

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Diplomová práce

2023

Bc. Aneta Smržová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Využívání sociálních sítí jako nových informačních
platformem během války na Ukrajině**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Aneta Smržová

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3. 5. 2023

Bc. Aneta Smržová

Bibliografický záznam

SMRŽOVÁ, Aneta. *Využívání sociálních sítí jako nových informačních platforem během války na Ukrajině*. Praha, 2023. 142 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Rozsah práce: 163 893 znaků s mezerami

Abstrakt

Diplomová práce s názvem „*Využívání sociálních sítí jako nových informačních platforem během války na Ukrajině*“ se věnuje primárně sociální síti Twitter a jejímu obsahu. V práci je definován nejen novinář, ale i běžný uživatel a influencer. Autorka se dále věnuje novým žurnalistickým zdrojům, deprofesionalizaci žurnalistiky a problematice sociálních sítí. Práce si klade za cíl zanalyzovat chování a důvody referování o válce na Ukrajině jak ze strany novinářů, tak uživatelů, kteří se novinařinou v běžném životě neživí. Obsahem práce je rovněž analýza twitterových příspěvků všech deseti respondentů z prvních dvou týdnů války. V závěru práce jsou shrnuty nejdůležitější poznatky.

Abstract

The Diploma thesis titled "The use of social media as new information platforms during the war in Ukraine" is primarily devoted to the Twitter social network and its content. In the diploma work is defines not only a journalist, but also an ordinary user and influencer. The author also focuses on new journalistic sources, the deprofessionalization of journalism and the issue of social media. The thesis aims to analyze the behavior and reasons for reporting on the war in Ukraine by both sides – journalists and ordinary users who do not make a living from journalism. The content of the work is also dedicated to an analysis of the Twitter posts of all ten respondents from the first two weeks of the war. The conclusion summarizes the most important findings.

Klíčová slova

Dezinformace, sociální sítě, novinář, influencer, občanská žurnalistika, nová média, deprofesionalizace

Keywords

Disinformation, social media, journalist, influencer, citizen journalism, new media, deprofessionalization

Title/název práce

The use of social media as new information platforms during the war in Ukraine

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu PhDr. Janu Jirků, který ve mně vložil důvěru a umožnil mi téma sociálních sítí a dezinformací otevřít. Rovněž mu vděčím za jeho nasměrování, rady, konzultace, ale i trpělivost při vedení mé diplomové práce. Velké díky patří i mé rodině a přítelovi, kteří při mně stáli nejen po celou dobu studia, ale i při tvorbě práce a byli mi vždy obrovskou podporou.

Obsah

1	Úvod	3
2	Teoretická část.....	5
2.1	Definice novináře	5
2.2	Vymezení pojmu běžný uživatel/influencer	8
2.2.1	Influencer novinářem a naopak	10
2.3	Deprofesionalizace žurnalistiky	11
2.3.1	Občanská žurnalistika.....	14
2.3.2	User generated content versus Citizen journalism	17
2.4	Sociologie zdrojů.....	19
2.4.1	Prosumer, producer a consumer	20
2.4.2	Opinion leader – dvojestupňový model komunikace.....	22
2.4.3	Sociální sítě.....	22
2.4.4	Využívání sociálních sítí médií	26
2.5	Dezinformace.....	32
3	Metodika.....	35
3.1	Kvalitativní výzkum	35
3.1.1	Výzkumné otázky	36
3.1.2	Výzkumný soubor.....	38
3.2	Kvantitativní výzkum	39
4	Praktická část.....	40
4.1	Rusko-Ukrajinské vztahy	40
4.1.1	Rezonance v českých médiích.....	42
4.2	Představení českých profesionálních novinářů a běžných uživatelů, kteří se věnovali válce na Ukrajině	43
4.2.1	Novináři	43

4.2.2	Běžní uživatelé	45
4.3	Rozhovory s danými profesionálními novináři a běžnými uživateli.....	48
4.3.1	Twitter	48
4.3.2	Práce s informacemi a se zdroji.....	55
4.3.3	Dezinformace.....	58
4.3.4	Budoucnost žurnalistiky	64
4.4	Obsahová analýza jejich příspěvků	68
4.5	Zodpovězení výzkumných otázek	72
5	Závěr.....	76
6	Summary.....	78

1 Úvod

Sociální sítě vládnu světu a najde se jen málokdo, kdo by alespoň na jedné z nich neměl svůj účet. Jsou součástí našich životů a trávíme na nich spoustu času. Slouží nejen k interakci mezi lidmi, ale i k získávání informací. Umožňují propojení obsahu z celého světa a vzbuzují mylnou představu toho, že nic jiného k životu už nepotřebujeme. Téma své diplomové práce „*Využívání sociálních sítí jako nových informačních platforem během války na Ukrajině*“ jsem si vybrala z toho důvodu, že jde o téma poměrně nové a jeho teoretické ukotvení v odborných publikacích částečně chybí. Rovněž mě překvapilo, jak velké množství informací se od začátku napadení Ukrajiny Ruskem v únoru roku 2022 začalo objevovat na sociální síti Twitter. Nejnovější informace se objevovaly nejdříve zde, až pak ve večerních zpravodajských relacích. O válce neinformovali pouze novináři, kteří se válce věnují a do zasažených míst vyjíždí natáčet reportáže, ale i běžní uživatelé Twitteru, kteří se žurnalistikou neživí. I proto vyvstala otázka, zda svým chováním na sítích běžní uživatelé potažmo blogeři a influenceři nedeprofesionalizují tradiční žurnalistiku a neohrožují tak práci novinářů. Pro svou diplomovou práci jsem se rozhodla udělat polostrukturované rozhovory s pěti novináři a pěti běžnými uživateli, kteří se válečné problematice od jejího začátku věnují a referují o ní prostřednictvím svých osobních twitterových účtů.

