujícím poznatkem je fakt, že až na jednoho participanta neměl nikdo během čtení fake news žádné podezření, že by se o fake news mohlo jednat. Participant 10 se silným názorovým postojem znejistil u pasáže s faktem, že vegani jsou obecně více vzdělanější a mají vyšší sociální status. Nakonec však podezření nechala být, jelikož mu tato informace polichotila, a tak informaci přijal za pravdivou. Na druhou stranu všichni participantů dovedli vyjmenovat alespoň dvě informace o článku (datum zveřejnění, autor, zdroj), které v obou článcích chyběly.

10.2 Shrnutí poznatků z rozhovorů

Fake news je sice populárním tématem dnešní doby, ale podle rozhovorů je patrné, že ne každý ví, co fake news skutečně znamená. Při snahách o definici participantů nevystihovali správně podstatu fake news. Tudíž je patrné, že fake news ani u vysokoškolských studentů není dostatečně definované tak, aby studenti dokázali jasně říct, co fake news znamená.

Nejčastější zkušenosti s fake news byly zprávy o celebritách, satirické články a falešné profily na sociální síti Facebook. Participantů si však i zkusili, jaké to je podlehnout fake news, proto vnímají fake news jako hrozbu pro společnost. Uvědomují si, jak silnou moc mají fake news v politice a ve volbách. Ne všichni se však cítí být součástí problematiky. Někteří jedinci uvedli, že se necítí být v ohrožení. Nemyslí si, že by dokázali uvěřit fake news a nechat si tak ovlivnit své názory a postoje. Paradoxně toto tvrzení uvedl jeden participant, který v experimentu nedokázal odhalit fake news.

Participantů uvedli různé metody obrany proti fake news. Nejčastější metoda byla ověřování zpráv z různých zdrojů. Participantů většinou mají zdroje informací, které pravidelně navštěvují a věří jim. Participantů však uvedli i další netradiční způsoby, jako je například Google search image. Participant 10 uvedl, že se vyhýbá internetovým zdrojům informací. Uvědomuje si totiž, že na internet může přispívat každý uživatel.

Participantů sice mají své metody, jak se brání proti fake news, ale sami uznali, že tyto metody pokaždé nevyužívají. Ověřování využívají u témat, které jsou pro ně zajímavé a které se jich osobně týkají. Při dotázání, jestli se jedná spíše o články, které potvrzují nebo odporují jejich tématu všichni odpověděli, že si ověřují články, které spíše odporují jejich názorům a postoji. Samotní participantů uznali, že tento postup je nesprávný. Formují a upevňují si své názory na základě informací, které však prochází minimálním ověřením. Participant 4 uvedl, že si neověřuje články podporující jeho názor, protože během čtení nejví žádne podezření. Informace z článku čtenáře potěší a ten pak nemá potřebu si článek ověřovat. V kontextu s pojmem mysid bias se jedná o nebezpečnou kombinaci. Fake news, které podporuje názor čtenáře, má o dost větší šanci zmanipulovat čtenáře.

Co se týče cenzury fake news, názor nebyl jednotný. Převládá však postoj, že fake news by měly být cenzurovány. Nejedná se totiž o názor jedince, ale o lživou informaci, která manipuluje s lidmi. U participantů však zaznívaly odpovědi, že s cenzurou nesouhlasí za žádných okolností, jelikož se jedná o omezení svobody slova. Podle nich by měl mít každý možnost psát, co chce.

Závěrem rozhovorů participantů doporučovali, jak by se mělo proti fake news bojovat. Nejčastěji bylo zmiňováno zdokonalování práce s textem jedince. Ten by měl rozšiřovat svůj všeobecný přehled, důkladněji ověřovat původ informací a konfrontovat své názory s ostatními. Proto je však důležité si přiznat, že jedinec je také součástí problematiky fake news. Tato sebereflexe u některých participantů chyběla. Dalším častým příkladem boje proti fake

news byla podpora projektů a organizací, které proti fake news bojují buď sdílením fakticky podložených zpráv či upozorňováním na fake news. Nechyběla zmínka ani o zvyšování mediální gramotnosti mezi dětmi a důchodci, kteří jsou v této problematice nejzranitelnější.

