

Vliv dezinformací na veřejné mínění

Michal Hlava

Bakalářská práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení
Ústav krizového řízení

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Michal Hlava**
Osobní číslo: **L17017**
Studijní program: **B3909 Procesní inženýrství**
Studijní obor: **Ovládání rizik**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Vliv dezinformací na veřejné mínění**

Zásady pro vypracování

1. Zpracujte rešerši současného stavu předmětné problematiky.
2. Proveďte posouzení vlivu dezinformací na obyvatele České republiky.
3. Navrhnete opatření na snížení negativního dopadu dezinformační kampaně na občany.
4. Sumarizujte získané výsledky a tyto znázorněte graficky.

Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

1. ŘEHKA, Karel, 2017. *Informační válka. Informační válka*. Praha: Academia, s. 5. XXI. století. ISBN 978-80-200 2770-2.
2. GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.
3. MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací: jak s námi informace manipulují*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2004. ISBN 80-86898-12-1.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Svoboda**
Ústav ochrany obyvatelstva

Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2020**

L.S.

doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
děkanka

Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou 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 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou 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 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 práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují 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 práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

V Uherském Hradišti, dne: 15. 5. 2020

Jméno a příjmení studenta: Michal Hlava

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zaměřuje na posouzení vlivu dezinformací na veřejné mínění občanů České republiky napříč celým věkovým spektrem. Teoretická část vysvětluje základní pojmy spojené s problematikou informačního prostředí, které toto téma obsahuje. Mimo dezinformace vysvětluje další formy manipulace jako je propaganda, misinformace, spin doctoring, fake news a deepfakes. Rovněž poukazuje na dezinformační platformy, které na území České republiky působí. Praktická část této práce se věnuje vlivu dezinformací na občany a definuje způsoby, jak dezinformace rozpoznat a bránit se jim.

Klíčová slova: Dezinformace, Informační prostředí, Manipulace, Propaganda.

ABSTRACT

The bachelor thesis focuses on the assessment of the influence of disinformation on the public opinion of Czech citizens across the whole age spectrum. The theoretical part explains the basic terms associated with the theme of the information environment contained in this topic. In addition to disinformation, it explains other forms of manipulation such as propaganda, misinformation, spin doctoring, fake news and deep fakes. It also points to disinformation platforms operating in the Czech Republic. The practical part of this thesis is devoted to the analysis of the effects of disinformation and defines ways how recognize disinformation and how to protect ourselves again them.

Keywords: Disinformation, Information environment, Manipulation, Propaganda.

Rád bych na tomto místě poděkoval svému vedoucímu práce panu Ing. Petru Svobodovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a připomínky při tvorbě této práce.

Rovněž bych rád poděkoval kolektivu Velitelství kybernetických sil a informačních operací za odborné konzultace a poznatky, které byly pro mě klíčové a bez kterých bych tuto práci nedokončil.

V neposlední řadě bych rád poděkoval svojí rodině za podporu a toleranci, kterou mi poskytovali po celou délku studia.

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

Motto:

„Náš problém není v tom, že toho víme málo. Náš problém je, že většina z toho, co víme, není pravda.“

William Penn Adair Rogers

OBSAH

ÚVOD.....	8
I TEORETICKÁ ČÁST.....	9
1 INFORMAČNÍ PROSTŘEDÍ.....	10
1.1 INFORMACE	11
1.2 VZNIK INFORMACÍ.....	11
1.2.1 Knihotisk	12
1.2.2 Rozhlas a televize.....	12
1.2.3 Internet	12
1.3 DISTRIBUCE INFORMACÍ	13
1.3.1 Tisková agentura	13
1.3.2 Editor – gatekeeper	14
2 MANIPULACE S INFORMACEMI.....	15
2.1 DEZINFORMACE A MISINFORMACE	15
Zdroje informací.....	16
2.2 HISTORIE POUŽITÍ DEZINFORMACE	16
2.2.1 Dezinformace v ČSSR	17
2.2.2 Operace NEPTUN.....	17
2.3 HOAXY.....	20
2.3.1 Jak snadno rozpoznat HOAX.....	20
2.3.2 Příklady	21
2.4 SPIN DOCTORING	21
2.5 DEEPFAKES	21
3 PROPAGANDA.....	23
3.1 BÍLÁ PROPAGANDA	23
3.2 ČERNÁ PROPAGANDA	24
3.3 ŠEDÁ PROPAGANDA.....	25
3.4 HISTORICKÉ PŘÍKLADY.....	26
3.4.1 Globální válka proti terorismu	26
3.4.2 Islámský stát a jeho propaganda	26
4 MANIPULATIVNÍ A DEZINFORMAČNÍ WEBY V ČR.....	28
4.1 SEZNAM DEZINFORMAČNÍCH WEBŮ	28
4.1.1 Weby tvořící dezinformace	28
4.1.2 Dezinformační platformy	30
4.1.3 Weby bez vlastního obsahu.....	30
4.2 DÍLČÍ ZÁVĚR	30
II PRAKTICKÁ ČÁST	32
5 MEDIÁLNÍ MANIPULACE.....	33

5.1	SKUPINOVÁ HLOUPOST	33
5.2	SKUPINOVÁ POLARIZACE.....	35
5.3	SOCIÁLNÍ SÍTĚ	36
6	DEZINFORMACE A JEJICH DOPAD	38
6.1	PŮVOD COVID-19.....	38
6.2	TRADIČNÍ ÚTOKY PROTI EU, USA A NATO.....	39
6.3	DEZINFORMACE NA VNITROSTÁTNÍ ÚROVNI	40
6.3.1	Varování mladé dívky	40
6.3.2	Zpráva z Německa.....	41
6.3.3	Perníky z Penamu.....	42
6.3.4	Svět dezinformací v době koronavirové	42
7	KRITICKÉ MYŠLENÍ.....	44
7.1	POSTUP PŘI KRITICKÉM MYŠLENÍ.....	45
7.1.1	Kdo je autor.....	45
7.1.2	Co je obsahem	45
7.1.3	Komu je sdělení určeno.....	45
7.1.4	Jak poutá pozornost.....	46
7.1.5	Proč bylo sdělení vytvořeno.....	47
7.2	MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST.....	47
8	VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ.....	48
8.1	DEZINFORMAČNÍ NARATIVY	48
8.2	DŮVĚRYHODNOST MEDIÍ V ČR.....	49
8.3	DOPAD DEZINFORMACÍ.....	51
	ZÁVĚR	52
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	56
	SEZNAM OBRÁZKŮ	57

ÚVOD

Informace a informační prostředí jsou obecně známé pojmy a v jádru jsou vnímány jako zdroj vědění. S nástupem nových technologií však zaznamenaly jednu zásadní změnu a tou je rychlost, jakou k nám putují a jak na nás působí. První pravidlo informačních operací zní: „*kdo informaci přinese první, má pravdu*“. Rychlost zde proto hraje klíčovou roli, a to často i za cenu objektivitu, věrohodnosti a zachování informační hodnoty.

Informace se v současné době staly významnou komoditou. Kdo jimi vládne, má moc. Přesné a včasné informace v dějinách rozhodovaly války, umožňovaly cestu na trůn, byly klíčem k bohatství a růstu mocenského vlivu nebo k územním ziskům. Vzpomeňme například tragickou bitvu na Moravském poli, kde padl král Přemysl Otakar II. Informace o jeho přítomnosti vedla ke změně taktiky, útoku na jeho šiky a následné rozšíření zprávy o jeho smrti vedly ke kolapsu českých sil. Bitva byla ztracena. Dopad byl katastrofální.

Ne jinak je tomu dnes. Není náhoda, že nevlivnější společnosti světa jako jsou Facebook či Google s informacemi pracují, umějí je včas použít a těžit z jejich vlastnictví. Cíleně pak mohou působit na veřejné mínění a nepřímo ovlivňovat například prodej produktů nebo v konečném důsledku výsledky voleb.

Nárůst vlivu informací však prakticky okamžitě vedl ke vzniku dezinformací a postupně všech jeho forem. Ukázalo se, že často nezáleží na tom, zda je informace zcela pravdivá, částečně pravdivá nebo není pravdivá vůbec. Dopad na cílovou skupinu je vždy velmi významný.

Cílem této práce je tedy posouzení vlivu dezinformací na veřejné mínění a jejich schopnost ovlivňovat společnost. Cílem teoretické části je vymezení základních pojmů týkajících se této problematiky, zejména pak nových forem manipulace a propagandy. Cílem části praktické je pak uvedení příkladů dezinformací, které se objevovaly v informačním prostředí a identifikace jejich vlivu na veřejnost. Posledním cílem je specifikace způsobů rozpoznání dezinformací a doporučení, jak těmto čelit.

Téma této práce jsem si vybral z toho důvodu, že pracuji na Velitelství kybernetických sil a informačních operací Armády České republiky. Strategické komunikaci a informačním operacím se tedy věnuji pravidelně a mám možnost se setkávat s novými trendy v této oblasti.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 INFORMAČNÍ PROSTŘEDÍ

Informace jsou všude kolem nás a zaplavují každý kout naší existence. Obklopují nás a do značné míry také zahlcují. Setkáváme se s nimi prakticky všude. Během cesty do zaměstnání z novin a letáků, z rádia během dne, z televizního zpravodajství, a především z internetu. Klíčovou roli zde tedy hraje čas, doba, za kterou k nám informace doputují. Pomineme – li skutečnost, že plánované a řízené události dnes běžně sledujeme on-line, běžné události vyžadují určitý reakční čas, než dojde k jejich zjištění, zpracování a případně také uveřejnění. I tak se často jedná pouze o minuty nebo desítky minut.

Samozřejmě také záleží na určité selekci zprav. Vždy existuje někdo, kdo posuzuje, která informace bude uveřejněná a která ne. Která je dostatečně zajímavá, aby byla zveřejněná okamžitě na titulních stranách či jen tak na pozadí všech ostatních událostí. To do značné míry ovlivňuje utváření našeho názoru na vzniklou situaci, a to také ovlivňuje veřejné mínění. Jak jsem již uvedl v úvodu, kdo uveřejní jakoukoliv informaci jako první, ten má pravdu a je velmi těžko ji vyvrátit.

Informační prostředí, ve kterém se pohybujeme je tvořeno medii všeho druhu. Tiskovinami, rádiovým vysíláním, televizním vysíláním, internetem nebo také působením různých billboardů a reklamními plakáty. To vše dohromady jako celek utváří prostředí, které se podílí na utváření našich myšlenek a názorů. Bez nadsázky lze tedy konstatovat, že můžeme dnešní dobu nazývat informačním věkem. Generál Řehka ve své knize *Informační válka* uvádí, že „*vyspělé země do informačního věku vstoupily tzv. informační revolucí v sedmdesátých letech dvacátého století a lze to považovat za třetí průmyslovou revoluci.*“ [1] Životy lidí v moderních zemích byly tedy změněny komunikačními technologiemi a internet se stal jejich nejlepším nástrojem.

Informační prostředí tedy lze dle doktríny NATO pro informační operace definovat jako „*virtuální a fyzický prostor, ve kterém jsou přijímány, zpracovány a přenášeny informace. Skládá se ze samotných informací a informačních systémů*“. [1] Vojenská doktrína USA popisuje informační prostředí velmi podobně. „*Informační prostředí je souhrn jednotlivců, organizací a systémů, které sbírají, zpracovávají a šíří informace nebo na jejich základě jednají. Toto prostředí se skládá ze tří vzájemně propojených dimenzí, které na sebe kontinuálně působí s jednotlivci, organizacemi a systémy. Tyto dimenze jsou fyzická, informační a kognitivní*“. [1] V neposlední řadě je nutné uvést, že nedílnou součástí informačního prostředí je kybernetický prostor.

Kybernetický prostor pak generál Řehka definuje v souladu s terminologickým slovníkem amerického ministerstva obrany jako „*imaginární prostředí, ve kterém jsou digitalizované informace přenášeny počítačovými sítěmi*“. [1]

1.1 Informace

Aby bylo možné zabývat se tematikou dezinformací musíme se nejdříve pozastavit u pojmu informace a definovat, co informace jsou a co naopak nejsou. Samotné slovo informace pochází z latinského *infomo*. Definice lze nalézt celou řadu, ale v zásadě všechny říkají totéž, jde o obsah zprávy či určité sdělení.

Informace jsou všude kolem nás a mohou mít různý charakter. PhDr. Mleziva ve své knize *Diktatura informací* vysvětluje více významů tohoto pojmu. „*Mohou být smyslovým vjemem či projevem člověka, který je sdílí nebo zaznamenává*“. [2]

Informace naopak nejsou umělé výtvořiny založené na fantazii a představivosti. Jedná se například o pohádky, literární díla, které nevycházejí z reality i když v nás takový dojem vzbuzují. PhDr. Mleziva také konstatuje „*V současné době se také běžně uplatňuje pseudorealita a virtuální realita, která svým podáním má simulovat skutečnost. Způsob prezentace všech těchto artefaktů navozuje představu reality do té míry, že často není možné je od skutečných informací rozpoznat, zvláště když se mísí s nimi v jednom celku*“. [2]

1.2 Vznik informací

Počáteční stupeň vývoje informací a jejich sdělení bylo ústní podání, kreslené a později také písemné. Klíčovým prvkem je tedy jejich zaznamenávání. Počátky zaznamenání informací lze nalézt například v jeskyních malbách, kde pradávni obyvatelé zaznamenávali významné události formou kresby na stěny jeskyní. Zde je patrné, že jejich je autor chtěl touto formou někomu předat dál nějaké sdělení.

Naprosto zásadní změna přišla ve 4. století př.n.l. s vynálezem klínového písma. Autor mohl zapsat důležité zprávy na hliněné desky, které již bylo možno šířit a informace omezeně zachovat a distribuovat. Vznikaly první přenosné záznamy o významných událostech, ale také nařízení a zákony. Ve starověkém Římě již ve druhém století př.n.l. bylo možné šířit různé záznamy o významných událostech či vyhraných bitvách, což lze považovat za první zřejmou formu propagandy.

Postupně začaly vznikat svitky a také knihy, avšak stále díky minimální gramotnosti převládal ústní projev předávání sdělení. Ta důležitá například v při kázáních v kostelích, ostatní pouze povídáním mezi lidmi v průběhu jejich normálního života.

1.2.1 Knihtisk

Další převratnou událostí byl vynález knihtisku Johanem Gutenbergem v roce 1440. Do té doby zdoluhavé a nákladné přepisování knih nabralo rychlý spád a od informačního prostředí vstoupil nový faktor a tím byl čas. Informace bylo možné šířit ve větší míře, mnohem rychleji a také ve více jazycích. Začaly se tisknout první noviny a jednorázové zprávy o mimořádných událostech. První pravidelně noviny začaly vycházet již v roce 1605 ve Štrasburku pod názvem: „*Relation aller Furnemmen ud gedeckwurdigen Historien.*“ Na území českého království začaly první noviny vycházet již v roce 1719, nesly název „*Pražské poštovské noviny*“ a vycházely více než 50 let. [3]

Technologický pokrok a snaha v krátkém čase šířit zprávy i v dalších letech vedl k rozvoji a rozšiřování informačního prostředí. Zvyšující se podíl gramotnosti obyvatelstva měl mimo jiné za efekt zájem o tiskoviny, které se dařilo šířit čím dál rychleji. Zájem čtenářů generoval poptávku, která vedla k rozšiřování nabídky. Noviny začaly vycházet prakticky po celém světě a informace se tak dařilo šířit v relativně krátkém čase mezi velkou část populace.