Práci jsem rozčlenila do tří kapitol. V první, teoretické části, se věnuji definici novináře a běžného uživatele potažmo influencera. Úvodní část práce rovněž slouží k přiblížení problematiky deprofesionalizace žurnalistiky a občanských novinářů, kteří s tímto tématem úzce souvisí. V neposlední řadě je důležité nastínit sociologii zdrojů, ať už teorii prosumera a producenta, dvojestupňový tok informací nebo sociální sítě a jejich využívání mediálními domy. Poslední podkapitola teoretické části je věnována dezinformacím a válečné propagandě, které se během války na Ukrajině objevují. Druhá kapitola zas pro definování metodiky použité k analýze hloubkových rozhovorů a twitterových příspěvků všech deseti respondentů. Tedy představení kvalitativní i kvantitativní metody.

Teoretické nastínění výše zmíněných témat mi poslouží jako stabilní základ diplomové práce, na kterém mohu postavit metodickou část. Hloubkové rozhovory jsem zvolila z toho důvodu, že jsou pro mou práci vhodné a relevantní. Po přiblížení rusko-ukrajinských vztahů a krátkém popisu jejich společné historie, následuje představení výzkumného souboru i toho, jak jsem při jeho výběru postupovala. Třetí a nejobsáhlejší kapitola je pro mou práci tou nejdůležitější. Je tvořena na základě rozhovorů s vybranými novináři a běžnými uživateli.

Témata, která s respondenty probírám, kategorizuji do čtyř základních okruhů. Toto členění mi následně pomůže s odpověďmi na výzkumné otázky. Jednotlivé podkapitoly sestávají z přímé řeči všech dotazovaných, díky čemuž je kapitola čtivá a dokáže čtenářům lépe nastínit celou problematiku. Součástí praktické části je také obsahová analýza twitterových příspěvků všech pěti novinářů a pěti běžných uživatelů. Zde je primárním cílem zjistit, jaká byla četnost příspěvků v první den války, nebo jakým tématům se zkoumaný vzorek věnoval i v následujících čtrnácti dnech.

Poslední a závěrečná podkapitola třetí části se věnuje zodpovězení předem daných výzkumných otázek, kterými jsou:

VO 1: Jak se liší postupy profesionálních novinářů a běžných uživatelů při zpracování informací o válce na Ukrajině?

VO 2: Jaké jsou jejich postupy při práci s dezinformacemi? Jaké postupy používají k ověření informací?

VO 3: Dokázali běžní uživatelé informovat o válce lépe než novináři?

VO 4: Stanou se sociální sítě jako Twitter a Telegram hlavním zdrojem informací a přeberou tak funkci novin?

Ráda bych na tomto místě vysvětlila mírný odklon od schválené teze. Odchýlení nastalo v praktické části, kdy jsem v tezi uvedla, že kromě twitterových příspěvků všech deseti respondentů budu dělat rovněž analýzu příspěvků profilů vlády a mediálních domů nejen na Twitteru, ale i na Telegramu. Mým primárním cílem je zjistit rozdíl mezi novináři a běžnými uživateli v tom, jak pracují se zdroji, informacemi či jak si ověřují dezinformace. Díky tomu budu schopna určit, zda mohou běžní uživatelé novinářům konkurovat a jedná se o deprofesionalizaci žurnalistiky, nebo ne. Za tímto rozhodnutím si stojím, protože vím, že toto rozhodnutí mé práci v žádném případě neubližuje, nýbrž ji zkvalitňuje.

2 Teoretická část

2.1 Definice novináře

Novinář neboli žurnalista je dle Slovníku žurnalistiky: „Osoba pracující původně v tištěných periodikách, dnes i v dalších médiích, včetně tzv. nových médií, živící se žurnalistickou profesí.“¹ Může to být ovšem buď člověk zaměstnaný v mediálním domě a plnohodnotný člen redakce, nebo externí pracovník vázaný redakční smlouvou. Externím pracovníkem může být i novinář na volné noze, který své články nabízí za úplatu médiím a je zapsán v registru syndikátu novinářů. S nástupem internetu vznikl čtvrtý typ novináře, a to s orientací na online média.² Novináři se aktivně podílejí na tvorbě veřejného mínění a na základě svých zkušeností přetvářejí skutečné jevy do článků. Jsou nedílnou součástí společnosti, kterou díky své práci spoluvytváří.³

Novinář jako samostatné zaměstnání se konstitoval již v 19. století. Jednalo se o jedince, jenž dokázal z velkého množství informací usoudit, která zpráva je důležitá, a která ne. Dále pak dokázal o vybrané informaci referovat nezaujatě a jasně. Ve většině zemí světa není novinářské povolání nikterak právně ustanoveno a za novináře se může označit kdokoliv. Tato koncepce vychází z myšlenky všech demokratických států, které mají ve svých ústavách napsáno, že každý občan má právo se svobodně vyjadřovat a šířit své názory slovem, písmem a obrazem.⁴ I v České republice není práce novináře brána za plnohodnotnou profesi, označujeme ji jako profesi otevřenou. K jejímu výkonu totiž nepotřebujeme vystudovat speciální školy ani složit atestace. Za plnohodnotnou profesi se tedy považuje lékař, právník či advokát. Novinářskou práci tak mohou vykonávat absolventi různých škol, což jim následně zaručuje širší škálu vědomostí z různých okruhů.⁵

Na druhou stranu je zde riziko, že novináři, kteří neprošli profesním vzděláním, nejsou seznámeni se základy novinářské etiky. Důležitou roli musí sehrát mediální domy, které si novináře do svých redakcí pečlivě vybírají. Každý nový novinář je na začátku své kariéry v redakci kontrolován a sledován zkušenějšími kolegy. Výběr redaktorů a fungování samotné mediální instituce následně ovlivňuje i způsob, jakým jsou události do

¹ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, s. 279

² *Ibid.*, s. 160

³ *Ibid.*, s. 279

⁴ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 33

⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 49

zpravodajství vybírány a následně zpracovány. Každá zpráva je tak jedinečná, jelikož je při své tvorbě ovlivňována hodnotami, vzděláním a vlastní představou samotného redaktora.⁶