10.3 Zodpovězení výzkumných otázek

Bakalářská práce si nedala za cíl zjistit, jestli je veganství správný krok k záchraně světa či dokázat, že vegani nezvládnou odhalit fake news. Veganství bylo pouze využito jako téma, kde určitá skupina lidí zastává silný názorový postoj. Výsledky experimentu lze aplikovat na jakékoliv téma, jako například povolení sňatků homosexuálních párů, otázka potratů, politické preference, a na výsledky by změna tématu neměla větší vliv.

- **Jak vnímají studenti vysokých škol problematiku fake news?**

Studenti vysokých škol vnímají problematiku fake news jako jeden ze současných světových problémů. Uvědomují si silný vliv fake news na současné volby jak v zahraničí, tak v tuzemské politice. Někteří participanti se však necítí být součástí této problematiky, jelikož si nemyslí, že by fake news dokázali uvěřit či že by se nechali fake news ovlivnit. Jako jedno z nejčastěji zmiňovaných doporučení, jak bojovat proti fake news, bylo zdokonalování práce s informacemi jedinců. Pro toto zdokonalování je však potřeba, aby si své ohrožení jedinec uvědomil. Toto u některých participantů chybělo.

- **Má názorový postoj studentů vysokých škol vliv na odhalení fake news?**

Výzkum dokázal, že názorový postoj má zásadní vliv na odhalení fake news. Participanti se silným názorovým postojem nedokázali odhalit fake news, a to i přes větší znalost zkoumaného tématu. V rozhovoru bylo dále zjištěno, že participanti si více ověřují informace, které odporují jejich názoru. Svůj názor si tak formují na základě informací, které neprochází ověřovacím procesem. Výzkum dokázal, že vzdělání nehraje zásadní roli v problematice fake news a že jejich obětí se mohou stát i vysokoškolští studenti.

10.4 Doporučení

Autor práce doporučuje jako účinnou obranu proti fake news zvyšování mediální gramotnosti, rozšiřování všeobecného přehledu a zlepšování práce s informacemi u každého jednotlivce. Před tím je však důležité, aby si každý uvědomil, že hrozba fake news se týká všech včetně dotyčného jedince. Nejlépe se totiž ovlivňuje jedinec, který se cítí být nezmanipulovatelný. Lidé mohou být fake news ovlivněni i podvědomě, kdy si to jedinec ani neuvědomuje. Dalším doporučením je ověřovat si pravdivost i těch informací, se kterými jedinec souhlasí a které ho těší. Přistupovat k informacím stejně bez vlivu svého přesvědčení a ověřovat si všechny informace, které se k jedinci dostanou. Je důležité si totiž ověřovat informace, které dále formují a upevňují názory. Není nic horšího, než když je názor podložený nejasnostmi a falešnými zprávami.

Odborné společnosti autor práce doporučuje přijít s jednotnou definicí fake news, která bude srozumitelná pro širokou veřejnost. V současné době je pojem fake news dost často zneužíván ve prospěch politiků a politických seskupení. Proto je nutné stanovit jasné hranice, co fake news je a co fake news není. Dále doporučuje šířit povědomí o této problematice prostřednictvím přednášek na základních a středních školách, domovech důchodců a v celoživotních vzdělávacích střediscích. Děti a starší občané jsou totiž nejrizikovější skupinou.

Žurnalistické společnosti autor práce doporučuje setrvat u kvalitní tvorby a nepodléhat tendencím přikrášlování zpráv. Šokující emoce vyvolávající zprávy, kterými jsou ve většině případů fake news, mají sice větší dosah a čtenost, ale v mnoha případech postrádají kvalitní rešerši zdrojů a celkovou kvalitu textu. Poctivá žurnalistika je nedílnou součástí fungující demokratické společnosti a účinnou obranou proti fake news.