1.2.2 Rozhlas a televize

Přestože v první polovině 20 století intenzivně rostly počty výtisků novin po celém světě, objevila se média nová, která svojí atraktivitou dokázala poutat pozornost čím dál větší skupiny lidí. Šlo o rozhlas a částečně a velmi pomalu také o televizi. Nejen že tato média dokázala šířit zprávy nesrovnatelně rychleji, ale dokázala poutat pozornost zábavnými pořady, které se stávaly velmi atraktivními. Pokud v roce 1930 bylo v USA přibližně 12 milionů rozhlasových přijímačů, v roce 1939 to již bylo 28 milionů. [3] Dařilo se tedy oslovit větší množství populace. Média tak dostala nové přídavné jméno – masová.

1.2.3 Internet

Počinem, který svým významem překonal i knihtisk, byl vynález internetu. Na počátku jeho vzniku byla vývojová agentura ministerstva obrany USA DARPA – *Defense Advanced Research Projects Agency*, která spustila počítačovou síť ARPANET. Zavedením protokolu

TCP/IP se docílilo vzájemné komunikace mezi ostatními vzdálenými sítěmi a po vytvoření služby World Wide Web Centrem jaderného výzkumu CERN, vznikl de-facto internet v podobně, jak ho známe dnes. Vznikl tak zřejmě nejmocnější nástroj na ovlivňování lidí ve své historii. [3]

Informace k nám tedy proudí v reálném čase ve všech jazycích prakticky na celém území Evropy a pomocí satelitního připojení je dostupné v každém koutě světa. Rozšířením chytrých mobilních telefonů bylo docíleno on-line připojení každého člověka, který o to má zájem. Nastal tak čas získat si pozornost uživatelů. Nastala doba internetová.

1.3 Distribuce informací

Krátkým souhrnem historie medií jsem představil vývoj platforem, které informace šířily nebo je šíří dodnes. Snaha informovat a do značné míry také ovlivňovat mínění obyvatel teritoria byla historicky vždycky velmi patrná. Stále je však nutné informace selektovat a rozhodovat, co si čtenáři přečtou, v jakém pořadí a jakou formou je čtenářům informace poskytnuta.

1.3.1 Tisková agentura

"Tisková agentura je podnik, jehož hlavním úkolem je nezávisle na právní formě existence vyhledávání zpráv a obecněji aktuálních dokumentů zaměřených ryze fakticky a jejich dodávání jiným sdělovacím prostředkům." [4] Existuje několik druhů tiskových agentur.

- Světové – mají nadnárodní působnost a zastoupení ve více než 80 ti zemích světa. Například Reuters nebo Bloomberg, které po celém světě zaměstnávají osoby s cílem sběru informací.
- Mezinárodní s vlastní sítí korespondentů.
- Regionální s geograficky ohraničenou působností.
- Národní – s působností v konkrétní zemi, které od velkých agentur informace kupují a šíří je ve vlastním teritoriu. V České republice je to ČTK, která zprávy získává, ale také případně poskytuje dalším agenturám. Jednotlivá média pak z agentur informace přebírají a publikují je na svých platformách.

1.3.2 Editor – gatekeeper

Editor neboli gatekeeper je osoba, která zpravodajské informace třídí a rozhoduje o tom, které zprávy budou uveřejněny, v jakém pořadí a jaká jim bude přidělena důležitost. Rozhodujícím faktorem je většinou atraktivita zpráv, která zvyšuje sledovanost jednotlivých médií a tím také jejich zisk a finanční hodnotu společností. [3]

Klíčů k rozhodnutí, která zpráva uveřejněna bude a která nikoliv může být více a většinou se odvíjí od zaměření jednotlivých médií. Roli zde hraje objektivita a nezávislost a v neposlední řadě cílová skupina. Tzv. bulvární deníky uveřejňují jiné zprávy na titulních stranách než seriózní média. Dle průzkumu editoři v tištěných médiích uveřejňují pouze 10 % zpráv z tiskových agentur a vybírají pouze takové, které by se mohly líbit jejich cílové skupině. [3]

Editoři často volí líbivá témata se zvučnými názvy před seriózními zprávami. V případě bulváru například platí magická čtveřice klíčových slov a těmi jsou peníze, sex, Hitler a žralok. Tato klíčová slova obvykle zaručují sledovanost a atraktivitu, větší počet zobrazení a tím také větší zisky.

2 MANIPULACE S INFORMACEMI

Prakticky okamžitě s šířením informací se zrodila snaha šířit různě úmyslně upraveně zprávy za účelem ovlivňovat zamýšlenou skupinu obyvatel. Informace se staly zbraní, nástrojem manipulace a nástup technologií, jejich sílu akceleroval. V současné době známe několik forem manipulativních technik. Jedná se o dezinformace, misinformace, formy propagandy či nově deep fake news. V této kapitole je popíši a na historických případech uvedu jejich použití s dopadem na cílovou skupinu.

2.1 Dezinformace a misinformace

V předchozí kapitole jsem vysvětlil pojem informace. Dezinformace, fake news neboli fáma je ve své podstatě opakem informace. Je to základní manipulační technika, pomocí které lze ovlivňovat veřejné mínění, záměr naší cílové skupiny nebo našeho protivníka. Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám dále CTHH, které spadá pod ministerstvo vnitra České republiky a tématu dezinformací se aktivně věnuje uvádí následující definici. *„Dezinformace je systematické a úmyslné klamání. Pojem „dezinformace“ znamená šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.“* [5] Rovněž PhDr. Emil Mleziva ve své knize Encyklopedie lží, podvádění a klamání uvádí trefnou definici tohoto pojmu: *„Dezinformace je definována jako nesprávná, zkreslená, klamná informace, v určitém pojetí má obsahovat, má-li být účinná, i část pravdivých informací.“* [6]

Za hlavní znak dezinformace lze tedy považovat to, že se jedná o úmyslné jednání. Pasivní formou jako například zatajování zpráv či jejich pozdržení, nebo aktivní formu, kdy se informace vytvářejí anebo upravují dle záměru.

Misinformace naopak záměr postrádá. Je to *„nesprávná nebo zavádějící informace, která není šířena ani systematicky, ani úmyslně s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří ji přijímají.“* [5] Přestože se tedy jedná o nezáměrný akt, mohou mít ve výsledku stejný dopad na obyvatele, jako dezinformace – tedy ovlivnění názorů cílové skupiny na základě lživých zpráv.

Zdroje informací

Obě výše uvedené manipulativní techniky mají většinou jeden společný prvek. Je jím absence zdrojů. Dezinformace záměrně zdroje neuvádějí nebo jsou neúplné a jen velmi obecné. Pokud se budeme snažit dohledat zdroj, většinou nenajdeme vůbec nic nebo naprosto nedůvěryhodné či neprůkazné informace. V mnoha případech nelze vyhledat ani autora článku případně původce poskytované informace.

Velmi oblíbená je také technika zevšeobecnování. Autor používá výrazy jako „*odborníci říkají, většina lékařů konstatuje apod.*“ Snaží se tak svému tvrzení dodat vážnost a podporují to dalším tvrzením typu „*každý z nás se už někdy setkal nebo všichni dobře znají.*“ Setkáváme také s tvrzením, že informace vychází z výzkumu některé prakticky neznámé university nejlépe na jiném kontinentu či studie nic neříkajícího pracoviště opírající se o výzkum neznámého vědce, který někdy vůbec neexistuje. [3]

Nebezpečná forma manipulace také vzniká, když autor informace prezentuje pouze vlastní názor a přesvědčení, ale nikde se o tom nezmiňuje. Vzniká tak dojem, že konstatuje obecný fakt nebo zjištěnou informaci, zatím co autor pouze podsouvá vlastní myšlenky. V těchto případech autoři rádi provádí hodnocení dané problematiky a podsouvají čtenářům závěry, které nemusí být pravdivé. [3]

2.2 Historie použití dezinformace

Přestože pojmy jako dezinformace, fake news a fámy jsou relativně nové a všichni si je spojují s moderními médii, jejich historie je podstatně starší, sahající až do starověku. Jejich cíl bych vždy stejný, ovlivnit a manipulovat cílovou skupinu, kterou mohl být vojenský nepřítel stejně jako vlastní obyvatelstvo, které bylo třeba naklonit na svoji stranu.

Aby mohla uměle vytvořená dezinformace plnit svůj účel a byla uvěřitelná, musí mít alespoň částečně pravdivý a uvěřitelný základ. Nelze nepřítele přesvědčit o nějaké vymyšlené informaci, pokud by se jevila zcela nepravděpodobně. I z tohoto důvodu byli odpradáвна mistry ve vytváření dezinformací především zpravodajské služby, ať už byla jejich podoba v minulosti jakákoliv. Záměrně se snažili nepřítele přesvědčit o nějakém faktu, aby ovlivnily jeho myšlení, rozhodování a manipulovaly jeho kroky zamyšlených směrem.

Často se uvádí jako zlatý věk propagandy a dezinformací 2. světová válka a období, které ji předcházelo i následovalo. Osobně se však domnívám, že zlatý věk nás teprve čeká, a to

především díky technologiím, pomocí kterých běžný člověk nebude schopen rozlišit, co pravda být může a co je dílo dezinformátorů. Pro potřeby této práce však pracuji pouze s dosud známými fakty, nikoli s úvahami o budoucnosti.

Přestože praktiky spojené s manipulací a dezinformacemi častěji využívaly především nedemokratické a diktátorské režimy, v době studené války k nim sahaly obvykle obě strany. Především zpravodajské služby na obou stranách železné opony jim věnovaly velkou pozornost. Postupovalo se v duchu hesla vše, co je užitečné, je správné. Cíle byly různé, ale často se podobaly. Přesvědčit druhou stranu o nějaké vymyšlené „skutečnosti“ a tím jí přimět k námi zamyšlené reakci.

2.2.1 Dezinformace v ČSSR

Československo a jeho zpravodajská služba, bylo do roku 1989 velmi aktivním a úspěšným hráčem na poli dezinformačních operací. Prakticky okamžitě po převzetí moci v únoru 1948 byly budovány složky, které se zabývaly šířením propagandy, a to jak proti západu, tak proti vlastnímu obyvatelstvu. Nejprve to byl odbor dezinformací, který s různými názvy a různou organizační strukturou aktivně pracoval až do roku 1989. Nakonec v rámci I. Správy ministerstva vnitra vznikl *36. odbor – aktivních a vlivových opatření*. [8]

36. odbor I. správy MV řídil a prováděl psychologické akce a operace v souladu se zaměřením rozvědky v oblastech politické, ekonomické, vědecko-technické, vojenské, boje proti emigraci, boje proti speciálním službám, boje proti nástrojům psychologické války nepřítele. [8] Takzvaná aktivní opatření sledovala strategické cíle vládnoucího režimu a byly prováděny zvláštními formami činnosti a to zejména proti západním zpravodajským službám. Veškerá činnost pak byla koordinována s ostatními bezpečnostními složkami státu a zejména se sovětskou KGB.

2.2.2 Operace NEPTUN

Operace Neptun byla jedna z nejúspěšnějších akcí 36. odboru aktivních a vlivových operací vůbec. Mozkem celé operce byl major státní bezpečnosti Ladislav Bittman, který celou akci vymyslel, zorganizoval a realizoval. Později v roce 1968 emigroval do USA a o celé akci podal podrobnou zprávu.

Strategický kontext

V polovině šedesátých let mělo dojít v západním Německu k promlčení všech zločinů nacismu, s čímž Československo, potažmo celý východní blok nesouhlasil. Přestože ani zdaleka nedošlo k potrestání hlavních viníků, bylo rozhodnuto, že 8.května 1965 proběhne promlčení zločinů, a to i zločinů vraždy.

Plán akce

Státní bezpečnost (dále StB) se tehdy inspirovala nálezem v rakouském jezeře Toplitzsee, ze kterého byly vyzvednuty nacistické bedny s falešnými librami. Tato událost vzbudila ve světě velký ohlas, a tak vznikl v kancelářích StB plán operace Neptun. Ten počítal s využitím oblíbeného pořadu Československé televize Zvědavá kamera, jehož aktéři se chystali potápět v šumavských jezerech s cílem pátrat po záhadách. V minulosti již byly v Čertově jezeře nalezeny bedny s municí, a proto se reportéři rozhodli společně se sportovními potápěči prohledat i část dna jezera Černého. [7] Mezi potápěči působil také již zmíněný major Bittman, který měl ostatní potápěče s kamerou nenápadně navést k připravenému nálezu.

Dříve než se potápěči společně s televizním štábem pustili do natáčení pořadu, umístili pracovníci státní bezpečnosti do jezera několik speciálně připravených beden, jež se měly stát předmětem nálezu. Jednalo se o nacistické bedny opatřené náležitou patinou tak, aby vypadaly, že leží na dně jezera 20 let. V této fázi byly v bednách pouze čisté papíry, ale bylo dohodnuto se sovětskou KGB, že poskytne skutečné nacistické dokumenty, které budou následně omezeně ukázány světu. Dokumenty měly být částí nacistických archivů RSHA a měly kompromitovat velkou část politiků, státních pracovníků a různých dalších osobností veřejného života především v Německé spolkové republice, Rakousku, Itálii a dalších západních zemích. [7]

Cílem bylo zabránit uzákonění promlčecí lhůty nacistických zločinů a kompromitace zmíněných osobností. Sekundárním efektem medializace mělo být rozpohybování zpravodajských sítí a probuzení spících agentů v Československu a ostatních zemích Varšavské smlouvy.