Za svobodu tisku a novinářů bojuje v České republice dobrovolné profesní sdružení Syndikát novinářů. Členství je zpoplatněno a členem se může stát kdokoliv kdo věnuje většinu svého času žurnalistice. Jedná se o politicky neutrální sdružení, které není nikterak závislé na politických, ekonomických či náboženských institucích.⁷ Jeho hlavním cílem je boj za svobodu českých médií. Roku 1994 přijala deklarace ministrů na 4. evropské konferenci možnost přijímat vlastní samoregulační normy, např. ve formě etických kodexů. Většina evropských demokratických států si vytvořila a přijala vlastní regulační normy v souladu se základním právem na svobodu projevu. V jejich šlépějích šel také Syndikát novinářů, dodržování jeho etického kodexu je pro všechny členy závazné. Pro novináře, kteří členy syndikátu nejsou, je dodržování kodexu dobrovolné. Etický kodex novináře se opírá o tři základní body: 1) Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace, 2) Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice, 3) Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií.⁸

Ve světě pak hájí svobodu a nezávislost žurnalistiky nezisková organizace Reportéři bez hranic (Reporters Without Borders), kterou založili čtyři novináři roku 1985 v Montpellier, Francii. Jejich misí je hájit všeobecnou deklaraci lidských práv s ohledem na novinářskou etiku a další ustanovení, která se žurnalistické etiky dotýkají, především pak Mnichovskou dohodu o povinnostech a právech novinářů. Každoročně vydávají zprávy o vraždách novinářů a aktualizují Index světové svobody tisku. Česko se v roce 2022 umístilo na 20. místě ze 180 zemí.⁹

Informování o událostech z celého světa přináší i jistá rizika. Výkonná ředitelka Mezinárodního tiskového institutu (International Press Institute), Alison Bethel McKenzie pronesla: „*Abyste získali příběh, musíte se vydat na nebezpečná místa, ať už je to frontová linie ve válečné zóně nebo na vrcholu rozpadající se budovy či na dně oceánu. Myslíme na všechny naše kolegy, kteří za nás každý den tato rizika podstupují.*“¹⁰ Mezinárodní institut

⁶ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 48-49

⁷ O nás. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/>

⁸ Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky-kodex/>

⁹ Who are we?. *Reporters Without Borders* [online]. 2016 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/who-are-we>

¹⁰ Deadly trends for journalists in 2011; 103 killed: Violence-ravaged Mexico becomes most deadly country for media. *International Press Institute* [online]. 2012 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://ipi.media/deadly-trends-for-journalists-in-2011-103-killed/>

monitoruje zabití novinářů během výkonu profese od roku 1997. Během této doby bylo zabito 2074 novinářů – z toho 164 žen a 1907 mužů.¹¹ Výbor na ochranu novinářů (Committee to Protect Journalists) uvádí, že za rok 2022 bylo zabito nejméně 67 novinářů, k více jak polovině zabití došlo pouze ve třech státech – Ukrajina, Mexiko a Haiti. Latinská Amerika patří dlouhodobě k nejnebezpečnějším územím pro novináře. Během válečného konfliktu na Ukrajině bylo během výkonu práce zabito (ke dni 26. 2. 2023) nejméně patnáct novinářů (viz. Obrázek č. 1).¹²

Obrázek č. 1: Mapa zabitých novinářů na Ukrajině od února 2022¹³



¹¹ The IPI Database of Killed Journalists. *International Press Institute* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://ipi.media/deaths/?incident_type=0&years=0&country=0&gender=male&search=&

¹² DUNHAM, Jennifer. Deadly year for journalists as killings rose sharply in 2022. *Committee to Protect Journalists* [online]. 2023 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://cpj.org/reports/2023/01/deadly-year-for-journalists-as-killings-rose-sharply-in-2022/>

¹³ Journalist killed in Russia-Ukraine war. *Committee to Protect Journalists* [online]. 2023 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: https://cpj-preprod.go-vip.net/wp-content/uploads/2023/01/CPJ_Ukraine_Deaths_230116_01-900px.png

2.2 Vymezení pojmu běžný uživatel/influencer

Za běžného uživatele považujeme kohokoliv, kdo používá internet či sociální síť a je na nich svým způsobem aktivní. Tento uživatel může na web přispívat texty, komentáři, fotografiemi, ale i videi. Za svou práci není placený a vykonává ji pouze ze svého vlastního přesvědčení. Psaní blogu či příspěvků není považováno za tradiční novinářskou práci, ale pouze za volnočasovou aktivitu jedince, jehož profesí není novinářina.

Slovo Influencer vychází z anglického slova *influence*, tedy vliv. Používalo se již v 17. století, ale od té doby změnilo několikrát samotnou podstatu slova. Již odpradávná sloužilo k mystickému označení někoho nebo něčeho, co mělo takovou moc, že dokázalo změnit mínění jednotlivců či větších skupin, především pak ve spojitosti s astrologií. Od významu slova používaném v 21. století se tedy moc neliší. Influenceři moderní doby mají rovněž ve svých rukou moc ovlivnit malou i velkou část lidí, jenž je sleduje. Rozdíl je pouze v tom, že to nedělají za mystickým účelem, ale ve většině případů za vidinou slávy a zisku.¹⁴

Brittany Hennessy považuje za influencera kohokoliv, kdo na sociální síť vytváří speciální obsah ve formě textů, obrázků a videí za účelem zvýšení vlastní kredibility a sledovanosti. Jsou to tací uživatelé, kteří vědí, jak správně použít marketingové nástroje, aby dosáhli svých cílů. Rovněž vidí velký rozdíl mezi označením celebrita a influencer. Za celebritu považuje osoby, jejichž talent a byznys je proslavil, ne sociální síť. Mezi ně řadíme herce, zpěváky či sportovce, kteří své sledující získali prostřednictvím tradičních platform (televize, rádio).¹⁵ Dalším rozdílem je cílová skupina – známého zpěváka bude nepochybně sledovat široká škála entit různého věku z rozmanitých částí světa, kdežto influencera bude patrně sledovat specifická skupina uživatelů. Influenceři kromě všeho vědí, že základem úspěchu je udržování dobrých vztahů se svými sledujícími. Bez pravidelné komunikace a odpovídání na zvědavé dotazy by své sledující brzo ztratili.¹⁶