ZÁVĚR

Fake news je sice pojem, kterému je v dnešní době věnována velká pozornost, ale každý si pod tímto slovním spojením představí něco jiného. Participanti se ve výzkumu snažili o definice, ty však byly od sebe dost odlišné a nedokázaly vystihnout podstatu fake news. Přitom základem každého úspěšného boje je právě správná znalost svého nepřítele.

V teoretické části bakalářské práce byla definována teorie potřebná pro další práci v praktické části. Praktická část dokázala zodpovědět na výzkumné otázky, a tak splnit svůj stanovený cíl. Dále zjistila nové poznatky, které dopomohou s řešením problematiky fake news.

Experiment a hloubkové rozhovory s vysokoškolskými participanty dokázaly, že i přes vysokoškolské vzdělání se mohou i oni stát obětí fake news. Názor jedince má velký vliv na odhalování fake news. Participanti se silný názorem, i přes větší znalost tématu, měli větší problém s odhalením fake news než participanti s méně silným názorem.

Na internetu se často objevují fake news, které se pro jednu část čtenářů může zdát až směšné, těžko uvěřitelné. Pro druhou část se silným názorovým postojem, který tento článek podporuje, se však fake news může stát užitečným nástrojem pro upevňování názoru. Z výzkumu totiž vyšlo, že participanti do jednoho více ověřují informace, které spíše odporují jejich názoru. Nemají totiž motivaci k ověřování informací, se kterými souhlasí a které je těší.

Pro pochopení problematiky fake news je potřeba si uvědomit, že fake news nemají primárně za cíl změnit názor čtenáře, ale spíše jej utvrzovat. V kontextu s informačními bublinami se pak jedinec dostává do situace, kdy jedinec nekonfrontuje své názory s postoji ostatními, a tak čím dál tím více upevňuje svůj názor. Ten může být postavený z velké části právě na fake news.

Bakalářská práce sice nezodpověděla na otázku, jak neoptimálněji bojovat s fake news, ale přinesla nové pohledy na problematiku. Participanti v závěru rozhovoru doporučili konkrétní metody, jak s fake news bojovat. Nedokázali se však shodnout, jestli je cenzura fake news správnou cestou.

Autor práce se domnívá, že je potřeba začít s mediálním vzděláváním již od brzkých školních let. Děti často mívají za úkol vytvořit referát z informací zjištěných na internetu. Informace berou dogmaticky jako pravdivé a nejsou směřovány ke práci se zdroji. S řádnou prací se zdroji pak přijdou do styku většinou až při vysokoškolském studiu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] JUŘÍČKOVÁ, Věra. *Komunikace*: [studijní text pro kombinované studium Veřejná správa a regionální politika]. Opava: Optys, 2008. ISBN 978-80-85819-68-7.
- [2] DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*: 6. vydání. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2018-0.
- [3] VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-717-8998-4.
- [4] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-717-8697-7.
- [5] PROKŮPEK, Václav. *Rozdělení a struktura médií* [online]. 2012 [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <http://vaclavprokupek.ano2012.txt.cz/clanky/102571/rozdeleni-a-struktura-medii>
- [6] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- [7] BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno, 2001. ISBN 80-859-4767-6.
- [8] PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.
- [9] *Most famous social network sites worldwide as of October 2018, ranked by number of active users (in millions)* [online]. 2018 [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- [10] ŠMÍD, Milan. O gramotnosti zvané mediální. *Manipulátoři* [online]. 2015 [cit. 2019-01-10]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/o-gramotnosti-zvane-medialni/>
- [11] SNYDER, Timothy. *Tyranie: 20 lekcí z 20. století*. V Praze: Paseka, 2017. ISBN 978-807-4328-381.
- [12] KNIHOVNA ARGUMENTAČNÍCH FAULŮ. *Bezfaulu.net* [online]. 2018 [cit. 2019-03-20]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/argumentacni-fauly/>
- [13] ALVAROVÁ, Alexandra. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2017. ISBN 978-80-7553-492-7.
- [14] GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.
- [15] Myside Bias Law and Legal Definition. *USLegal* [online]. 2018 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://definitions.uslegal.com/m/myside-bias/>
- [16] HALE, Jamie. Only My Opinion Counts: Myside Bias. *PsychCentral* [online]. 2018 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: <https://psychcentral.com/blog/only-my-opinion-counts-myside-bias/>
- [17] ČAVOJOVÁ, Vladimíra, Jakub ŠROL a Magdalena ADAMUS. My point is valid, yours is not: myside bias in reasoning about abortion. *Journal of Cognitive Psychology*. 2018, 30(7), 656-669. DOI: 10.1080/20445911.2018.1518961. ISSN 2044-5911. Dostupné také z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/20445911.2018.1518961>
- [18] Dezinformačním webům věří už 25 procent Čechů. *Mediaguru* [online]. 2016 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/07/dezinformacnim-webum-veri-uz-25-procent-cechu/>