Provedení

20. června 1964 byly na dno uloženy připravené bedny, aby je hned 3. července „náhodně“ našli sportovní potápěči během natáčení populárního pořadu Zvědavá kamera. Svazarmovští potápěči, kteří samozřejmě jako všichni ostatní netušili, že jde o falzum

informovali složky ministerstva vnitra. Tyto oblast uzavřely a následně je 13. července 1964 vylovily a s velkou slávou převezly do Prahy. Již 16. července vydalo Ministerstvo vnitra prostřednictvím ČTK zprávu, že nalezené bedny skutečně obsahují písemné dokumentace a svazky RSHA a jejich vypovídající hodnota je vysoká. Informace zapůsobila mezi novináři jako šrapnel. Okamžitě ji převzaly zahraniční tiskové agentury a k břehům šumavského jezera se sjížděli novináři z domova i zahraničí. Tok informací byl však regulován pracovníci ČTK Marií Kocíkovou, od které ostatní agentury a přebíraly pečlivě připravené informace. Zprávu od ČTK převzala dokonce i agentura Reuters a časopis Live uzavřel s ČTK dohodu o exkluzivitě a o dokument čs. televize projevilo zájem několik televizních stanic. [7]

Výsledek

15. září 1964 proběhla v budově Československé televize tisková konference, které se účastnili novináři z celého světa. Na konferenci vystoupil ministr vnitra Lubomír Štrougal, který seznámil novináře s obsahem beden. Nalezená dokumentace měla dokazovat, že Rakousko a Německo je napojené na bývalé nacistické funkcionáře a západoněmecká zpravodajská služba pokračuje v praktikách nacistické špionážní služby. Rovněž převzala do svých služeb osvědčené nacistické pracovníky, využívá jejich sítí ke špionáži. [7]

Ohlas byl mimořádný. Jen v Itálii byly články otištěny ve 25 novinách, v Německu v 18, v 7 v Rakousku, dále v Anglii, Francii, Belgii, USA, Švýcarsku, ale tak v Japonsku, Africe či v Latinské Americe. [7] Všichni v duchu připravené dezinformace, která vznikla v hlavě majora Bittnera.

Hlavního cíle, odložení promlčecí lhůty bylo dosaženo. Německo je neuplatnilo. Sekundárního efektu v podobě rozpočívání zpravodajských sítí rovněž. Řada politiků v Rakousku, Německu a Itálii rezignovalo, došlo i k sebevraždám. O Československu se okolní země domnívaly, že disponuje kompromitujícími údaji o řadě osobností, což generovalo určitý vliv, kterého později StB využívala. V neposlední řadě zprávy o nálezů motivovaly spousty občanů k poskytnutí zajímavých informací z období 2.světové války, což vedlo k dalším nálezům. [7]

Přestože dokumenty nebyly nalezeny v jezeře, ale byly dodány příslušníky KGB, jednalo se o pravé tiskoviny. Tyto byly postupně otiskovány v médiích nebo předávány různým organizacím do zahraničí. Padlo také spousty trestních oznámení proti žijícím osobám, na něž nebylo dosud dostatek důkazů.

Následná činnost

Operace NEPTUN byla skvěle naplánována, bezchybně provedena a dokonale zakonspirována. Naplánované cíle byly dosaženy, efekt byl vytěžen do maxima. Akce bylo využito pro dalších 20 operací StB a až do sedmdesátých let nikdo nezjistil, že šlo o dezinformační operaci státní bezpečnosti. To vyšlo najevo až poté, co major Bittman emigroval do USA a přihlásil se tamním úřadům jako bývalý agent I. správy MV. Ten v rámci své výpovědi před senátem celou akci prozradil a detailně seznámil zpravodajce s jejím průběhem. Později napsal řadu knih a o operaci Neptun přednášel na amerických universitách.

2.3 Hoaxy

Hoaxy neboli podvodné, mystifikační, poplašné či zábavné řetězové zprávy. Jsou šířeny většinou v e-mailech a na sociálních sítích. Společným rysem těchto zpráv je snaha o co nejrychlejší šíření. Autor nabádá adresáty k přeposílání zprávy co největšímu počtu dalších adresátů například příslibem šance vyhrát nějaký produkt či jen tím, že šířitel bude mít štěstí. [3]

Šíření hoaxů má několik negativních efektů. Přeposíláním těchto mailů dochází k nežádoucímu šíření předešlých emailových adres, protože šířitelé jen zřídka mažou historii adres. Hlavním negativem však může být poškozování dobrého jména jednotlivců či cílových skupin. Velmi častým cílem hoaxů je v České republice Evropská unie, a to především nesmyslná a vymyšlená nařízení či nové předpisy. Nesmyslné zprávy nabádají čtenáře k rychlému šíření a vytváří tak poplašné zprávy. Zejména nebezpečné hoaxy cílí na národnostní menšiny s tím, že například pobírají neúměrné příplatky nebo mají nárok na nestandardní benefity.

Názorným příkladem šíření podvodné poplašné zprávy byla kauza spojené s přechodným nedostatkem másla na trhu v České republice. Autoři hoaxů se snažili šířit zprávy, že Romové mají nárok na zvláštní přiděly másla, a to na úkor ostatních obyvatel. Řetězové šíření těchto zpráv způsobovalo xenofobní nálady vůči Romům a omezeně měly potenciál eskalovat napětí a nenávistné nálady vůči nim.

2.3.1 Jak snadno rozpoznat HOAX

Většina hoaxů obsahuje následující prvky:

- Vytváří dojem naléhavosti, případně se snaží šokovat čtenáře.
- Autoři se snaží svoje sdělení opřít o tvrzení významného a důvěryhodného zdroje. Například varování Policie, NUKIB informuje či vláda tajně rozhodla.
- Apeluje na čtenáře, aby zprávu rychle šířili dále.

2.3.2 Příklady

Nejčastější příklady hoaxů jsou podvodné maily, které varují před vymyšlenými viry a potenciálními hrozbami pro počítač. Dále jsou to vymyšlené prosby o pomoc třeba pro nemocné dítě či invalidu. Obvykle v nich pisatelé cílí na lidské emoce. Významné zastoupení mezi hoaxy mají rovněž vymyšlené petice nebo výzvy k občanům a různé pyramidové finanční hry nebo loterie. [21]

2.4 Spin doctoring

Další z řady manipulačních prostředků v informačním prostředí je tzv. Spin doctoring. Tato velmi častá manipulační technika se zaměřuje na veřejné mínění prostřednictvím médií. Jejím hlavním smyslem je odpoutání pozornosti od skutečného problému. Je velmi často využívána například politiky s cílem zaměřit pozornost novinářů tak, aby se nevěnovali závažnému problému, který je třeba skrýt. Manipulátoři v tomto případě buď vytvoří jinou, dostatečně zajímavou událost nebo zaměří pozornost novinářů na již existující kauzu někoho jiného. Zjednodušeně odkloní pozornost jinam. [3]

V souvislosti s touto metodou se někdy užívá termínu spin doctor pro osobu, které zajišťuje výklad události tak, aby ji veřejnost vnímala zamýšleným směrem. Opět jednoduše odpoutává pozornost od závažnějšího tématu, které by mohlo pošramotit jméno osoby, skupiny nebo také výrobků.

2.5 Deepfakes

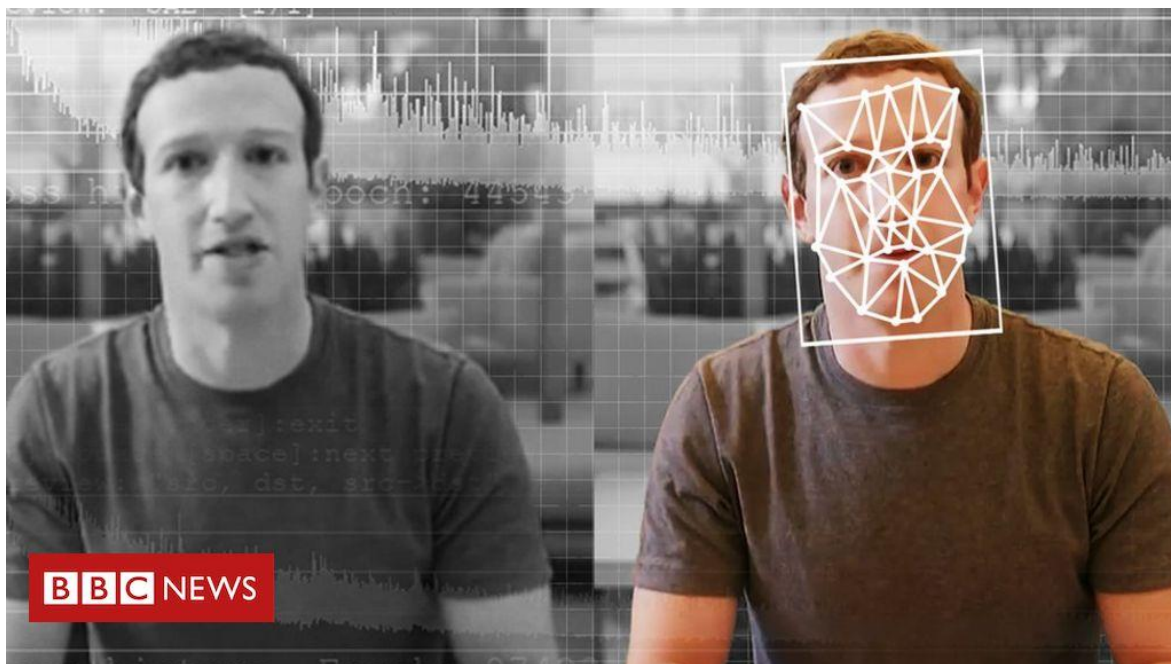
Jednou z nejnovějších a do budoucna zřejmě nejnebezpečnějších technik manipulace je takzvané Deepfakes. Jsou to většinou o krátká videa, kde lze spatřit známe osobnosti při sdělování různých, obvykle lživých informací nebo zachycující je v dehonestujících scénách. Původ Deepfakes lze najít v porno průmyslu, kde autoři vytvářeli videa s celebritami s cílem zvýšení sledovanosti jejich webových stran a následného generování zisku. Objevily se tak videa, která vzbuzovala dojem, že daná celebrita byla natočena při

choulostivých scénách v domácím prostředí a následně pak video uniklo na veřejnost, což vzbudilo velký zájem a pochopitelně také zisk. Nejprve se jednalo o jednoduché fotomontáže, které se daly poměrně snadno rozpoznat, ale později s příchodem sofistikovaných technologií začaly vznikat práce s obrazem i zvukem a dojem byl mnohem výraznější.

Potenciál této manipulativní formy byl vcelku brzy rozpoznán a začaly vznikat videa, kde bylo možné vidět různé politicky činné osobnosti či majitele nadnárodních firem s velmi překvapujícím sdělením. Dopad na cílovou skupinu bez kritického myšlení byl velmi signifikantní. Kupříkladu byl zaznamenán případ, kdy zaměstnanec firmy převedl značnou část finančních prostředků na bankovní konto do zahraničí jen proto, že uvěřil deepfakes svého údajného šéfa, který ho touto transakcí pověřil.

Velmi výrazný dopad však může nastat během voleb. Pokud voliči uvidí představitele stran a volené osobnosti v choulostivých situacích nebo tvrdit informace, které nikdy neřekli, bude dopad opět signifikantní.

Technologie však prozatím nejsou tak snadno dostupné a vytvoření opravdu uvěřitelného videa není jednoduché. Potenciál této hrozby je však velmi vysoký a domnívám se, že v budoucnu se bude třeba této manipulativní technice věnovat.



Obr. 1 Metoda Deepfakes používá technologie k manipulaci obrazu i zvuku. [14]

3 PROPAGANDA

Informační prostředí dnes zahrnuje celou řadu pojmů a aktivit. Některé z nich jsem popsal v předchozí kapitole. Ať už je jejich záměr pozitivní nebo negativní, jedná se o prvky, které nazýváme strategické komunikace, informační operace nebo také mediální operace. [1]

Pravděpodobně nejznámější pojem, který souvisí s informačními a vlivovými operacemi je propaganda, která dezinformace používá jako svůj nejsilnější nástroj. Asi každý z nás se už s tímto pojmem setkal a lze ho tedy považovat jako obecně známý. Přestože význam slova propaganda vyznívá spíše negativně, jedná se o praktiku, kterou v minulosti v různých formách používaly všechny strany působící v informačním prostředí.

Generál Řehka ve své knize Informační válka definuje slovo propaganda následujícím způsobem. *„jedná se o úsilí ovlivnit lidi tak, aby se jejich myšlení a chování měnilo požadovaný způsobem ve prospěch toho, pro koho je vedena.“* [1] Rovněž pracuje ve své knize s definicí Severoatlantické aliance z jejího slovníku termínu a definic AAP-06, *NATO Glossary of Terms and Definitions*, která propagandu definuje jako *„Informace, zejména zkrácené nebo zavádějící povahy, používané k podpoře politické věci nebo stanoviska.“* [1] Zjednodušeně jde tedy o cílenou snahu přimět cílovou skupinu obyvatel, aby uvažovala a případně také jednala žádoucím způsobem.

„Cílem moderní propagandy není jen dezinformovat, nebo Vám vnutit cizí názory. Jde také o to vyčerpat kritické myšlení a zcela vymazat pravdu.“ Gerry Kasparov [3]

3.1 Bílá propaganda

Bílá propaganda je ve své podstatě totéž co „Public relations“. Pracuje s pravdivými informacemi ve snaze pozitivně ovlivnit veřejné mínění a povzbudit občany k různým aktivitám. [3] Využívá médií k určité osvětě či propagaci a mobilizaci obyvatelstva. Klíčovým prvkem bílé propagandy je pravdivost poskytovaných informací a jejich akcentace. V minulosti to bylo například zdůrazňování vojenských úspěchů během války, a to s cílem získání podpory vlastního obyvatelstva k následné vojenské činnosti, zvýšení náboru nebo prodej válečných dluhopisů. V současnosti je typickým případem bílé propagandy výzva obyvatelstva k nošení roušek a ochranných prostředků s cílem zamezení šíření onemocnění Covid-19. Vláda, složky IZS nebo i Armáda mediálně stimuluje veřejné

mínění ve věci používání roušek tak, aby se občané nestyděli tyto prostředky nosit a zabránili rychlému přenosu viru.

Bílá propaganda je také součástí krizové komunikace vlády, která při tiskových konferencích vysvětluje občanům nezbytnost přijatých opatření v souvislosti s vyhlášením tzv. Nouzového stavu. Přestože jsou tato opatření drakonická, je nutné občanům vysvětlovat jejich urgentní potřebu a pozitivní dopad v souvislosti s bojem proti šíření viru Covid-19.



Obr. 2 Tisková konference vlády [15]

3.2 Černá propaganda

Černá propaganda je opakem bílé. Zdroje poskytovaných informací nejsou většinou dostupné nebo odkazují na neznámou osobnost. Typickým rysem černé propagandy je snaha vytvořit dojem, že zdroj je uznávanou osobností a je důvěryhodný. [9] Hlavními nástroji černé propagandy jsou lži nebo polopravdy a věrohodně podané dezinformace, které se snaží vytvořit negativní obraz protivníka.

Propagandisté většinou vytváří propracovanou kampaň napříč celým spektrem obyvatelstva a jako hlavní nástroj využívají pochopitelně média. Postupně využijí všechny výše zmíněné prostředky manipulace, aby v konkrétní okamžik zafungovali všechny najednou.

Známým případem byla kampaň proti prezidentskému kandidátovi Karlu Schwarzenbergovi, který byl vytrvale vyobrazován jako cizinec, jenž by více než národní zájmy zastupoval ty rakouské nebo německé. Objevovaly se články, které jeho předky vykreslovaly negativně ve vztahu k českému národu a vše vyvrcholilo dezimpretací jeho stanovisek ve věci smyšleného Schwarzenbergova záměru rušení tzv. Benešových dekretů. Nálepky cizáka, jenž chce vydat majetek Čechů zpět Němcům se již nezbavil a v konečném důsledku to mělo velmi významný vliv na výsledek voleb.