V současné době používáme označení *influencer* pro určitý druh kariéry vytvořené na sociálních sítích. Pojmenováváme tak uživatele, kteří mají velký počet sledujících. K tomu být influencerem nepotřebujete vystudovat speciální školu ani složit řádnou zkoušku. Stačí si najít téma, které vás baví a svým stylem vystupování zaujmout část publika. Podle Lin

¹⁴ SALOMON, Jane. What Is An "Influencer" And How Has This Word Changed?. *Dictionary.com* [online]. 2019 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/e/influencer/>

¹⁵ HENNESSY, Brittany. Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media[online]. 2018, s. 9

¹⁶ Difference Between Celebrity and Influencer. *PEDIAA* [online]. 2020 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://pediaa.com/difference-between-celebrity-and-influencer/>

Pophal je potřeba k vybudování si základny sledujících čas, důslednost a odhodlání.¹⁷ Influencer pak získává možnost prostřednictvím svého účtu komunikovat s publikem a předávat mu vlastní obsah. Firmy si na základě výšky sledovanosti a zaměření vybírají influencersy, jejichž dosah využívají k vlastní propagaci značky. Mluvíme o tzv. *influencer marketingu* neboli marketingovém nástroji, které firmy často využívají k propagaci produktu, služby či značky, za kterou jsou influenceři náležitě zaplacení.¹⁸ Jedná se o jednu z nejrychleji rostoucích oblastí marketingu. O influencerech můžeme mluvit jako o názorových vůdcích.¹⁹ Cílem každého influencera je pak ovlivnit myšlení a chování svých sledujících, aby propagovanou věc buď zakoupili, nebo získali potřebu ji vlastnit. Tím ovlivní hierarchii nejen jejich potřeb, ale i životního stylu. Veškerý produkovaný obsah vzniká v rukou autentických osobností – influencerů – kteří jsou svým přátelským chováním lidem mnohem blíže než samotné reklamní bannery.²⁰ Neznamená to, že se influencerství týká pouze nabízení různých produktů, na sítích jsou i tací uživatelé, kteří se věnují edukaci specifického pole působnosti. Nemají miliony sledujících, za to jsou považováni za odborníky ve svém oboru.

Novinář Jakub Zelenka věří, že v současné době mají influenceři mnohem větší vliv na veřejnou debatu než samotní novináři a podotýká, že tradiční média by měla mít vlastní oddělení pro styk s influencersy. Také nevnímá počínání novinářů a influencerů jako boj dvou stran, ale vidí možnost vzájemné kooperace a soužití na sociálních sítích. Každá strana dokáže zaujmout specifické pole čtenářů, diváků či posluchačů a má co nabídnout. Zelenka rovněž připomíná, že v tradičních médiích je každý článek nebo reportáž podobný ledovci. Informace, které jsou uvedené v novinových článcích jsou pouze špičkou samotného ledovce. Veškeré další množství informací a kontextu se ve většině případů do článku nevejde či nejsou v souladu s předem stanovenou strukturou textu. Světově známé kauzy čtenáři nekonzumují pouze u tradičních médií, díky rozmachu sociálních sítí vám je stejně jako novináři mohou přerážet i sami influenceři.²¹

¹⁷ POPHAL, Lin. Content Marketing Best Practices From Online Influencers. *TheTilt* [online]. 2019 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.thetilt.com/content/content-marketing-best-practices-online-influencers>

¹⁸ Influencer marketing. *LESENSKYCZ* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.lesensky.cz/influencer-marketing>

¹⁹ SLUSSAREFF, Michaela. Fenomén influenceři. *Šance dětem* [online]. 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/fenomen-influenceri>

²⁰ NADANYIOVA, Margareta, Lubica GAJANOVA, Jana MAJEROVA a Lenka LIZBETINOVA. *Influencer marketing and Its Impact on consumer lifestyles* [online]. 2020, 8(2), s. 120 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://ojs.wsb.edu.pl/index.php/fso/article/view/302/243>

²¹ ZELENKA, Jakub. Tradiční média potřebují oddělení pro styk s influencersy. *Mimo agendu* [online]. 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://mimo-agendu.ghost.io/tradici-media-potrebuji-oddeleni-pro-styk-s-influencer/>

2.2.1 Influencer novinářem a naopak

Některá česká média dokonce influencersy zaměstnala a zařadila do svých programů. Hlavním cílem je zaujmout mladší generaci, kterou tradiční média zas tak nezajímají. Televize Seznam již kdysi oslovila Janka Rubeše, který svá zábavná videa publikoval na platformě Stream.cz. Následně pak „využila“ pro natáčení videí slavného českého youtubera Karla „Kovy“ Kováře, jehož kanál odebírá přes 900 tisíc uživatelů. „*Novináři jsou najednou v situaci, kdy youtuber Kovy a jeho videa mají daleko větší dopad na mladou generaci než práce mnohých novinářů dohromady,*“ uvedl v reportáži ČT24 Filip Vích, editor pro sociální síť Seznam Zprávy.²² V pozadí nezůstává ani Instagram, kde svými satirickými kolážemi baví publikum Tomáš Břímek alias TMBK. Právě jeho tvorbu využíval český magazín Reflex. Spolupráci s mediálním domem CNC nakonec ukončil. V listopadu 2022 oznámil, že své koláže bude nově tvořit pro Seznam Zprávy, kde budou doplňovat názorovou rubriku.²³ Influenceri přinášejí mediálním domům pozornost z generačního segmentu, na kterou by samy těžko cílily. Svě sledující dokážou přenést s sebou a zvednout tak fanouškovskou základnu samotného média.