- [19] SCHNEIDER, Matěj. Fake news tu byly vždycky. Teď je živí zhroucení tradičních médií. *Radio Wave* [online]. 2017 [cit. 2019-01-21]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/fake-news-tu-byly-vzdycky-ted-je-zivi-zhrouceni-tradicnich-medii-5985259>
- [20] ZLATKOVSKÝ, Michal a Petr KOČÍ. Žebříček českých neověřených článků: dezinformační texty mají nad pravdivými navrch. *IRozhlas* [online]. 2016 [cit. 2019-01-21]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/dezinformace/>
- [21] OSNOS, Evan. Napraví to Zuckerberg? *Reportér* [online]. 2019 [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/pXGye/napravi-to-zuckerberg>
- [22] NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.
- [23] KASÍK, Pavel. Neuvěřitelný článek? Skandál? Možná jste naletěli na satiru. Jako my. *Idnes.cz* [online]. 2018 [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/internet/satira-parodie-clanky-the-onion-fake-news.A181203_140752_sw_internet_pka
- [24] NUTIL, Petr. Hoax: EU chce zrušit písmeno Ř. *Manipulátoři* [online]. 2016 [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/hoax-eu-chce-zrusit-pismeno-r/>
- [25] MALECKÝ, Robert. Pomoc! EU chce zrušit písmeno Ř, burcuje senátor Doubrava. Hoax je to starý přes půl roku. *Hlídací pes* [online]. 2017 [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/pomoc-eu-chce-zrusit-pismeno-r-burcuje-senator-doubrava-hoax-je-to-stary-tri-roky/>
- [26] TAHAL, Radek. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-585-5.

- [27] TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.
- [28] CARRINGTON, Damian. Avoiding meat and dairy is ‘single biggest way’ to reduce your impact on Earth. *The Guardian* [online]. 2018 [cit. 2019-04-01]. Dostupné z: https://www.theguardian.com/environment/2018/may/31/avoiding-meat-and-dairy-is-single-biggest-way-to-reduce-your-impact-on-earth?CMP=tw_t_gu
- [29] TREE, Isabella. If you want to save the world, veganism isn’t the answer. *The Guardian* [online]. 2018 [cit. 2019-04-02]. Dostupné z: https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/25/veganism-intensively-farmed-meat-dairy-soya-maize?fbclid=IwAR3M7G0ruWLN8GY7016P_BsLc2rBfsc-CjipK2MAXxoPDiXcNIj49vLZpk

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 – Turista na World Trade Center (Zdroj: <https://www.snopes.com/fact-check/tourist-wtc-911/>)

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Scénář pro experiment a hloubkový strukturovaný rozhovor

Příloha P II: Článek pro vegany

Příloha P III: Fake news pro vegany

Příloha P IV: Článek pro participanty bez specifických stravovacích návyků

Příloha P V: Fake news pro participanty bez specifických stravovacích návyků

PŘÍLOHA P I: SCÉNAŘ PRO EXPERIMENT A HLOUBKOVÝ STRUKTUROVANÝ ROZHOVOR

Scénář k experimentu a hloubkovému rozhovoru

Experiment

Participant bude přivítán, seznámen s pravidly rozhovoru a uveden do tématu článků. Zatím nebude znát skutečný předmět práce. Na začátku bude participant dotázán na pár otázek o tématu způsobu stravování. Poté mu budou předloženy dva články, kdy článek potvrzující jeho názor bude vymyšlený s prvky fake news. Po přečtení následují otázky.