Podobnou negativní propagandistickou kampaň lze vnímat proti migrantům, kteří míří ze zemí postižených válkou do Evropy. Tvůrci propagandy, usilující především o vlastní profit a zisk politických bodů u radikálně smýšlejících obyvatel se snaží o odlidštění migrantů. Základem je klasifikace na MY a ONI. Dále odlidštit a přirovnat je k některému negativně vnímanému zvířeti, třeba kobyilkám a polarizovat společnost stylem – buď jste s námi nebo proti nám. [9] Historie nás poučila, že tento přístup může vést až ke genocidě, na které se vědomě podílí celý národ. Proces odlišování zmiňuje Petr Nužil ve své knize Media, lži a příliš rychlý mozek citováním G. Stantona a jeho knihy týkající se genocidy ve Rwandě takto:

- *klasifikace sociálních skupin na my a oni,*
- *označení skupiny (např. žlutá hvězda).*
- *odlidštění přirovnáním ke zvířatům,*
- *organizace – tvorba seznamů,*
- *polarizace společnosti,*
- *bezprostřední příprava na genocidu,*
- *provedení a popření genocidy.* [9]

3.3 Šedá propaganda

Šedá propaganda se nachází na pomezí obou výše zmíněných. Rovněž neuvádí zdroje nebo jen velmi povrchně a uvádí nepřesné, milné či zavádějící informace. Postupně tak slouží k podpoře dezinformací. Nositelem informací bývají většinou neutrální média, která zprávy jen předávají dále. Příkladem šedé propagandy jsou klamavé reklamy, které se snaží o vlastní propagaci formou pošpinění konkurenta. Běžně se setkáváme s přístupem různých prodejců všelijakých služeb, kteří svoji prodejní strategii staví ne na tom, jaké výhody přináší jejich produkt, ale co nám není schopna nabídnout konkurence a jak špatné jejich služby jsou. [9]

3.4 Historické příklady

Historických příkladů použití všech druhů propagandy je nepřehledné množství a často jsou spojeny s diktátorskými režimy a válkami. Agresivní formu černé propagandy pocítili například občané Československa na konci třicátých let, kdy nacistické Německo vedlo kampaň proti Československu za účelem územního zisku a posílení vlivu Německa. Intenzivní kampaň vedl rovněž Sovětský svaz, aby podpořil svoje válečné úsilí v boji s Nacisty.

3.4.1 Globální válka proti terorismu

Terorismus jako forma boje je dlouhodobě známá, avšak moderní technologie ji daly nový rámeček. Vzhledem k tomu, že je tento boj veden ve všech doménách, tedy i té kybernetické, jedná se jistě o boj globální. Přijmeme-li fakt, že se jedná o střet ideologií, kultur a náboženských skupin, hraje informační prostředí podstatnou roli tohoto boje. Generál Řehka tvrdí „*Vyhlášení globální války proti teroru americkou administrativou prezidenta George Bushe mladšího, bylo symbolickou deklarácí směřovanou vůči teroristům, jejich podporovatelům, domácí i světové veřejnosti a svým způsobem také součástí propagandy*“ [1]

Teroristé si rovněž velmi dobře uvědomovali sílu médií a symboliku cílů, na které útočili. Světové obchodní centrum v New Yorku bylo zhmotněním toho, proti čemu bojovali a útokem na něj s pomocí médií přenesli boj do každé domácnosti po celém světě. Vlády jednotlivých zemí utratily miliardy dolarů za boj proti terorismu a stejné částky na ochranu proti němu. Napadání západních cílů se tak stalo komplikovanější, a proto se teroristé přizpůsobili a začali stále více využívat mediální prostor. Velmi dobře chápali sílu médií a veřejného mínění na západě, a proto zaměřili část svého úsilí tam. Nástrojem jejich propagandy se stala televizní stanice Al-Džazíra, která vysílala výhružné nahrávky Usámy bin Ládina, jak promlouvá ke svým následovníkům

3.4.2 Islámský stát a jeho propaganda

Velmi propracovanou propagandistickou mediální kampaň vedl tzv. Islámský stát neboli Daesh, který vznikl na rozsáhlých územích Iráku a Sýrie, kde usiloval o vytvoření *Chalífátu*. V řadách následovníků vůdce Abu Musába az-Zarkávího se objevovalo velké množství zradikalizovaných muslimů, kteří přestože se narodili v západní Evropě, uposlechli

propagandy vedené na muslimské obyvatelstvo. Propagandisté Islámského státu na sociálních sítích uveřejňovali profesionálně zpracovaná videa, kde propagovali vojenské úspěchy, život v chalífátu a snažili se o radikalizaci dalších muslimů.

Videa se rovněž profilovala vysokou mírou brutality. Ukazovala popravu zajatců formou dekapitace, mučení, upalování zaživa v klecích či hromadné podřezávání. Dopad této agresivní propagandy na morálku vojáků v Iráku byl obrovský. Strach ze zajetí způsobil, že vojáci opouštěli svoje stanoviště a docházelo i k vyklizení celých oblastí prakticky bez boje. Propagandistům se tak podařilo přeměnit media a různé platformy sociálních sítí ve velmi účinnou zbraň k šíření propracované propagandy.

Kromě propagandistických fotografií, videí či on-line kázání publikoval Daesh také vlastní tiskoviny a vydával i příručky pro mediální bojovníky. Smyslem bylo, aby se každý mohl identifikovat jako bojovník bez ohledu na to, jakým způsobem se do boje zapojí. Rozdíl mezi pouhou podporou a osobní účast se tak smazával a řady následovníků tak narůstaly. Příkladem je citát z doktríny Daesh „*slovní džihád je důležitější než džihád meče.*“ [1]

Samozvaný Islámský stát představoval v době svého největšího rozkvětu významnou hrozbu. Její síla však nebyla ve vojenských úspěších, ale v síle její ideologie a schopnosti na dálku radikalizovat dostatečné množství podporovatelů v muslimské komunitě po celém světě. Zcela jistě je to výsledek propracované propagandy, kterou bychom dnes mohli nazvat strategická komunikace. [1] Propagandistům se rovněž podařilo dostat válku na blízkém východě do obývacích pokojů všech lidí v západním světě. Skutečnost, že se podařilo Daesh porazit bylo nejen důsledkem společného úsilí mnoha armád světa, ale rovněž porážka jejich propagandy a narativů. Objevilo se dostatečné množství lidí, kterým se podařilo utéct z okupovaných oblastí a informovat svět o neskutečném násilí a bezpráví, které vůdci Daesh na svém území nastolili.

4 MANIPULATIVNÍ A DEZINFORMAČNÍ WEBY V ČR

V českém informačním prostředí se nachází celá řada mediálních platforem, které cíleně šíří propagandu prezentující náhled na domácí i mezinárodní témata, avšak pod taktovkou ruských vlivových operací. Činností těchto médií se podrobně zabývá nevládní instituce Evropské hodnoty.

Mezi hlavní cíle těchto webů patří především systematické podryvání demokratických institucí a snižování důvěryhodnosti v domácích i evropských politických stran. Tradiční cíle těchto útoků je tak Evropská unie, NATO a snaha o narušování našeho partnerství. V neposlední řadě se také snaží o snižování důvěryhodnosti hlavních médií v ČR, jakým je například Česká televize [10]

Think – Tank Evropské hodnoty ve své studii „*Fungování českých dezinformačních webů*“ jejímiž autory jsou Jakub Janda a Veronika Vichová definovaly následující kritéria pro-kremelské dezinformační kampaně:

1. *Nepravdivost informace.*
2. *Záměr uvést někoho v omyl.*
3. *Přímý nebo nepřímý cíl textu je podpořit politiku Ruské federace.* [10]

4.1 Seznam dezinformačních webů

Dezinformační a manipulativní weby působící v České republice Jakub Janda ve své studii rozdělil do tří základních skupin. „*weby se zpravodajským formátem, diskusním formátem a weby bez vlastního obsahu.*“ [10]

4.1.1 Weby tvořící dezinformace

Média tohoto typu se samostatně označují jako zpravodajské weby. Cíl jejich činnosti je publikace zpráv, z nichž některé části vykazují znaky dezinformací. Jedná se o nejčastější formu prosazování politiky a zájmů cizí moci v České republice. Dle statistik Evropských hodnot jich v českém informačním prostředí působí nejméně 25. [11]

www.sputniknews.com

Kromě internetových stránek aktivně působí rovněž na sociálních sítích Facebook a Twitter. Vychází v nejméně 30 jazycích a otevřeně přiznává financování z Ruska. Sputnik na svých stránkách deklaruje snahu „*ukazovat multipolární svět, kde každá země má svoje národní*

zájmy, kulturu, dějiny a tradice a mluví o tom, o čem jiní mlčí.“ [10] Na stránkách Sputniku nelze nalézt šéfredaktora ani seznam jiných redaktorů. Hlavní náplní je překlad cizojazyčných článků ze zahraničních redakcí Sputniku, kde se sporadicky objevuje jako autor Děnis Kolčov a Jana Petrova. [10]

Situaci s pandemií Covid-19 redakce Sputniku velmi intenzivně zneužívá k podpoře svých záměrů. Vyhledává i ty nejmenší chyby, díky kterým může útočit na armádu, policii nebo státní instituce a zároveň úmyslně mlčí o finanční podpoře z fondu EU. Dále dává prostor politikům z KSČM či SPD, kteří otevřeně kritizují EU. Vyzdvihuje zásluhy pánů Mináře, Nejedlého a Tvrdíka. Příkladem je článek, ve kterém poslanec za KSČM Zdeněk Ondráček opět otevřeně kritizuje EU z nečinnosti, obviňuje jednotlivé členské státy z kradení si ochranných pomůcek a naznačuje, že Itálie bude následovat Brexit. Čtenáři bez schopnosti kritického myšlení a milovníci konspiračních teorií tak snadno mohou podlehnout dojmu, že současná situace povede ke kolapsu systému. [12] Záměr je v tomto případě jasný, podpořit ve čtenářích myšlenku na vystoupení České republiky z EU. Z dlouhodobého výhledu se jedná o vytrvalé oslabování institucí EU.

www.aeronet.cz

Aeronet podobně jako Sputnik působí kromě webu také na sociálních sítích Facebook a Twitter. V českém informačním prostředí působí od roku 2001, avšak svoji činnosti výrazně zesílil po anexi Krymu Ruskou federací. Redakce Aeronetu není opět známá a jako šéfredaktor bývá uváděn pouze pseudonymem Vedoucí kolotoče nebo VK. Rovněž struktura je nejasná a pouze na základě investigativní činnosti Ondřeje Kundry se lze domnívat, že centrálním místem redakce je byt v Havířově registrovaného na Marina Rohályho, který má zřejmě na starosti finanční záležitosti. [10]

Aeronet je výrazně proruský, který otevřeně podporuje politiku prezidenta Putina. Na základě článků, které redakce vydává lze konstatovat, že oblíbenými tématy jsou konspirační teorie týkající se migrační vlny a jakákoliv negativa týkající se NATO a činnosti USA v Evropě. Opět redaktori vytrhávají informace z kontextu a účelově manipulují podávané zprávy, které podsouvají na sociální sítě.

Mezi další weby, které tvoří dezinformace dle Think-Tanku Evropské hodnoty lze počítat například „AC24, Svět kolem nás, Vlastenecké zprávy, Lajkit a další.“ [10]

4.1.2 Dezinformační platformy

Do této kategorie spadají media, které dávají prostor pro publikaci názorů a komentářů prakticky kohokoliv, kdo je veřejně činný vyžaduje mediální prostor. Zde lze jen velmi těžko prokázat, že jde o šíření dezinformací, a nejen o prezentaci vlastních názorů. [10]

Parlamentní listy

Parlamentní listy nejprve vycházely v tištěné podobě, ale aktuálně působí jako on-line medium s přesahem na sociální síť Facebook a Twitter. Server Parlamentnílisty.cz je ve studii Evropských hodnot uveden proto, že má „dlouhodobě problematickou editoriaální politiku, na což poukazují:

- Studie Katedry politologie Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity: „o manipulativních technikách na vybraných serverech empirickým výzkumem prokazuje, že výskyt manipulativních technik na Parlamentních listech dosahuje nezanedbatelné intenzity“ [10]
- Konspiratori.sk – který na základě vlastní studie nedoporučuje inzerovat na platformě Parlamentních listů. [10]

Dále lze do této kategorie zařadit „*Protiproud, Zvědavec, Euserver, EUportál*“ [10]

4.1.3 Weby bez vlastního obsahu

Na internetových stránkách níže uvedených médií lze nalézt obsah, který je pouze převzatý z jiných stránek. Není zde žádná snaha generovat vlastní text. Provozovatelé nerozlišují, zda se jedná o hoaxy, dezinformace či naopak ověřené informace. [10]

Pravdive.eu a Almanach

U obou platform nelze dohledat informace o redakci, redaktorech ani o formě financování. Nepublikují žádná vlastní text a zaměřují se na články převzaté z výše uvedených stránek jako například AC24, Sputnik či Aeronet.

4.2 Dílčí závěr

Základním rysem dezinformačních webů v České republice je nízká transparentnost. U mnohých nelze zjistit jejich provozovatele, redaktory a způsob financování. Velmi signifikantním faktorem je rovněž provázanost všech výše zmíněných platform. Pokud se v informační prostředí objeví dezinformace, často je v různých obměnách publikována i na

ostatních webech. Evropské hodnoty ve své další studii „*20 poznatků o fungování České dezinformační scény*“ konstatují, že některé osoby jsou vlastníky i více internetových domén. Příkladem je osoba Ondřeje Grešla, který dle uvedené studie vlastní dezinformační doménu AC24 a také Svět kolem nás. [13]

Dalším výrazným rysem je skutečnost, že české weby ve vysoké míře přebírají dezinformace ze zahraničních redakcí. Využívají k tomu oficiální ruská média nebo jako Sputnik, ze svých zahraničních redakcí. Jakub Janda ve své studii konstatuje, že přímou tvorbou dezinformací se v České republice zabývá více než sto osob, identitu se však podařilo zjistit pouze u malé části. Stejná studie uvádí, že přibližně 25 % dotázaných potvrdilo, že více důvěřují tzv. alternativním médiím jakými jsou kupříkladu Parlamentní listy či Aeronet, než České televizi, Hospodářským novinám nebo Českému rozhlasu. [13]

Závěrem této kapitoly konstatuji, že v českém informačním prostředí působí poměrně vysoké množství dezinformačních a manipulativních webů. Zejména sociální sítě nabízí stovky různých skupin, kde lze nalézt osoby podporující dezinformační narativy. Pod rouškou anonymity šíří téměř kontroverzní témata a získávají pro své myšlenky příznivce. Nezáleží přitom, zda jde o islámské radikály, milovníky konspirativních myšlenek či podporovatele proruské propagandy.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 MEDIÁLNÍ MANIPULACE

Praktická část bakalářské práce se zabývá vlivem dezinformací na veřejné mínění a na chování obyvatelstva v České republice. Na konkrétních případech bude popsáno, jak účelové dezinformace manipulovaly s lidmi a směřovalo jejich chování zamýšleným směrem. Rovněž zde popíší způsob, jak dezinformace rozpoznat a jak se jim efektivně bránit.