Spolupráce s influencersy přináší také etické otázky a jistá rizika. Může se z někoho, kdo na sociálních sítích propaguje kosmetiku, stát plnohodnotný novinář? Jejich neprofesionalita může vést k šíření misinformací či dokonce dezinformací. Podle některých odborníků je práce s influencersy přijatelná, ale pouze v určitém sektoru. Přechod influencera z lifestyleového pořadu do politického zpravodajství vnímá za velmi sporné i bývalá děkanka FSV UK Alice Němcová Tejkalová.²⁴

Otázkou zůstává, zda se i z novináře může stát influencer. Zatímco influenceri běžně sdílí své osobní životy a propagují cizí značky, u novinářů takové chování vzbuzuje kontroverze. Problematiku v tom vidí také Alice Němcová Tejkalová: „*Nemůžete být zároveň ambasadorem něčeho komerčního a být novinářem. Ta hranice mezi PR a žurnalistikou by měla být zachována.*“²⁵ Podobně reaguje také BBC, která má ve svém

²² HLAVINKA, Tadeáš. Z YouTubera a Instagramu do redakcí a naopak. Hraje se o diváky i vliv na sítích. In: *Newsroom ČT24* [televizní reportáž]. 22. 4. 2019, 2:13. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2793278-z-youtube-a-instagramu-do-redakci-a-naopak-hraje-se-o-divaky-i-vliv-na-sitich>

²³ KŘEŠNIČKA, Jakub. TMBK končí v Reflexu, nově bude tvořit pro Seznam. *MAM: Marketing & Media* [online]. 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://mam.cz/zpravy/komunita/lide/2022-10/tmbk-konci-v-reflexu-nove-bude-tvorit-pro-seznam/>

²⁴ HLAVINKA, Tadeáš. Z YouTubera a Instagramu do redakcí a naopak. Hraje se o diváky i vliv na sítích. In: *Newsroom ČT24* [televizní reportáž]. 22. 4. 2019. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2793278-z-youtube-a-instagramu-do-redakci-a-naopak-hraje-se-o-divaky-i-vliv-na-sitich>

²⁵ Ibid.

Editorial Guidance přísná pravidla chování na sociálních sítích, která se týkají všech zaměstnanců. V jejich používání nebrání, pouze klade důraz na dodržování hodnot BBC. „Pamatujte, že vaše osobní značka na sociálních sítích je vždy druhořadá vůči vaší odpovědnosti vzhledem k BBC,“ zní jeden z bodů, který podtrhává myšlenku, že novináři by neměli být influencery.²⁶

2.3 Deprofesionalizace žurnalistiky

Žurnalistika je výtvar činnosti žurnalistů. Obsahuje přesné informace a jasná fakta týkající se současných témat. Novináři vybírají náměty, které rezonují společností. Nedílnou součástí žurnalistiky je každodenní sběr dat, následné třídění, zpracování a distribuce nejnovějších informací pomocí mediálních organizací.²⁷

Rovněž má velmi dlouhou historii. Za předchůdce žurnalistiky, tak jak ji teď známe, můžeme považovat první a nejstarší novinový list *Acta Diurna*. Není známo přesné datum vzniku, ale údajně koloval ve starém Římě kolem roku 59 př. n. l. V listu se objevovaly události a veřejné projevy.²⁸ Žurnalistika se formovala převážně na konci 15. století, které je spojeno s rozvojem měst, zámořskými objevy a nárustem vzdělanosti a dělby práce. Důležitým milníkem byl vznik knihtisku kolem roku 1440, za kterým stojí Johannes Gutenberg. Jeho vynález umožnil snazší a rychlejší tisk listů. Lidé se začali více zajímat o svět kolem sebe, hlavně o dění ve městech. Díky reformacím si uvědomili jedno ze základních lidských práv, a to právo na informace. Ze zprávy se tak stalo prodejní zboží. Období 19. a 20. století je považováno za „zlatý věk“ žurnalistiky a mezi lidmi začíná převládat gramotné publikum. Čím dál tím více lidí umí číst. Pro vzdělané čtenáře vznikají nová témata, ať už politická, ekonomická či kulturní. Utváří se redakční struktura – šéfredaktor, redaktor, editor, zpravodaj, fotograf a mnoho dalších nových pozic. V polovině 19. století začíná být tištěná žurnalistika obohacena o fotografie. S nástupem 20. století přichází nové technologie a rozvoj audiovizuální tvorby, o nichž můžeme mluvit jako o éře masových médiích.²⁹

S nástupem internetu a nových médií se v 90. letech 20. století začíná v žurnalistice polemizovat s pojmem *deprofesionalizace*. S ní souvisí pojem *profesionalizace* neboli

²⁶ Editorial Guidelines: Guidance: Individual Use of Social Media. BBC [online]. [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/individual-use-of-social-media/>

²⁷ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, s. 280

²⁸ Journalism. *Britannica* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/journalism>

²⁹ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, s. 280

proces, při kterém pracovní role, které do této doby neměly statut profese, tento atribut získávají.³⁰ Profesionalizace vychází z pojmu profese, latinského *professio*, což znamená přiznání k řemeslu, česky povolání.³¹ Na straně druhé máme deprofesionalizaci. Situaci, kdy je větší či menší skupině neprofesionálů či laiků umožněno podílet se na profesionálních činnostech.³² Žurnalistika sice není brána za plnohodnotnou profesi jako lékař či advokát, i přesto je ohrožována. Internet umožnil velkému množství lidí participovat, komentovat a podílet se na tvorbě nových obsahů. Z konzumenta zpráv se tak nově stává i jejich producent (viz. kapitola 3.4.1). Historicky můžeme dokonce vysledovat dva odlišné přístupy ve vztahu publika s médii. První a mnohonásobně starší přístup bere publikum jako pasivního čtenáře, který se nijak nesnaží zapojit do činnosti médií. Sdělením je sice zasažen, ale na zprávu reaguje sám a v tichosti. Zatímco druhý a mladší přístup vidí publikum jako aktivní součást mediální komunikace, kdy se čtenář chce aktivně podílet na tvorbě kulturního prostředí.³³

Deprofesionalizace je v žurnalistice spojena převážně s válečnými konflikty. Novináři se často dostávali do situací, kdy byli odkázáni na zprávy od lidí, kteří novináři vůbec nebyli, ale informace ze zasaženého místa šířili. Z nich se tak stali novodobí váleční občanští žurnalisté, jenž svou proaktivitou přinesli do médií mnoho důležitých informací a záběrů. I přesto musí novináři brát v potaz, že než obsah produkovaný „*nenovináři*“ vypustí do svých médií, měli by každý záběr posoudit dle svého zdravého rozumu. Protože, co se může zdát jako neobyčejná informace či skvělý záběr, může následně ohrozit i poškodit důvěryhodnost celého média. Velkými milníky jsou válka v Perském zálivu, Kosovský konflikt a v neposlední řadě také válka na Ukrajině.