1. Jak na vás oba články působí?
2. Který z článků se vám více líbil/nelíbil?
3. Se kterým článkem více souhlasíte? Ke kterému článku byste se více přiklonil?
4. Který z článků vám přijde více přesvědčivý?
5. Myslíte si, že články by dovedly u někoho změnit názor?
6. Přijde vám faktická stránka obou článků dostačující?

Participantovi bude sděleno, že jeden z článků je Fake news (pokud participant pojem nebude znát, bude mu vysvětlen) napsaný autorem práce. Bude mu vysvětlen skutečný záměr výzkumu a důvod uvedení článků. Poté bude dotázán, jestli chce dále pokračovat v rozhovoru.

7. Který z článků si myslíte, že je falešný? Z jakého důvodu si to myslíte?

Participantovi bude sděleno, který článek je vymyšlený.

8. Měli jste nějaké podezření během čtení článku?
9. Jaké znaky fake news podle vás článek obsahuje?
10. Jaké informace vám ve článku chybí? (Autor, datum, zdroj...)

Rozhovor

11. Co se vám jako první vybaví při slově fake news?
12. Kde se podle vás nejčastěji fake news objevují?
13. Jaká je vaše zkušenost s fake news? Vybavíte si nějaký příklad?
14. Jaká je vaše obrana proti fake news?
15. Měly by podle vás být fake news cenzurovány?

16. Vnímáte fake news jako hrozbu?

17. Jak by se podle vás mělo bojovat proti fake news?

Participantovi bude dán prostor na jakoukoliv poznámku či doplňující otázky. Poté bude následovat poděkování a ukončení rozhovoru.

PŘÍLOHA P II: ČLÁNEK PRO VEGANY

Pokud chceš zachránit svět, veganství není odpověď

Zájem o veganství je za posledních několik let obrovský. Ve Velké Británii od roku 2016 vzrostl počet veganů z jednoho a půl miliónu na současný počet tři a půl miliónu, což je v přepočtu 5 % populace celé země. Dokumenty jako Cowspiracy a What the Health se zaměřily na negativní dopad intenzivního chovu zvířat na maso a mléčný průmysl na životní prostředí. Dokumenty žádají, abychom se rozhodli přejít na rostlinnou stravu, ale ignorují jeden z důležitý faktor, který má pozitivní vliv na životní prostředí. A tím je pasení zvířat.

Namísto toho, abychom jedli více produktů vyrobených z průmyslově pěstované sóji, kukuřice a zrna, bychom měli podporovat udržitelné formy masné a mléčné výroby na základě tradičních rotačních systémů a pastvin. Měli bychom přinejmenším zpochybňovat etiku zvyšující poptávky po plodinách, které vyžadují vysoké množství hnojiv, fungicidů, pesticidů a herbicidů, a zároveň podporovat udržitelné formy chovu hospodářských zvířat, které mohou obnovit půdu a biologickou rozmanitost.

V roce 2000 britští manželé ze Sussexu přeměnili jako součást projektu Rewilding svou farmu o rozloze 1 400 hektarů na extenzivní pastvu s volně pasoucími stády starého hovězího dobytka, prasat, poníků a jelenů. 17 let se snažili učinit jejich konvenční zemědělské a mléčné produkty ziskové, nikdy však nemohli konkurovat zemědělským podnikům na lehčích půdách. Následně se však vše změnilo. Nyní pomocí ekoturistiky (pronájmu bývalých zemědělských budov) a ročnímu prodeji 75 tun organického masa dochází k ziskovému podnikání. **A protože zvířata žijí venku po celý rok, mají dostatek jídla, nevyžadují doplňkové krmění a zřídka potřebují vidět veterináře.**