Ústředním tématem praktické části práce je sledování vývoje veřejného mínění v ČR ve vztahu k celosvětové pandemii *Coronaviru SARS-CoV-2 dříve označovaným jako 2019-nCoV*, nyní všeobecně známé jako Covid-19. Tato velice závažná pandemie signifikantním způsobem ovlivňuje chování lidí po celé Zemi a má potenciál výrazně ohrozit ekonomickou stabilitu občanů, firem i státu.

Považuji za důležité si položit otázku, jak je možné, že občané vyspělého, ekonomicky rozvinutého a stabilního státu s vysokou mírou gramotnosti a velmi propracovaným, funkčním a kvalitním systémem vzdělávání, podléhají často zjevně nesmyslným zprávám a nelogicky tomu přizpůsobují svoje chování. Jak je možné, že relativně vzdělaní lidé uvěří konspirativním teoriím, hoaxům či manipulativním informacím? Co způsobuje, že se lidé pod zdánlivou rouškou anonymity na sociálních sítích se dokáží hádat nebo si i vyhrožovat kvůli odlišnému názoru na v České republice prakticky neexistující migranty? Důvodů je jistě celá řada, ale mají jeden společný rys, kterým je absence kritického myšlení.

Neschopnost nebo neochota si ověřovat zdroje informací, shromažďování se ve skupinách na sociálních sítích, špatná volba informačního kanálu nebo vliv vnějšího okolí způsobuje, že lidé si svoje názory utvářejí na základě chybných nebo lživých informací a nejsou ochotni či vůbec schopni je postupně měnit, či je upravit.

5.1 Skupinová hloupost

Jistě si každý všiml, že pokud nakupuje přes internet konkrétní typ zboží, například kola, začne se mu v prohlížeči po nějakou dobu zobrazovat reklama, která je cílena právě na tento typ zboží, tedy kola a jejich doplňky. Podobně to funguje na sociálních sítích. Zvýšíme-li svůj zájem o konkrétní činnost, začne nám sociální síť nabízet stránky nebo skupiny s podobnou tematikou. V určitou dobu dokonce koloval na internetu hoax, který tvrdil, že Facebook odposlouchává hlasovou komunikaci svých uživatelů. Východiskem bylo zjištění, že přestože uživatelé nevyhledávali konkrétní věc, například zájezd s historickou tematikou,

začaly se jim samostatně nabízet články a produkty na toto téma. Jediným pojítkem mohla být pouze hlasová komunikace uživatelů přes počítač o dané problematice, tedy v tomto případě o historii. Jak tedy Facebook věděl, že se zrovna teď zajímám o historickou tour a začal mi nabízet vše s tím spojené?

V tomto případě se opravdu jednalo o hoax. Facebook neodposlouchává komunikaci, ale algoritmus, který používá, sleduje celkový model našeho chování a chování našich přátel. Z částí informací, které o sobě sdílíme nebo na základě poznatků z našeho vyhledávání či vyhledávání lidí v komunitě, kde se na sociálních sítích stýkáme algoritmus odhaduje model našeho chování. Dle něj nám pak podsouvá informace nebo nabídky, které by nás mohly zaujmout.

Toho si jsou provozovatelé samozřejmě velmi dobře vědomi a mohou tak začít ovlivňovat názory uživatelů. Příkladem je firma Cambridge Analytica, která je obviňována z ovlivňování voleb v některých zemích. Pracovníci této firmy si totiž uvědomili, že klíčovou rolí při utváření názoru hrají emoce, především ty negativní. Stačí potom podsouvat do skupin na sociálních sítích dezinformační články, které si mezi sebou stejně smýšlející uživatelé sdílejí. Výsledek se dostaví sám.

Petr Nutil ve své knize *„Media, lži a příliš rychlý mozek“* poukazuje na faktor skupinového myšlení rovněž nazývanou skupinová hloupost. Lidé, sdružující se ve stejně myšlenkově spjatých skupinách své názory často radikalizují a ztrácejí schopnost rozlišit chyby. Cituje také Františka Koukalíka z jeho knihy *Vzpouza deprivantů* takto: *„Způsob myšlení, kterému lidé propadnou, jsou-li členy výrazně soudržné skupiny, v níž snaha po dosažení jednomyslnosti zvítězí nad motivací k věcnému hodnocení možnosti jednat jinak.“* [9] Podobně, jako absence sebereflexe u vlastních chyb, ignorujeme pochybení a argumentační fauly u osob, se kterými sdílíme skupinu a souhlasíme s nimi. Dochází tedy k tomu, že snaha o docílení jednomyslnosti převyšuje zdravý rozum a racionalitu. [9]

Skupinovému myšlení zvláště podléhají ty skupiny osob, kde vzniká přesvědčení o tom, že jejich existence je morálně oprávněná, sebe sama považuje za nekomfortní a „lepší“ než jiné skupiny. Nezáleží přitom, zda jde o sousedský spolek či skupinu historiků na Facebooku. [9]

Rozpoznání

Typickým faktorem skupin, které podléhají skupinové hlouposti je sklon k vlastní cenzuře. Pokud nejsou přijímány odlišné názory, jsou potlačovány myšlenky těch jedinců, kteří se mají tendenci odlišovat, jeví skupina známky skupinovému myšlení. Rovněž lze považovat za varování, pokud skupina přestane pracovat s alternativami a upíná se pouze k jednomu zvolenému řešení. Již samotný fakt, že se skupina prezentuje jako velmi soudržná a jednomyslná, jedná se o varování, že uvnitř skupiny nelze vyjadřovat vlastní názor. [9]

5.2 Skupinová polarizace

Na základě již výše zmíněných informací lze konstatovat, že internet do značné míry usnadňuje radikalizaci. Domnělá anonymita přidává do diskusí agresivitu a lidé se přibližují k extrémismu.

„Pokud se lidé nacházejí ve skupině stejně smýšlejících osob, je velmi pravděpodobné, že se jejich názory posunou do extrémních poloh. Tento jev se nazývá skupinová polarizace.“ [9]

Sociální sítě jsou dnes plné různých skupin a spolků, které mají tendenci se ve vnitřní diskusi radikalizovat. Debata tedy upevňuje názory, které skupina zastává. Pokud se například jedná o skupinu lidí, kde jsou zastánci tvrdých ochranných opatření proti šíření Covid-19, názory se debatou utvrzují, podporují postup vlády a vymezují se proti lidem, kteří opatření bagatelizují. Pokud se s nimi pustíte do pře, je prakticky nemožné je přesvědčit, že jsou jejich závěry chybné.

Velkou roli zde samozřejmě hraje rychlost šíření informací. Mobilní zařízení v kombinaci s mírou anonymity podporuje šíření dezinformací uvnitř skupin. Reakce následně bývá velmi intenzivní. Moderní technologie a určitý informační nadbytek způsobují, že se jen velmi těžko orientujeme v tom, co pravda je a co už není. Dochází k určitému vyčerpání kritického myšlení.

Potvrzuje se tedy, že klíčovým faktorem je interpretace problému. Její nevhodné pojetí může být závažnější než problém sám o sobě.

Dokonalým příkladem je výpadek s dodávkami léků, obsahující paracetamol v době krize Covid-19. Média podávala svědectví o tom, že nakažení virem trpěli silnými horečkami a jedinou efektivní pomocí nemocným bylo tlumení symptomů, tedy nasazení Paralenu a podobných léků. Po medializaci této informace byla reakcí obyvatel okamžité vytváření

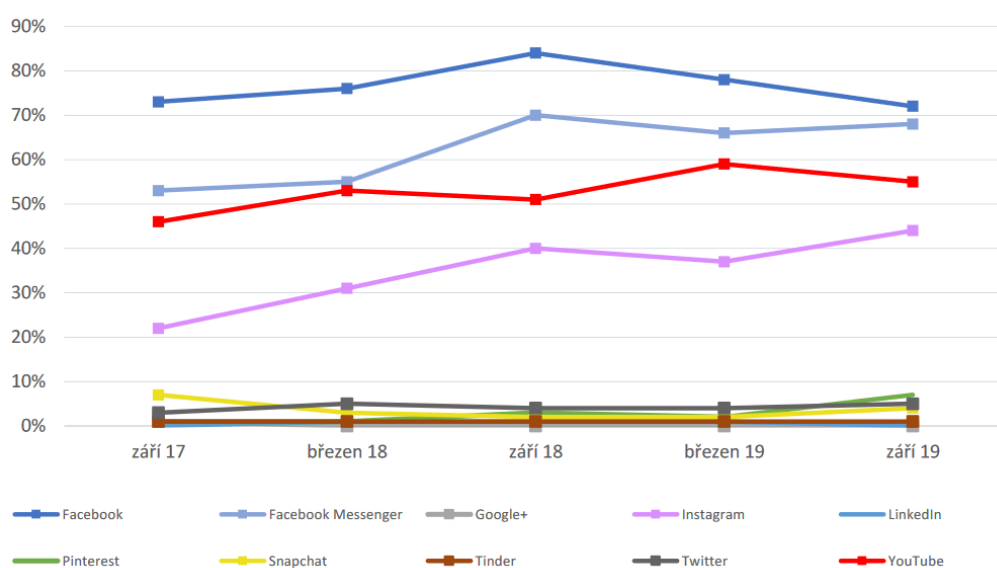
domácích zásob těchto léků. Přestože byla veřejnost opakovaně ujišťována, že zásob je v lékárnách a skladech dostatek, léky byly po určitou dobu nedostupné.

Z toho tedy plyne, že „jestliže je určitá situace lidmi definována jako reálná, stává se reálnou ve svých důsledcích“ [9]

5.3 Sociální sítě

Hlavním šířitelem dezinformací v České republice jsou mimo dezinformační weby především sociální sítě v čele s Facebookem. Základ jeho financování plyne z reklamy a ta se logicky odvíjí od sledovanosti. Je tedy pochopitelné, že nejdůležitějším zájmem této sítě je, aby na ní uživatelé trávili co nejvíce času. K tomu používá řadu nástrojů a algoritmů, které poutají pozornost uživatelů. Datový analytik František Vrábel z firmy Semantic Visions konstatuje, že největším šířitelem dezinformací nejsou proruské servery, ale především sociální sítě. [16] Pro doplnění uvádím, že firma Semantic Vision vyvinula unikátní systém, který monitoruje až 90 % zpravodajských zdrojů na internetu a zpětně je porovnává. Lze tak účinně odhalit, odkud dezinformace vzešla jako první. Jeho tým rovněž spolupracuje se složkami NATO a lze jej tak považovat za předního odborníka v oblasti propagandy a Fake news v České republice. [16]

PODÍL DENNÍHO ZÁSAHU 15-25 LET V ČESKU



Obr. 3 Vývoj denního zásahu sociálních sítí v ČR [27]

Různé sociální sítě v České republice využívá miliony uživatelů. Na konci roku 2019 bylo v ČR 5.3 milionů aktivních facebookových účtů, dále 2.2 milionů účtů na Instagramu a 1,6 milionů účtů na síti LinkedIn. [27] To je z hlediska dosahu obrovská skupina uživatelů, a proto je pochopitelné, že se na ni zaměřují dezinformační platformy.

6 DEZINFORMACE A JEJICH DOPAD

Celosvětová pandemie Covid-19 přitahuje pozornost naprosté většiny lidí na celém světě. Česká republika, stejně jako řada jiných zemí byla a stále je tímto onemocněním postižena. Byl vyhlášen nouzový stav, vydáno spousty zákazů, nařízení a omezení pro všechny občany bez rozdílu věku. Spousty z nich byly velmi nepopulární a vedly k omezení pohybu či ekonomickém propadu lidí, firem ale rovněž také státu. Společnost se velmi rychle diverzifikovala. Na jedné straně jsou zastánci všech druhů opatření a restrikcí ze strany státu, na straně druhé jejich odpůrci, kteří v opatřeních vidí pouze šikanu obyvatel, omezování lidských práv a snahu elit na situaci profitovat. Na obou stranách byli odborníci, obě strany měly velmi silné argumenty.

Celkově celá situace budila velké emoce, strach a negativní náladu mezi obyvateli. Občané měli oprávněnou obavu o svoje zdraví, o své blízké, o zdraví a celkově o svoji budoucnost. Vytvářel se tak přesně ten typ prostředí, který je ideální pro šíření dezinformací, poplašných zpráv a pochopitelně všech druhů propagandy. Pomáhala tomu masivní mediální masáž ze strany sdělovacích prostředků, ale také amatérská videa či reportáže z postižených oblastí na sociálních sítích.

Přestože vláda České republiky v čele s premiérem Andrejem Babišem prakticky denně svolávala tiskové konference, kde se snažila za pomoci odborníků, vysvětloval občanům své kroky a vyvracet lživá tvrzení, domnívám se, že byla o krok nazpět. Jak jsem už uvedl na začátku své práce, základní pravidlo informačních operací zní: „*kdo přijde s informací první, má pravdu.*“ Přestože vláda, kraje, složky IZS nebo armáda v souladu s pravidly krizové komunikace velmi zodpovědně vysvětlovala důvody svého jednání, v informačním prostředí kolovalo stále velké množství dezinformací.

6.1 Původ Covid-19

Na základě výzkumu společnosti Semantic Visions se první dezinformace o onemocnění Covid-19 objevila v Rusku již 20 ledna 2020. Oficiální portál ruské armády TV Zvezda přišel s dezinformací, že vir Covid-19 je umělého původu a vyvinut Američany jako tajná zbraň v jedné z více než 400 tajných laboratoří. Reportáž se opírala o výpověď ruského experta na biologické zbraně Igora Nikulina, který dříve pracoval v OSN, což mělo zprávě dodat věrohodnost. [16]

Během několika dní zprávu převzaly dezinformační weby a šířily ji dále také na sociálních sítích. Tato zjevně nesmyslná zpráva dle názoru Františka Vrábela zapadá do ústředního ruského narativu, kterým je relativizace pravdy. Zdroje medializují různé, mnohdy až protichůdné informace s cílem vyčerpat kritické myšlení a tím eliminovat pravdu. Většina čtenářů pak neví, kde je pravda, a nakonec nevěří vůbec ničemu. To v konečném důsledku velmi intenzivně podkopává důvěryhodnost státní institucí. [17]

- Toto považuji za velmi výrazný a nebezpečný dopad dezinformace na veřejné mínění. Zejména v době platnosti nouzového stavu je důležité, udržet věrohodnost státních institucí.
- Sekundárním efektem bylo očerňování oficiálních státních médií jako Česká televize a Český rozhlas s tím, že informují nevěrohodně, zaujatě a záměrně vyvolávají paniku a strach mezi obyvateli. [17]
- Dle výzkumu Semantic Vision mají dezinformační weby v České republice reálně vliv na 30 % občanů. Přitom obsah vzniká jen na asi 20 internetových stránkách, které však generují ¾ dezinformací v informačním prostředí. [17]

6.2 Tradiční útoky proti EU, USA a NATO

V souvislosti s šířením onemocnění Covid-19 se v České republice začaly vyskytovat tradiční narativy směřující proti Evropské unii, USA a NATO. V informačním prostředí se objevovaly informace, které dávaly do souvislosti migrační vlnu a onemocnění Covid-19. Vycházely články, o migrantech, kteří záměrně šíří do Evropy onemocnění. EU byla v této situaci obviňována z nečinnosti a nekompetentnosti s tím, že vedení EU této situace zneužívá k přijímání zákonů a direktiv, znevýhodňující nové členy a malé země. Některé zdroje dokonce hovořily o zakrývání vlajek EU v Itálii a vyvěšování Ruských, protože Rusové dle dostupných informací jediní Itálii v nouzi pomohli.