Válce v Perském zálivu, která začala v noci z 16. na 17. ledna 1991, se rovněž říká „*první válka v přímém přenosu*“. Jednalo se o vojenskou operaci Pouštní bouře, která měla za cíl osvobodit Kuvajt okupovaný iráckým diktátorem Saddámem Husajnem. Hlavním důvodem tohoto označení bylo, že po zkušenostech s válkou ve Vietnamu, kdy média publiku nepřinášela skoro žádné informace a lidé se nakonec proti celému konfliktu otočili zády, začala americká televizní stanice CNN vysílat o válce na denní bázi a nepřetržitě. Podle profesora FSV UK Jana Jiráka pro ČT 24: „*Generalita zjistila, že je lepší novináře zahltit informacemi, aby si nestačili uvědomovat, co nevědí. Je daleko snazší novináři manipulovat*

³⁰ SUDA, Zdeněk. Profesionalizace. *Sociologická encyklopedie* [online]. 2017 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Profesionalizace>

³¹ Ibid.

³² KOHOUTEK, Rudolf. Pojem deprofesionalizace. *Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/deprofesionalizace>

³³ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. s. 102

než se snažit před nimi informace složitě zatajovat.“³⁴ Novináři těsně spolupracovali s americkou armádou, která jim předávala pouze takové informace, které sama předat chtěla. Začíná se mluvit o tzv. *embedded journalism*, tedy začlenění novinářů do armády, kterou mohou doprovázet do bojových zón. Pro válku v Perském zálivu byl vyčleněn malý okruh novinářů, který armádu doprovázel a fungoval jako „zpravodajská agentura“ pro zbytek médií.³⁵ Výsledkem tohoto sdružování byl nezastavitelný tok informací, který armáda produkovala, čímž měla kontrolu nad tím, co se do médií dostane a co ne. Za veškerým obrazovým a informačním materiálem stál sám Pentagon, který novinářům odpovídal na všechny otázky a pořádal pro ně pravidelné tiskové konference.³⁶ Západ se snažil na všech frontách demonstrovat svou technickou nadřazenost nad Irákem. V tom ho média úspěšně podporovala a vytvářela tak iluzi nepřemožitelné moci Západu.³⁷ Styl informování o válce v Perském zálivu opakovaně kritizuje také Jean Baudrillard ve své knize *The Gulf War Did Not Take Place*. Samotný konflikt nepovažuje za opravdovou válku, protože se obě strany nikdy nepotkaly tváří v tvář. Americká armáda díky vzdušným silám zasáhla irácké vojsko a utrpěla pouze malé ztráty. Baudrillardovi se nelíbí, jak západní média téměř neinformovala o značných iráckých obětech a pokračovala v udržování západem nastavené iluze války.³⁸

Kosovskému konfliktu se v žurnalistice přezdívá jako „první internetová válka“. Ozbrojený konflikt, který probíhal mezi lety 1998 a 1999 v Kosovu, zapříčinily národnostní problémy. Kosovská autonomie pod vládou komunistického aparátčíka Slobodana Miloševiče byla v rozporu s tím, co chtěli Albánci, kteří na území žili. Na teror vzniklý mezi těmito dvěma stranami reagovalo samotné NATO, které začalo Kosovo bombardovat, avšak bez souhlasu OSN.³⁹ V reakci na to byli všichni novináři ze zemí NATO donuceni opustit zemi. Nově se museli spolehnout pouze na informace od místních obyvatel. Vznikl tak nový typ svědectví, kdy obyvatelé zasažené oblasti zaznamenávali průběh války a následně ho

³⁴ Válka „v přímém přenosu“? Většinu informací dodával Pentagon. *ČT 24* [online]. 2015 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1558315-valka-v-primem-prenosu-vetsinu-informaci-dodaval-pentagon>

³⁵ LÖFFELHOLZ, Martin. *Embedded journalism*. *Britannica* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/embedded-journalism>

³⁶ Válka „v přímém přenosu“? Většinu informací dodával Pentagon. *ČT 24* [online]. 2015 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1558315-valka-v-primem-prenosu-vetsinu-informaci-dodaval-pentagon>

³⁷ MLEJNEK, Josef. Výročí první „války v přímém přenosu“. *Český rozhlas* [online]. 2016 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/vyroci-prvni-valky-v-primem-prenosu-6579497>

³⁸ BAUDRILLARD, Jean. *The Gulf War did not take place* [online]. 1995. s. 68 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://ia800907.us.archive.org/5/items/BaudrillardJean.TheGulfWarDidNotTakePlace.IndianapolisIndianaUniversityPress1991.0004/Baudrillard%2C%20Jean.%20The%20Gulf%20War%20Did%20Not%20Take%20Place.%20Indianapolis-Indiana%20University%20Press%2C%201991.0004.pdf>

³⁹ Před 20 lety skončila válka v bývalé Jugoslávii: NATO zastavilo útoky a Srbové se začali stahovat z Kosova. *Reflex* [online]. 2019 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/historie/95757/pred-20-lety-skoncila-valka-v-byvale-jugoslavii-nato-zastavilo-utoky-a-srbove-se-zacali-stahovat-z-kosova.html>

sdíleli se zbytkem světa. Nejslavnějším kosovským informátorem byl pravoslavný kněz z Kosova, otec Sava Janjić, kterému mediální analytici říkali „cybermonk“ neboli „kybermnich“. Společně se svým týmem mnichů posílal západním novinářům aktuální informace o bombardovaném Kosovu. Emaily odesílali z jejich kláštera v Decani a byli považováni za jeden z mála neustranných zdrojů. Právě internet považoval Sava Janjić za jeden ze základních pilířů pro budování stabilního a nového Kosova. I přesto, že se nezdráhal prozradit jakékoliv informace o válečném konfliktu, svou identitu před novináři dlouho tajil. Na Balkánu je považován za prvního kněze, který dostal církev na web.⁴⁰