Protože hospodářská zvířata nejsou dopována léky na odčervení a antibiotiky, jejich hnůj krmí žížaly, bakterie, houby apod. Jedná se o životně důležitý proces obnovy ekosystémů, vracení živin a struktury do půdy. **Ztráta půdy je jednou z největších katastrof, které dnes svět čelí.** Zpráva Organizace OSN pro výživu a zemědělství z roku 2015 uvádí, že celosvětově dochází ke ztrátě 25 až 40 mld. tun půdy erozí každý rok, a to především díky orbě a intenzivnímu osevu. Ve Velké Británii je vyčerpání suchozemské půdy tak hrozné, že v roce 2014 oznámil obchodní časopis Farmers Weekly, že nám možná zbývá jen 100 sklizní. Podle UN Food and Agriculture Organisation nechat ornou půdu ladem a vrátit ji na pastvinu po nějakou dobu – jak to dělali zemědělci dříve, než umělá hnojiva a mechanizace

umožnily nepřetržité sklízení – je jediný způsob, jak zvrátit tento proces, zastavit erozi a obnovit půdu. Pasoucí se hospodářská zvířata poskytují zemědělcům nejen příjmy, ale i hnůj a moč. Pasení hospodářských zvířat také urychluje obnovu půdy. Klíčem je být organický, a udržet čísla hospodářských zvířat tak nízká, aby se zabránilo nadměrné pastvě.

Tento systém přírodní pasení nejen pomáhá životnímu prostředí, pokud jde o obnovu půdy, biologickou rozmanitost, opeření hmyzu, kvalitu vody a zmírnění povodní, ale také zaručuje zdravý život zvířat a oni zase vyrábějí maso, které je pro nás zdravé. **Pokud nekupujete své veganské produkty speciálně z organických systémů "no-dig", i tak se aktivně podílíte na ničení půdní bioty a podporujete systém, který výrazně přispívá ke změně klimatu.**

PŘÍLOHA P III: FAKE NEWS PRO VEGANY

Veganství jako poslední možnost záchrany planety. Zde jsou jasné důkazy.

Veganství je poslední dobou velkým trendem nejen Instagramu a západního světa. Počet veganů globálně strmě roste, ne však potřebným tempem. **Masný a mléčný průmysl i přes velký odliv konzumentů k rostlinné stravě zaznamenává větší produkci a tím i větší zisk.** Maso se stává dostupnější pro větší části populace, a tím jeho prodej razantně vzrůstá. Přitom by to mělo být naopak.

Američtí vědci z univerzit porovnali konzumaci masných výrobků před dvaceti lety s dnešní konzumací a zjistili ohromující výsledky. **Místo snížení byl zjištěn nárůst o neuvěřitelných 30 %.** Pokud tímto tempem bude navyšování pokračovat, společnost se žene do pasti, ze které se bude těžko dostávat. Poptávka po masných výrobcích vzroste na tolik, že masný průmysl nebude dostávat se svými současnými kapacitami. Začne postupně ukrájet z prostorů volné přírody a tím **dále zvětší dopad na životní prostředí.** Tento proces způsobí velké ohrožení jak rostlinných, tak živočišných druhů, které doposud žijí ve svém přirozeném prostředí. O velkém dopadu živočišné produkce ani nemluvě. **Společně s dopravou je masný průmysl řazen jako jeden z největších znečišťovatelů a viníků globálního oteplování.** Podle této zprávy je jasné patrné, že pokud nenastane razantní změna, čekají naše životní prostředí černé dny, ne-li ty poslední.