Intenzivně šířená dezinformace se týkala cvičení armád NATO pod vedením USA v Evropě. Cílem cvičení bylo přesun asi 20 tisíc vojáků do pobaltských zemí jako vojenská podpora proti akcím Ruska. Články hovořily o tom, že jsou to právě vojáci armád NATO, kteří onemocnění šíří a cvičení je demonstrací síly v době, kdy je na tom Evropa zle. Přestože bylo toto cvičení zjevně plánováno měsíce před vypuknutím pandemie a v začátku pozastaveno, dezinformační weby o něm intenzivně informovaly. Opět se jednalo o podporu

silného ruského narativu, který si klade za cíl destrukci stability a dobrých vztahů mezi členskými zeměmi NATO.

- Vliv těchto dezinformací na veřejné mínění, které jsou více strategického charakteru, je spíše dlouhodobí. Zapadá do tradičního ruského narativu, který usiluje o snižování důvěryhodnosti evropských institucí a destrukci demokratických hodnot.
- Oslabování pozice EU v České republice je rovněž součástí dlouhodobého úsilí Ruska, ale také některých politických stran, které tento narativ posilují.
- Na pozadí této kauzy profituje Čína, která obviňuje USA jako původce viru a sebe sama pasuje do role světového zachránce. Opět se objevuje efekt vyčerpání kritického myšlení záplavou alternativ a stavu, kdy nikdo není schopen rozlišit, kde se nachází pravda. Skutečný stav tak zůstává zahalen. [17]

Predikce vývoje

Ve strategickém kontextu predikce vývoje fake news lze předpokládat, že klíčový aktéři budou nadále podporovat vlastní narativy vůči České republice. Čína bude pokračovat v budování svého postavení v roli zachránce před onemocněním Covid-19 a zvyšovat celosvětovou závislost na jejich produktech. Rusko bude nadále usilovat o narušení vztahů České republiky s Evropskou unií a NATO, rovněž se bude snažit o vytažení naší země z těchto svazků. Tento stav by posílil postavení Ruska v mezinárodním společenství. V neposlední řadě by se mohl zvýšit vliv na strategické zakázky a směřování našeho zahraničního obchodu. Lze očekávat nárůst dezinformačních kampaní za pomoci moderních technologií a větším využívání deepfakes pro podpoření kampaní. [17]

6.3 Dezinformace na vnitrostátní úrovni

Kromě výše zmíněných dezinformací mezinárodního charakteru, které se šířily prakticky celosvětově, se s příchodem onemocnění Covid-19 objevily také dezinformace ryze domácího charakteru. Cílovou skupinou byli občané České republiky a jejich vliv byl pouze lokálního charakteru.

6.3.1 Varování mladé dívky

V první polovině března 2020 se začala pomocí aplikace WhatsApp šířit hlasová nahrávka mladé dívky, která avizovala vyhlášení zákazu vycházení v ČR. V inkriminovanou dobu nastal strmý nárůst nemocněných pacientů a vláda se obávala vypuknutí tzv. italského

scénáře. Pro úplnost doplním, že ten znamenal exponenciální nárůst pacientů s onemocněním Covid-19 v krátkém časovém úseku, což výrazně ohrozilo zdravotní systém a znamenalo to úmrtí vysokého počtu nakažených. Dívka na nahrávce tvrdila, že po dosažení 1000 nakažených Covid-19 bude na území České republiky vyhlášen úplný zákaz vycházení. Své tvrzení opírala o zdroj z ministerstva, kde údajně pracuje matka její kamarádky. [18]

Situace byla natolik závažná, že na nahrávku reagoval premiér Andrej Babiš a vyvracel informace v nahrávce uvedené. Dokonce byla vyšetřením případu pověřena policie ČR, které původce nahrávky vypátrala. Ministr vnitra v souvislosti s tímto případem upozornil, že šíření poplašné zprávy v době nouzového stavu je trestným činem se sazbou až do 8 let. [18]

„Po Messengeru tady teď lítá klasická fake news, která bohužel už dost lidí vystrašila. Bohužel dobře udělaná. Audiozpráva, ve které říká mladá žena, že má informace od holčiny, která má mamku na ministerstvu, že se chystá celková karanténa, vyhlášovat se bude z neděle na pondělí, bude taky armáda v ulicích, ulice se uzavřou a bude zákaz vycházení, že to má z první ruky. Je to nesmysl. Nic takového nikdy nebylo na stole. Dneska jsme už popřeli karanténu Prahy, a teď popíráme i tuto šílenou fake news. Prosím vás, nedělejte to, neděste lidi, není k tomu důvod,“ vyzval premiér Andrej Babiš. [18]

- Vliv na veřejné mínění mohl být v tomto případě velmi intenzivní. Jeho potenciál byl jak v urgentnosti hrozby, tak i v pravděpodobnosti vzniku paniky. Na základě předchozích zkušeností s reakcí obyvatelstva lze předpokládat, že mohlo dojít k panice, nadměrnému nakupování a shromažďování zásob a celkově ukvapené reakci obyvatel. Díky dobře vedené krizové komunikaci se naštěstí tuto poplašnou zprávu podařilo vyvrátit.

6.3.2 Zpráva z Německa

Mezi nejčastěji šířené hoaxy týkající se světové pandemie patří zpráva, která se šíří na Facebooku v různých skupinách či na profilech jednotlivých uživatelů. Autor hoaxy tvrdí, že disponuje informacemi od velmi dobrého přítele, žijícího v Berlíně, kde dochází k platbám pozůstalým v nemocnicích, pokud podepíší, že zemřelí skonal na onemocnění Covid-19. Pisatel uvádí, že lékaři nabízejí pozůstalým až 6000 eur plus náklady spojené s pohřbem s tím, že nechají uvést do záznamu zmíněnou příčinu úmrtí. Rovněž lékaři mají

být ocenění za tento podvod částkou 1600 eur. V závěru je uvedeno, že jedná o cílenou mafiánskou praktiku Evropské unie. [19]

- Tento Hoax je samozřejmě zcela vymyšlený a opět podporuje narativy směřující proti evropským institucím. Dosah zprávy byl však velmi významný, a to zejména kvůli formě šíření, kterou lze považovat za řetězovou.

6.3.3 Perníky z Penamu

Poněkud úsměvně působí dezinformace, která se objevila v médiích vypovídající o tom, že se Armáda České republiky podílí na distribuci perníků z Penamu v domovech pro seniory. Zprávu šířil exposlanec TOP 09 Michal Kučera a obviňoval v ní armádu, že svými prostředky podporuje činnost firmy Penam, spadající do holdingu Agrofert [20]

Generální štáb toto tvrzení okamžitě vyvrátil a exposlanec jej byl nucený stáhnout. Vzhledem k nárůstu negativního sentimentu na sociálních sítích vůči této události se k informaci rovněž vyjádřil ministr vnitra Jan Hamáček, který zmiňovanou dezinformaci popřel a vyzval autory k omluvě. Ta následovala ústy předsedkyně TOP 09 Markéty Adamové. [20]

- Z počátku nevýznamná zpráva šířená na sociálních sítích vzbudila velkou pozornost a podpořila negativní sentiment vůči premiérovi Andreji Babišovi.
- Sekundární efekt zprávy měl potenciál ohrozit důvěryhodnost vlády a vládních opatření v boji proti pandemii.

6.3.4 Svět dezinformací v době koronavirové

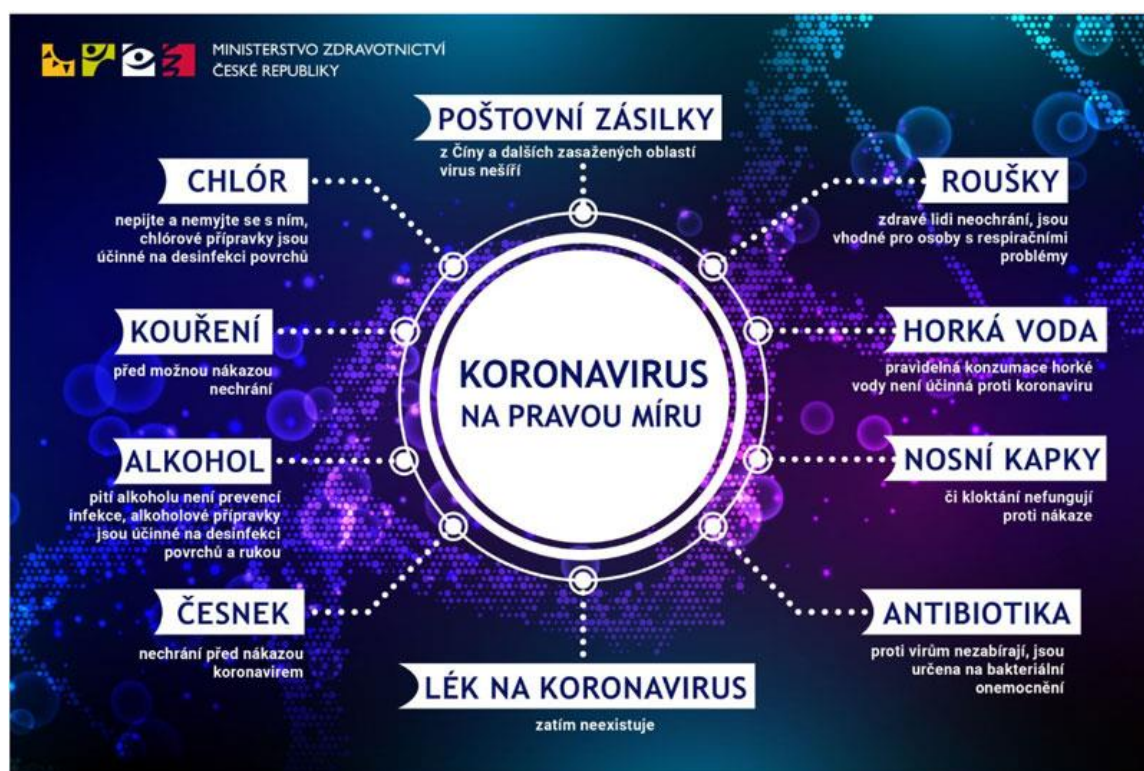
Nouzový stav, mimořádná opatření, omezení spojená s onemocněním Covid-19 rovněž přinesla obrovské množství různorodých a protichůdných informací, které signifikantním způsobem ovlivňovaly veřejné mínění. Informační prostředí je zahlceno informacemi, které vyčerpaly kritické myšlení velkého množství obyvatel. [23]

Mimo výše zmíněné dezinformace, rezonovaly českým informačním prostředím například ještě tato témata:

- Koronavirus vznikl uměle, aby vyvolal světovou hospodářskou krizi.
- Koronavirus vznikl uměle jako biologická zbraň.

- Onemocnění způsobují frekvence 5G sítí – zde pod vlivem dezinformací dokonce docházelo k útokům vandalů na vysílače sítí 5G v západní Evropě.
- Zaručenou prevencí proto onemocnění Covid-19 je konzumace teplé vody.
- Onemocnění se šíří pomocí poštovních zásilek z Aliexpressu.
- Kouření zabíjí koronavirus. [23]

Dezinformace spojené s Covid-19 jsou šířeny velmi rychle a veřejnost jejich vlivu podléhá snadno zejména proto, že o onemocnění obecně víme velmi málo a budí silné emoce. V takové situaci je poměrně snadné šířit dezinformace a lidé mají větší tendenci jim uvěřit. Pokud je jejich obsah dostatečně atraktivní nebo dokonce šokující, šíří se velmi rychle a reakce lidí je pak mnohdy nepřiměřená. Proto je velmi důležité věnovat této problematice dostatečnou pozornost, pravidelně informovat občany z úrovně vlády, případně krajů o situaci, plánovaných opatřeních a platných omezeních. [23]



Obr. 4 Ministerstvo zdravotnictví varuje před častými mýty [23]

7 KRITICKÉ MYŠLENÍ

Vliv dezinformací na veřejné mínění občanů České republiky nespočívá pouze v propagandě, které uvěří určité procento populace. Významným způsobem ovlivňuje také myšlení lidí, kteří se snaží jejímu vlivu bránit. Jde o určitou masovost, s jakou jsou dezinformace v informačním prostředí šířeny. Pokud tisková agentura vydá zprávu, velmi často dojde k šíření alternativních verzí s cílem vyčerpat kritické myšlení tak, aby bylo velmi těžké rozlišit, kde se nachází pravda. Obvyklou reakcí potom bývá tvrzení, že pravda je někde uprostřed. Toto lze považovat za nebezpečný fenomén. Lidé tak sice nejsou přímo přesvědčeni propagandou, ale jsou ji minimálně ovlivněni, což mění jejich úsudek. Toto bývá využíváno například během voleb, kdy dochází k očerňování protikandidátů. Voliči pak získávají pocit určitého znechucení celou situací a nabývají dojmu, že nelze zjistit, kdo má pravdu. Výsledkem je, že nejdou volit a tím mohou naplnit cíle dezinformátorů. [3]

Pokud budou tedy občané místo hledání pravdivé verze a ověřování informací volit tzv. zlatou střední cestu, stávají se nepřímou obětí propagandy. Dezinformátorům stačí, aby ke každé oficiální informaci dodali dostatečné množství alternativních verzí a docílí odklonu od skutečného stavu, který mohl být založen na potvrzených faktech. Z voliče se tak stal nevolič.

Z výše uvedeného textu tedy plyne, že nebudeme-li se snažit hledat pravdu a informace kriticky posuzovat, nepřímo se tak stáváme oběťmi propagandy.

Obranou je kritické myšlení, což je způsob analytického myšlení a formou nezávislého uvažování. Petr Nutil ve své knize „*Media, lži a příliš rychlý mozek*“ cituje definici N.Moora a Richarda Parkera, kteří konstatují: „*Tvrzení jsou výroky, které můžeme přijmout buď jako pravdivé, nebo jako nepravdivé. Kritické myšlení je pečlivé a uvážené rozhodnutí o tom, zda některé tvrzení přijmeme, odmítneme, nebo se o něm zřekneme úsudku.*“ [9]

Kritické myšlení nám tedy neříká, co si máme o určitých tvrzeních myslet, ale jak o nich uvažovat. Je velmi důležité při posuzování reality a pomáhá nám dělat správné závěry a rozhodnutí. Lidé takto uvažující méně podléhají podvodům, a především jsou odolnější vůči skupinovému myšlení.