Aby novináři minimalizovali jistá rizika a ochránili svou pověst, využívají různé techniky k vyprávění tvrzení od zdrojů. Jednou z nejčastěji využívaných jsou uvozovky, kterými dávají novináři najevo, že za tvrzení zodpovídá sám jedinec. I přesto se může stát, že se výpověď později ukáže jako mylná a vina tím přechází na zdroj samotný. Novináři pak dokážou takovou situaci otočit ve svůj prospěch a prosadit svou vlastní agendu.⁴¹ Na druhou stranu, právě očitá svědectví a citace přináší do novinářských článků kus reálnosti, která je pro čtenáře z hlediska vtažení do děje a důvěryhodnosti zprávy velice důležitá. Mediální domy jsou si tohoto trendu dobře vědomy, a proto se občanským zdrojům a záběrům nikterak nebrání.

2.3.1 Občanská žurnalistika

Pojem občanská žurnalistika (Citizen journalism) se používá v situacích, kdy obyčejní jedinci nevědomky převezmou roli profesionálních novinářů a podílejí se částečně na tvorbě zpravodajství. Vzniká spontánně, ať už při dopravních nehodách, hromadném neštěstí či při přírodních katastrofách. Jedinci, kteří jsou na místě činu, tak mohou zajistit různé podklady. Přes zvukové nahrávky, fotografie, videa až po výpovědi očitých svědků, které následně sdílejí na sociálních sítích či webových fórech. Pod tuto kategorii rovněž spadá hyperlokální žurnalistika či User generated content.⁴²

Občanskou žurnalistiku definuje Slovník žurnalistiky, dle kterého jde o: „Obsah, kdy občané sbírají informace, redigují je a publikují převážně v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí bez účasti profesionálních novinářů. Občanskou žurnalistiku mohou představovat

⁴⁰ WASLEY, Andrew. Fr Sava's stained window. *Index on Censorship* [online]. 2000, 29(3), s. 136-137 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1080/03064220008536734>

⁴¹ STUART, Allan. *Citizen Witnessing* [online]. 2013, s. 14 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z:

<https://bayanbox.ir/view/8395060791828038710/Citizen-witnessing-revisioning-journalism-in-times-of-crisis.pdf>

⁴² *Ibid.*, s. 9

jednotlivci, neziskové organizace nebo skupiny jednotlivců, kteří spravují blogy, zpravodajské/informační webové stránky, rozhlasovou stanici, noviny apod.⁴³

Za jejím rozšířením stojí technologická konvergence a rozvoj interaktivního mediálního prostředí. Díky novým technologiím se z obyčejného uživatele a čtenáře stává samostatný tvůrce zpráv.⁴⁴ Zejména mladší generace vyhledává veškeré zprávy přes internet či mobilní telefony, což vede k úpadku tradičních tiskovin. Na druhé straně internet přispívá k větší interakci mezi uživateli a vytváří prostor k diskusím na různých fórech, kde se může vyjádřit kdokoli a k čemukoli.

Do historie se pojem zapsal především ve spojitosti s jihoasijským tsunami v prosinci roku 2004. Mimořádná událost postavila všechna média a novináře do nepříjemné pozice. Málokdo mohl takové neštěstí čekat, proto se většina z nich musela spolehnout na materiály pořízené obyčejnými lidmi, kteří oproti nim na místě činu byli.⁴⁵ Obrovský vliv na celou situaci měly rovněž mobilní telefony, díky kterým se velké množství videí a fotografií z místa činů dostalo přes média až do oběhu po celém světě. Od té doby čerpají nadnárodní média čím dál tím častěji ze zpráv občanů, kteří jsou na rozdíl od novinářů vždy na místě. Jinak tomu nebylo ani při teroristických útocích v Londýně, Bombaji a New Yorku v letech 2005, 2008 a 2001, kdy se mobilní záznamy z občanských zdrojů staly primárními ukázkami a používala je média napříč státy. Například při teroristickém útoku na londýnské metro obdržela BBC během hodiny přes 50 záznamů z místa činů, a to jen díky mobilním telefonům. Takovýto akt ze strany občanů přispěl k tragédii vizuálními prvky, které by média jen těžko sehnala. Očití svědci k pořizování záznamů nepotřebovali ani žádnou speciální techniku, kterou novináři a kameramani běžně používají. Dalším pozoruhodným příkladem občanské žurnalistiky jsou blogové příspěvky Salama Paxe, který psal o životě v Bagdádu (Iráku) během americké invaze. Jeho blog sloužil nejen ke kritickému vyjádření k invazi, ale také k širšímu pochopení celé situace pro všechny, kdo o ní vůbec nic nevěděli. Byl citován západními médii a obdržel mediální ocenění za pokrytí válečné situace v Iráku.⁴⁶

⁴³ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, s. 282

⁴⁴ MYTHEN, Gabe. Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research* [online]. 2010, **13**(1), s. 45 [cit. 2023-02-04]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13669870903136159>

⁴⁵ STUART, Allan. *Citizen Witnessing* [online]. 2013, s. 9 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z: <https://bayanbox.ir/view/8395060791828038710/Citizen-witnessing-revisioning-journalism-in-times-of-crisis.pdf>

⁴⁶ MYTHEN, Gabe. Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research* [online]. 2010, **13**(1), s. 47-50 [cit. 2023-02-04]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13669870903136159>