Američtí vědci přichází s jediným řešením tohoto problému „**Přejít na rostlinnou stravu.** Ti více vzdělanější lidé již tuto problematiku pochopili a již přešli na rostlinnou stravu. Z našich průzkumů vyplývá, že většina dotázaných lidí, co se přihlásili k rostlinné stravě, **mají vysokoškolské vzdělání anebo patří k lidem s vyšším sociálním statusem.** To však nestačí. Je potřeba přesvědčit i ty méně vzdělané, jinak nás čekají čím dál tím větší problémy, které mohou způsobit i zánik naší planety,“ vzkazuje všem uvědomělým lidem vědec Patrick Moore. Ten během výzkumu přešel na veganskou stravu a v současné době se snaží přesvědčovat své okolí o správnosti tohoto rozhodnutí.

Právě od takových lidí bychom si měli brát příklad. Mezi další uvědomělé patří i rapper Ben Cristovao: „Nestal jsem se veganem jen z důvodu prospěšnosti pro životní prostředí. Nevidím rozdíl mezi domácími zvířaty a zvířaty chované pro maso. **Pokud byste neublížili**

svému psovi, jak můžete s čistou duší jíst maso?“ Ve svém životě uděláme spoustu rozhodnutí, které ne vždy jsou pouze černobílé. V tomto případě si však vybíráme mezi změnou nebo zánikem a moc času na rozhodnutí nám nezbyvá.

PŘÍLOHA P IV: ČLÁNEK PRO PARTICIPANTY BEZ SPECIFICKÝCH STRAVOVACÍCH NÁVYKŮ

Nejúčinnější způsob, jak snížit svůj dopad na Zemi, je veganská strava

Aktuálně největší analýza odhalila obrovskou ekologickou stopu hospodářských zvířat – poskytují pouze 18 % kalorií, ale zabírají až 83 % zemědělské plochy. Vyhýbání se masu a mléčným produktům je nejlepší způsob, jak snížit svůj dopad na životní prostředí, tvrdí vědci, jež stojí za aktuálně nejkompexnější analýzou škod, kterých se zemědělství dopouští na planetě.

Nový výzkum ukazuje, že **bez konzumace masa a mléčných výrobků by zemědělské plochy mohly být zredukovány o více než 75 %, což je oblast rovnající se rozloze USA, Číny, Evropské unie a Austrálie, přičemž bychom stále byli schopni nakrmit veškerou populaci světa.** Ztráta divočiny, která ustupuje zemědělství, je vedoucí příčinou současného masového vymírání divokých zvířat.

Nová analýza ukazuje, že zatímco maso a mléčné výrobky nám poskytují pouze 18 % kalorií a 37 % bílkovin, využívají naprostou většinu (83 %) zemědělské půdy a mají na svědomí 60 % skleníkových plynů emitovaných zemědělským sektorem. Další nedávná studie ukazuje, že 86 % všech suchozemských savců nyní tvoří hospodářská zvířata a lidé. Vědci také zjistili, že i masné a mléčné produkty s nejnižším dopadem jsou stále škodlivější než pěstování té nejméně udržitelné zeleniny a obilovin.

Studie, jež byla publikovaná v žurnálu Science, nashromáždila obrovské množství dat založených na bezmála 40 000 farmách ve 119 zemích a pokryla 40 potravin, které představují 90 % všeho, co jíme. Zhodnotila celkový vliv těchto potravin na emise skleníkových plynů, spotřebu vody a znečištění vod (eutrofizaci) a ovzduší (acidifikaci), a to z farmy až na talíř.

„Veganská strava je zřejmě vůbec nejučinnější způsob, jak snížit svůj dopad na planetu Zemi, a to nejen co se týče skleníkových plynů, ale také globální acidifikace, eutrofizace, využití půdy a spotřeby vody,“ říká Joseph Poore z Oxfordské univerzity, který výzkum vedl. „Je to mnohem lepší než omezení cestování letadlem nebo koupě elektrického automobilu,“ dodává, jelikož to by vedlo pouze k redukci emisí skleníkových plynů. „Zemědělství je sektor, který je spojen s celou spoustou environmentálních problémů,“ říká. „Opravdu jsou to živočišné produkty, které jsou zodpovědné za tak mnoho z nich. **Pokud se**

budeme zcela vyhýbat konzumaci živočišných produktů, bude to z ekologického hlediska mnohem výhodnější než se snažit nakupovat udržitelné maso a mléčné produkty.“