7.1 Postup při kritickém myšlení

Jednoduchý návod na postup při posuzování informací sestavili autoři vzdělávacího projektu „*Jeden svět na školách*“, který definuje 5 jednoduchých otázek, které by si měl čtenář položit při posuzování informací.

7.1.1 Kdo je autor

„Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení? Jaké informace si o něm můžu dohledat a kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?“ [25]

Součástí každého sdělení by měla být informace o autorovi. Pokud je toto čtenáři dostupné, umožňuje mu sdělení zasadit do širšího rámce a lépe pochopit, jaká byla motivace jejího vzniku. V případě, že tato informace chybí, stává se sdělení podezřelé.

7.1.2 Co je obsahem

„Co je obsahem sdělení? Jsou ve sdělení uvedeny zdroje? Jaké názory a hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Jaké informace ve sdělení naopak chybí?“ [25]

Velmi důležité je vědět, o čem nás sdělení informuje. Zda autor popisuje pouze svůj vlastní názor nebo se jedná o informaci zpravodajského charakteru. Jednou z manipulativních technik je také zatajování, že se jedná pouze o názor autora, a ne o podložená fakta. Neinformovaný čtenář pak snadno šíří názory jedinců a skupin, které nemusí být pravdivé a sledují vlastní zájmy.

V manipulativních sdělení rovněž často dochází k úmyslnému zamlčování informací, které by mohly zprávu relativizovat či snižovat autorův záměr. Z tohoto důvodu je důležité potvrzování informací a zajímat se také o argumenty odpůrců.

7.1.3 Komu je sdělení určeno

„Komu a jaké cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemci dostává? Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?“ [25]

Autoři manipulativních a dezinformačních sdělení vždy přizpůsobují formu a obsah cílové skupině, které je určeno. Běžně svoje tvrzení opírají o tvrzení či výzkumy osob, které se profilují kýženým směrem a jsou pro cílovou skupinu známy. Pokud tedy bude sdělení zaměřeno k podpoře ruských narativů, bude publikováno na proruských platformách, aby

zasáhlo zamýšlenou skupinu. Manipulátoři si velmi dobře uvědomují, že různé věkové skupiny, vnímají informace rozdílně. Články o zločinech komunismu budou jinak vnímány starší generací, než generací, která se narodila pro roce 1989.

7.1.4 Jak poutá pozornost

„Jak se sdělení snaží poutat pozornost? Jaký je jazyk a forma sdělení a proč? Jaké emoce se sdělení snaží vyvolat?“ [25]

Klíčovou roli hraje forma upoutání pozornosti. Občas bývá použito manipulativních technik už v samotném názvu sdělení, aby přitáhl co největší počet čtenářů. Pisatelé tak cílí především na emoce a snaží se šokovat čtenáře hned v úvodním sdělení. Výrazně si dopomáhají fotografiemi nebo videi, které však mohou být upraveny nebo jinak vytrženy z kontextu. Příkladem je níže uvedená fotografie, kde se autoři snažili manipulovat veřejné mínění proti migrantům. Fotografie měla znázorňovat znečištěné nábřeží Seiny po přítomnosti migrantů. Ve skutečnosti se jednalo pozůstatky řádění irských fanoušků fotbalu. [26]



Obr. 5 Manipulace s fotografií [26]

7.1.5 Proč bylo sdělení vytvořeno

„Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení užitek?“ [25]

V neposlední řadě má smysl si položit otázku, proč bylo sdělení vytvořeno. Jaký mohl být motiv autora. Bylo jeho motivací získat pozornost, počet lajků, podpora narativů či popularita v nějaké sociální skupině?

Všechny tyto otázky nám pomohou si utvořit určitý obraz o autorovi, jeho záměrech, a především o věrohodnosti sdělení. Je evidentní, že zásadní sdělení například o průlomu ve výzkumu vakcíny proti onemocnění Covid-19 nebudou vycházet jen v médiích s minimální sledovaností, ale objevily by se také v hlavních sdělovacích prostředcích. Pokud se autor schovává za anonymitu a neuvádí žádné zdroje, stává se podezřelým a jeho tvrzení nelze ověřit. Všechny tyto faktory by si měl čtenář uvědomit, než začne informací dále šířit.

7.2 Mediální gramotnost

Kritické myšlení není o tom, že je čtenář kritický, ale že dokáže lépe pracovat s informacemi. Dokáže předložené informace hodnotit, ověřovat kvalitu zdrojů, schopnosti argumentovat, racionálně uvažovat a nepodléhá hoaxům či jiným manipulativním technikám. Celkově by se to dalo shrnout, že se jedná o určitou mediální gramotnost.

Lze tedy konstatovat, že mediálně gramotný čtenář dokáže pracovat se zdroji a chápe obsah sdělení a v neposlední řadě ví, jak rozpoznat manipulativní techniky, dezinformace a nenechá se jimi ovlivnit.

S ohledem na rychlost šíření informací a nárůst nových technologií dochází k určité pře-informovanosti a informačnímu nadbytku ve kterém je složité se orientovat. Proto se jeví jako důležité, zařadit mediální gramotnost do výuky studentů základních a středních škol.

V roce 2017 provedla organizace *Člověk v tísni* průzkum na 600 středních školách, aby zjistila, jak výuka mediální gramotnosti probíhá. Přestože většina oslovených škol považuje výuku mediální gramotnosti za důležitou, věnují se jí pouze okrajově s rozsahem do 10 hodin. Bylo zjištěno, že pouze 7 % škol má mediální gramotnost jako povinný předmět a ve 28 % případů se provede pouze formou jednorázové akce. Stejný průzkum také ukázal, že 2/3 vyučujících nebyli vyškoleni v oblasti mediální gramotnosti. [3]

„Důležité je nepřestávat klást otázky“ Albert Einstein

8 VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ

V této kapitole uvádím závěry výzkumu veřejného mínění v problematice dezinformací, který si objednalo Ministerstvo vnitra České republiky v druhé polovině loňského roku. Výzkum provedlo Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR v.v.i.

Výzkum byl prováděn dotazníkovou metodou, a to formou papírových dotazníků a počítačových dotazníků u osob starších 15 let v období 2. – 15. listopadu 2019. Celkově bylo osloveno 1 015 osob. [22]

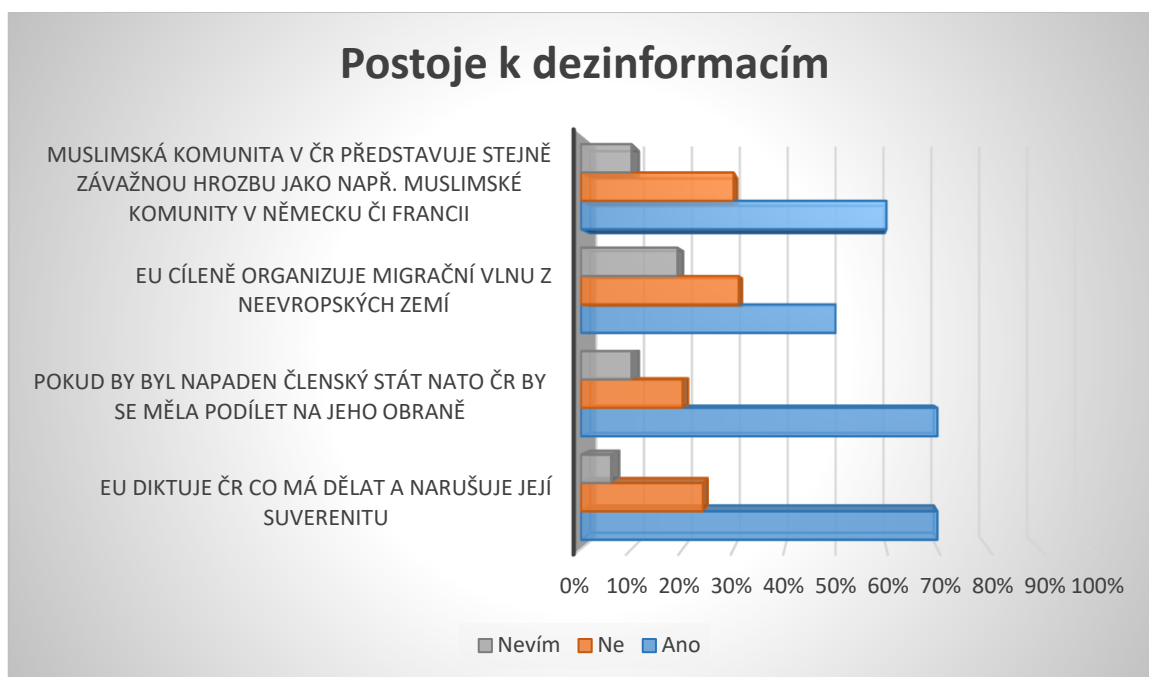
Cílem výzkumu bylo ověřit dosah a dopad dezinformačních narativů v informačním prostředí České republiky a zjistit, jak velké procento populace sleduje dezinformační média, které publikují nepravdivé a manipulativní informace.

8.1 Dezinformační narativy

Součástí výzkumu bylo ověřit, jaká je rozšířenost dezinformačních narativů mezi občany České republiky. V rámci dotazníkového šetření, byly respondentům předloženy stanoviska a ti měli vyjádřit souhlas nebo nesouhlas s uvedeným výrokiem. Témata se týkala problematiky EU, NATO, migrace a důvěru ve veřejná média. [22]

Nejvíce souhlasných stanovisek zaznamenal výrok, že „*Evropská unie diktuje České republice, co má dělat, a narušuje suverenitu ČR*“ K tomuto výroku vyjádřilo souhlasné stanovisko 70 % respondentů, nesouhlasilo 24 % a pouze 6 % nevědělo. Domnívám se, že se v tomto konkrétním případě ukázalo, jak silně je tento narativ zastoupen ve veřejném mínění občanů ČR, což lze považovat za alarmující. Dle zjištění výzkumu toto tvrzení z hlediska politického přesvědčení nejvíce podporují voliči KSČM a SPD. [22]

Zajímavým zjištěním jsou rovněž fakta týkající se migrace v Evropské unii. Přestože Česká republika byla migrační vlnou zasažena minimálně nebo vůbec, občané toto téma vnímají velmi citlivě. Dle výzkumu s uvedenými narativy souhlasí především starší občané a z politického spektra opět voliči KSČM a SPD. Naopak velmi pozitivně vychází zjištění, týkající postoje ke společné obraně v rámci NATO. Zde vyjádřilo 70 % občanů přesvědčení, že v případě napadení jiné členské země aliance, měli bychom přispět ke kolektivní obraně.[22]



Obr. 6 Příklady odpovědí respondentů na některé dezinformace [22]

8.2 Důvěryhodnost medií v ČR

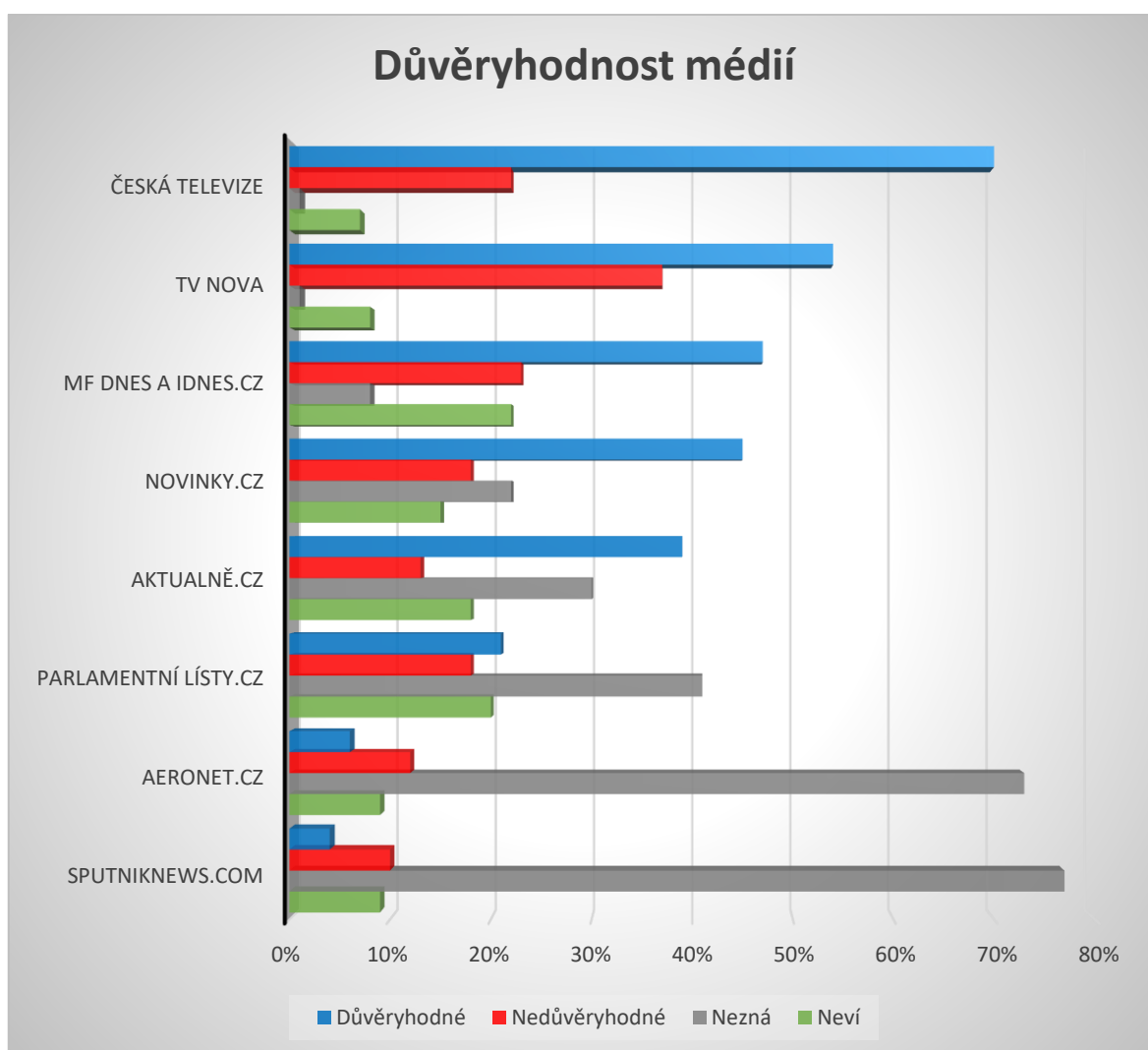
Jedním z cílů výzkumu bylo rovněž zjistit, která média považují dotazovaní občané za důvěryhodná a která pravidelně sledují. Výzkum se zajímal jak o televizní stanice, které mají evidentně největší dosah na občany, tak o stanice radiové a internetová média.

Z hlediska sledovanosti médií se na pomyslném prvním místě umístila Česká televize, kterou sleduje až 91 % respondentů. Druhá nejsledovanější stanice je dle výzkumu TV Nova, kterou alespoň někdy sleduje 89 % dotázaných. Dezinformační weby, jako Aeronet či Sputnik mají naopak sledovanost nejnižší, pohybující se pod 8 %. Na základě uvedených informací a zejména na kompletního výstupu zmiňovaného výzkumu lze konstatovat, že dosah dezinformačních médií můžeme považovat za nízký. Nejvýznamnější dezinformační weby vůbec nezná více než $\frac{3}{4}$ dotázaných. [22]

Při posouzení vlivu dezinformací na veřejné mínění je nutné posoudit také dopad. Domnívám se, že tento faktor lze jen velmi těžko vyhodnotit. V případě informací týkajících se onemocnění Covid-19 docházelo k výrazným reakcím obyvatel na prezentované informace. Občané v reakci na zprávy například ve velké míře nakupovali trvanlivé potraviny nebo se snažili předzásobit různými druhy léčiv, které se staly nedostupnými. Toto

považují za přímý dopad informací obecně bez rozdílu, zda se jednalo o dezinformace či pravdivé zprávy.

Roli v posuzování zpráv rovněž hraje důvěryhodnost zdroje. Posouzení důvěryhodnosti médií bylo také cílem zmíněného výzkumu. Níže uvedený graf ukazuje, které zdroje informací považovali občané za důvěryhodné.

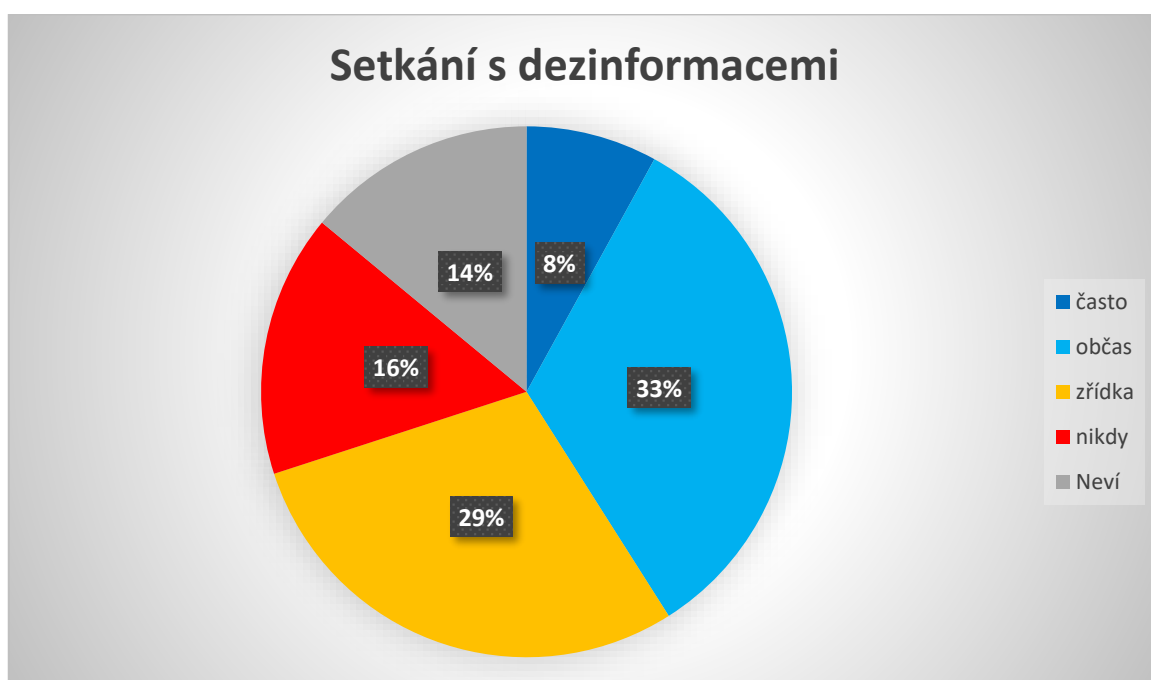


Obr. 7 Důvěryhodnost vybraných médií [22]

Obecně lze tvrdit, že schopnost čelit dezinformacím souvisí především se vzděláním, důvěrou ve státní instituce a také na prostředí ve kterém lidé pracují, žijí a tráví volný čas. Dosažené závěry výzkumu poukazují, že dezinformace mají větší vliv na občany s nižším vzděláním, slabší důvěrou v instituce a političtí příznivci KSČM a SPD.

8.3 Dopad dezinformací

Důležitým, avšak velmi těžko ověřitelným faktorem je dopad dezinformací nebo také postoj občanů k nim. Tento údaj je velmi těžko měřitelný, neboť lze jen s těží kvantifikovat přímí dopad na myšlení lidí. Výše uvedená studie deklaruje, že 52 % lidí vnímá šíření dezinformací jako signifikantní problém a potvrdilo se, že 41 % občanů se s nimi setkává nebo si setkání aspoň uvědomuje. [22]



Obr. 8 Jak často se dotázaní setkali s dezinformacemi [22]

Z uvedeného grafu tedy vyplývá, že 70 % dotázaných si uvědomuje, že se s dezinformacemi někdy setkává a tedy dokáže část z nich rozlišit. Domnívám se, že v době pandemie spojené s onemocněním Covid-19 bylo toto číslo zřejmě vyšší. Televizní stanice poměrně často ve svém denním zpravodajství na dezinformace informovaly a tím snižovaly jejich dopad na veřejnost. Toto lze považovat za efektivní, pakliže se jedná o seriózní médium.

V souladu s výše uvedenými informacemi konstatuji, že je přítomna znatelná snaha ovlivňovat veřejné mínění všemi dostupnými prostředky, avšak dopad zatím nelze považovat za vysoký.

ZÁVĚR

Téma propagandy, dezinformací a šíření cizích narativů je v současné době velmi aktuální. V informačním prostředí působí celá řada různých dezinformačních médií, které si kladou cíl ovlivňovat veřejné mínění zamýšleným směrem. Různou formou a intenzitou se dotýká každého občana České republiky a mnoho z nich se vědomě i nevědomě na jejich šíření podílí.

Tato bakalářská práce se věnovala vymezením základních pojmů, které jsou spojeny s uvedenou tematikou a na historických případech popsala dezinformační a vlivové operace v České republice. Rovněž jsou v práci popsány a vysvětleny nové manipulační techniky a způsoby jejich použití. Teoretická část je ukončena přehledem dezinformačních platform, které s v informačním prostředí ČR nacházejí.

Hlavní těžiště praktické části bakalářské práce je věnováno problematice dezinformací v souvislosti s onemocněním Covid-19. Její přínos spočívá především v identifikaci nejzávažnějších hoaxů a dezinformací, které se v průběhu pandemie vyskytly a reakcí obyvatelstva na jejich sdělení. Na základě předložených příkladů vyplývá, že prostředí ovlivněné pandemií, nouzovým stavem, a především strachem z neznámé nemoci, se jeví jako vysoce náchylné k šíření dezinformací, podpoře cizích narativů a manipulací s veřejným míněním.

Součástí praktické části je rovněž definován způsob obrany jednotlivce proti vlivům dezinformací, kterým je kritické myšlení a mediální gramotnost. Na základě studia uvedených zdrojů a vlastního zjišťování doporučuji věnovat širokou pozornost tomuto tématu především na základních a středních školách. Analýza textu, posuzování zdrojů a ověřování faktů by se mělo stát základní dovedností každého studenta, respektive občana ČR. S ohledem na politický vývoj, nárůst významu hybridních hrozeb a pokrok v informačních technologiích lze předpokládat signifikantní nárůst hrozby ovlivňování myšlení lidí. Je tedy kriticky důležité, aby byli jednotlivci schopni čelit těmto vlivům což také celkově napomůže zlepšovat úsudek a kvalitu rozhodování ve všech směrech každodenního života.

Domnívám se, že vliv dezinformací na veřejné mínění v České republice má ambici na celoplošnou působnost. Přesto lze konstatovat, že není vysoce závažný.

Cíl bakalářské práce byl splněn na základě uvedeného studia dostupných informací.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ŘEHKA, Karel, 2017. *Informační válka*. Praha: Academia. XXI. století. ISBN 978-80-200-2770-2.
- [2] MLEZIVA, Emil, 2004. *Diktatura informací: jak s námi informace manipulují*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 80-86898-12-1.
- [3] GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ, 2018. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress. ISBN 978-80-264-1805-4.
- [4] TRUNEČKOVÁ, Ludmila, 1997. *Tiskové agentury: Skripta pro posluchače fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy*. Praha: Karolinum. ISBN 80-718-4459-4.
- [5] Definice dezinformací a propagandy, ©2019. <https://www.mvcr.cz/cthh/Default.aspx> [online]. Praha: Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
- [6] MLEZIVA, Emil, 2000. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. Praha: Vyšehrad. ISBN 80-702-1391-4.
- [7] Státní bezpečnost-akce Neptun, ©1999-2020. *Totalita.cz* [online]. Praha: Tomáš Vlček [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: http://www.totalita.cz/stb/stb_a_neptun.php
- [8] 36. odbor I. správy, ©2020. *Ibadatelna: Dokumentační portál o státní bezpečnosti* [online]. Praha: Centrum pro dokumentaci totalitních režimů [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://ibadatelna.cz/cs/slovník/36-odbor-I-spravy>
- [9] NUTIL, Petr, 2018. *Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0716-2.
- [10] Fungování českých dezinformačních a manipulativních webů: Úplná studie, 2016. *Evropské hodnoty* [online]. Praha: Jakub Janda [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu-2/>
- [11] *Evropské hodnoty* [online], 2005. Praha: Jakub Janda [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/o-nas/nase-poslani/>

- [12] Ondráček: Itálie už dává jasný signál, co bude následovat po Brexitu, ©2020. *Sputnik* [online]. [Česká republika] [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/2020032411705526-ondracek-italie-uz-dava-jasny-signal-co-bude-nasledovat-po-brexitu/>
- [13] Nejdůležitější zjištění o české dezinformační scéně: 20 poznatků o fungování české dezinformační scény, 2016. *Evropské hodnoty* [online]. Praha: Jakub Janda [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/nejdulezitejsi-zjisti-eni-o-ceske-dezinformacni-scene/>
- [14] Facebook to ban 'deepfakes', ©2020. In: *BBC* [online]. London: BBC news [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-51018758>
- [15] Tisková konference vlády, ©2020. In: *Forum24* [online]. Praha: Forum 24 [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/vlada-naridi-zakaz-vychazeni-bez-rousek-platit-bude-zrejme-od-18-hodin/>
- [16] Koronavirus a fake news: Rozhovor s Františkem Vrábem, 2020. *IRozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/koronavirus-fake-news-dezinformace_2003030702_sot
- [17] Čína může Evropu zachránit před covid-19?: Rozhovor s Františkem Vrábem, ©1997-2020. *Český rozhlas: Český rozhlas plus* [online]. Praha: Český rozhlas [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/cina-muze-evropu-zachranit-pred-covid-19-nejnovejsi-dezinformace-ktou-sama-8179338>
- [18] HOAX: V noci na pondělí nebo po dosažení tisícovky nakažených koronavirem bude zaveden zákaz vycházení, ©2020. *Manipulátoři: Na faktech záleží* [online]. Praha 1: Manipulátoři.cz [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/hoax-v-noci-na-pondeli-nebo-po-dosazeni-tisicovky-nakazenych-koronavirem-bude-zaveden-zakaz-vychazeni/>
- [19] Finanční bonus: Zpráva z Německa, ©2020. *Hoax.cz* [online]. Praha: Josef Džubák & HOAX.cz Code & design DIGITAL ACTION [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://hoax.cz/hoax/financni-bonus-pro-pozustale-po-zemrelych-na-covid-19/>
- [20] Armáda perníky od Penamu do domova pro seniory nepřivezla, ©2020. *Manipulátoři: Na faktech záleží* [online]. Praha: Manipulátoři.cz [cit. 2020-05-20].

Dostupné z: <https://manipulatori.cz/armada-perniky-od-penamam-do-domova-pro-seniory-neprivezla/>

- [21] Co je to hoax: Jak hoax poznáme, ©2020. *Hoax.cz* [online]. Praha: Josef Džubák & HOAX.cz Code & design DIGITAL ACTION [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax>
- [22] *Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací*, 2019. Praha.
- [23] KOPECKÝ, Kamil. Dezinformace v době koronavirové, co se šířilo a šíří o COVID19. *E-Bezpečí*, roč. 5, č. 1, s. 85-89. Olomouc: Univerzita Palackého, 2020. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1849>
- [24] KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ, c2006. *Vzpouřa deprivantů: nestvůry, nástroje, obrana*. Nové, přeprac. vyd. Praha: Galén. Makropulos. ISBN 80-726-2410-5.
- [25] Metodická koncepce: 5 klíčových otázek, ©2001-2020. *Jeden svět na školách* [online]. Praha: Jeden svět na školách Člověk v tísni [cit. 2020-05-23]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/5-klicovych-otazek-metodicka-koncepce>
- [26] HOAX: Paříž ve stopách přistěhovalců, [2018]. *Manipulátoři: Na faktech záleží* [online]. Praha: Manipulátoři.cz [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/hoax-pariz-ve-stopach-pristehovalci/>
- [27] *Sociální média v roce 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci*, 2020. Praha. Dostupné také z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CTHH	Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám
ČR	Česká republika.
ČTK	Česká tisková kancelář.
DAES	Islámský stát
ČSSR	Československá socialistická republika
EU	Evropská unie.
IZS	Integrovaný záchranný systém
KGB	Výbor pro státní bezpečnost Sovětského svazu.
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
NATO	Severoatlantická aliance.
NUKIB	Národní úřad kybernetické a informační bezpečnosti
MV	Ministerstvo vnitra
OSN	Organizace spojených národů
TCP/IP	Primární přenosový protokol/protokol síťové vrstvy.
TOP 09	Tradice, odpovědnost, prosperita – politická strana
RSHA	Hlavní říšský bezpečnostní úřad
STB	Státní bezpečnost
SPD	Svoboda a přímá demokracie
USA	Spojené státy americké.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Metoda Deepfakes používá technologie k manipulaci obrazu i zvuku. [14]..	22
Obr. 2 Tisková konference vlády [15]	24
Obr. 3 Vývoj denního zásahu sociálních sítí v ČR [27]	36
Obr. 4 Ministerstvo zdravotnictví varuje před častými mýty [23]	43
Obr. 5 Manipulace s fotografií [26]	46
Obr. 6 Příklady odpovědí respondentů na některé dezinformace [22]	49
Obr. 7 Důvěryhodnost vybraných médií [22]	50
Obr. 8 Jak často se dotázaní setkali s dezinformacemi [22]	51