Analýza také odhalila obrovské rozdíly mezi různými způsoby produkce stejných potravin. Například hovězí dobytek chovaný na odlesněné půdě vyprodukuje 12krát více skleníkových plynů a potřebuje 50x více půdy než dobytek pasoucí se na přírodních pastvinách. Srovnání hovězího s rostlinnou bílkovinou jako například hrášek však ukazuje, že i hovězí s nejnižším dopadem je zodpovědné za šestkrát větší množství skleníkových plynů a 36krát větší zemědělskou plochu.

PŘÍLOHA P V: FAKE NEWS PRO PARTICIPANTY BEZ SPECIFICKÝCH STRAVOVACÍCH NÁVYKŮ

Veganství jako poslední možnost záchrany planety? Rozhodně ne! Zde jsou jasné důkazy.

Veganství je poslední dobou velkým trendem nejen Instagramu a západního světa. Počet veganů globálně strmě roste, je to však dobře pro přírodu? Rozhodně ne. **Rostlinná strava ve velké produkci má totiž ještě horší dopady na životní prostředí**, než jak se původně čekalo. Zde je výzkum, který vše dokazuje.

Američtí vědci z univerzit provedli výzkum, jak by vypadal svět, kdyby všichni lidé přestali jíst maso a stali se vegany. Jejich výsledky je naprosto šokovaly. **Současná rozloha, která je využívána k „nakrmení lidstva“, byla uznána jako naprosto nedostačující, a tudíž by se jejich velikost musela zvýšit.** Jednalo by se o neuvěřitelných 40 % půdy navíc. Rostlinná strava je totiž svými sklínky, poli a plantážemi o dost více náročnější, než strava masná a mléčná. Tento nárůst by zapříčinil další kácení lesů a ničení nedotčené přírody. To by byla bolestná rána pro planetu a další zrychlení globálního oteplování. Vše dokazuje již existující problém se zvýšením poptávky po avokádu. Vlivem tohoto nárůstu jsou denně káceny další hektary pralesů, aby byla naplněna poptávka po této plodině.

Dále rostlinná strava je více náročná na ošetřování půdy hnojiv, které by však z důvodu absence přírodního hnojiva muselo být umělé. Umělá hnojiva mají obrovský negativní vliv na půdu a všechny podzemní zdroje pitné vody. Vědci zjistili, že díky tak velké početné produkci rostlinné stravy bychom **přišli o téměř 30 % zdroje veškeré pitné podzemní vody.** Taková ztráta pitné vody by byla naprosto devastující, kterou si naše populace nemůže dovolit.

Američtí vědci přichází s jediným řešením tohoto problému. „**Nepřecházejte na rostlinou stravu.** Výzkum jasně dokázal, že pokud chcete zachránit zemi, tak veganství není ta správná cesta. Naše populace vytvořila takovou symbiózu rostlinné a živočišné produkce, která by se neměla nijak výrazně měnit. Vznikla by totiž nerovnováha, která by měla negativní vliv na nás, a hlavně na planetu Zemi,“ vysvětluje všem uvědomělým lidem vědec Patrick Moore. Ten během výzkumu začal jezdit po světě a pomocí přednášek se snaží šířit výsledky mezi co nejvíce lidmi.

Právě od takových lidí bychom si měli brát příklad. Mezi další uvědomělé, které se rozhodli šířit osvětu mezi lidmi, patří i známý herec Jiří Strach: „Rozhodl jsem se přejít na rostlinnou stravu právě z důvodu prospěšnosti pro životní prostředí. Výsledky tohoto výzkumu mě však překvapily, a proto jsem se rozhodl přestat být veganem. Teď o tomto výzkumu informuji své známé. **Budoucnost a prostředí mých dětí mi totiž není jedno.** Chci, abych se před svými dětmi nemusel stydět.“