Za kolébku praxe moderní občanské žurnalistiky můžeme považovat Jižní Koreu. Podnikatel a absolvent žurnalistiky Oh Yeon-ho založil roku 2000 spolu se svými kolegy online deník *OhmyNews*. Nelíbila se jim politická situace ve státě ani nesouhlasili s obsahem, který se objevoval v tradičním korejském tisku. Pod mottem „*Každý občan je reportér*“ využívali na svůj web obsah vytvářený dobrovolníky a sehráli tak klíčovou roli v jihokorejských prezidentských volbách.⁴⁷ Některá světová média se na začátku 21. století rozhodla udělat velký krok vpřed a vytvořila si vlastní servery, na kterých mohli občané přispívat svými obsahy. V dubnu 2013 spustil The Guardian platformu *GuardianWitness* se slovy: „*Věříme, že žurnalistika je silnější, když tyto světy spolupracují. To je otevřená žurnalistika. Práce s vámi, našimi čtenáři, je něco, na co byl Guardian vždy hrdý.*“⁴⁸ Po pěti letech byla platforma zrušena v důsledku změn v chování uživatelů, kteří namísto nahrávání příběhů a souborů začali přispívat názory prostřednictvím komunitních popisků. Guardian uvádí, že i přesto se zapojilo 114 000 lidí a bylo použito 85 procent příspěvků, které prošly recenzním sítím.⁴⁹ V České republice vznikly v roce 2015 hned dva takové projekty. Česká tisková kancelář uzavřela partnerství s mezinárodní platformou Newzulu, která se věnuje občanské žurnalistice a umožnila ČTK přístup k amatérským, ale i profesionálním fotografiím z celého světa.⁵⁰ Dále pak Česká televize přišla s webovou a mobilní aplikací *iReportér*, která byla ke konci roku 2022 z finančních důvodů ukončena.⁵¹ Stejný osud čekal také pořad *Divácké zprávy – Divošky* (2013) na televizi Prima, který skončil s příchodem CNN Prima NEWS v roce 2020.⁵²

Občanská žurnalistika může mít také svá úskalí. Novináři musí být objektivní a nabídnout nezaujatý pohled na věc, zatímco obsah pořizovaný občanem může být velmi subjektivní. Běžného uživatele pak takové sdělení může zmást a zkreslenou realitu si následně přebrat úplně jinak. Proto by novináři měli každý uživatelský obsah, který chtějí

⁴⁷ ALBARADO, Sonny. Citizen journalism. *Britannica* [online]. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/citizen-journalism#ref1164198>

⁴⁸ GEARY, Joanna. Introducing GuardianWitness, our new platform for content you've created. *The Guardian* [online]. 2013 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2013/apr/16/introducing-guardianwitness-platform-content-youve-created>

⁴⁹ BANNOCK, Caroline, Rachel OBORDO, Matthew HOLMES a Tom STEVENS. GuardianWitness is closing – but you can still contribute your stories. *The Guardian* [online]. 2018 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2018/aug/21/guardianwitness-is-closing-but-you-can-still-contribute-your-stories>

⁵⁰ Novinky: ČTK uzavřela partnerství s Newzulu, platformou pro občanskou žurnalistiku. *Česká tisková kancelář* [online]. 2015 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=2392>

⁵¹ Nová média: Proč nefunguje iReportér?. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/faq/nova-media/251/>

⁵² Divošky jsou dnes na Primě naposledy, místo nich až do startu CNN Prima NEWS čekají na diváky překvapení. *Prima* [online]. 2020 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/zpravodajstvi/divosky-jsou-dnes-na-prime-naposledy-misto-nich-az-do-startu-cnn-prima-news-cekaji-na-divaky-prekvapeni-0>

ve svém médiu publikovat, pečlivě zkontrolovat. V dnešní době moderních technologiích a virtuální reality není totiž vůbec žádný problém vypustit do světa fotomontáže či upravená videa, která jsou jen těžko rozpoznatelná od těch originálních.

Tabulka č. 1. Výhody a nevýhody Citizen journalism

Výhody	Nevýhody
rychlost	nepřesnost/nespolehlivost
autenticita	emočně zabarvené
události „z první ruky“	riziko dezinformací
nová svědectví	bez editorského zásahu

Zdroj: Vytvořeno autorkou na základě sumarizace poznatků z prostudovaných zdrojů pojednávajících o občanské žurnalistice.

2.3.2 User generated content versus Citizen journalism

User generated content (dále jen UGC) neboli amatérský obsah vytvářený uživateli, vzniká oproti občanské žurnalistice (Citizen journalism) především na popud profesionálních novinářů či jiných mediálních organizacích. Což je také hlavní rozdíl mezi nimi. K využívání placeného obsahu od nenovinářů často dochází z důvodů škrťů v redakcích. Novináři zastávají více pozic na jednou, a proto se často musí spolehnout na PR tiskové zprávy nebo na obsah nabízený veřejností.⁵³ Dalšími důvody jsou hlad po změně produkce obsahů a udržení si čtenářů. Média se proto snaží být kreativní a přinášet originální záběry. K tomu jim slouží UGC, které podléhá redakčním rutinám, než je do oběhu pod záštitou médií vyprodukováno.

Nově tak získává běžný uživatel možnost částečného „ovlivnění“ masového publika. I přesto nadále vládne v redakci pravidlo „*my píšeme, vy čtete*“, dle kterého je s UGC nakládáno.⁵⁴ Kromě tradičních médií využívají a podporují UGC také další webové stránky jako Facebook, YouTube, Wikipedie a další webové stránky. Mediální trh se musel z tradičního modelu překlomit směrem k modelu zaměřeného na uživatele a přijmout fakt, že

⁵³ STUART, Allan. *Citizen Witnessing* [online]. 2013, s. 18 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z:

<https://bayanbox.ir/view/8395060791828038710/Citizen-witnessing-revisioning-journalism-in-times-of-crisis.pdf>

⁵⁴ JÖNSSON, Anna Maria a Henrik ÖRNEBRING. *Journalism Practice: USER-GENERATED CONTENT AND THE NEWS* [online]. 2011, s. 128 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2010.501155>

z běžného konzumenta zpráv se stává sám producent. Ten, kdo UGC tvoří, je čistě závislý na situaci, která vytváření obsahu zahrnuje. Pokud není v její bezprostřední blízkosti, žádný obsah pro média ani vytvořit nemůže. Dalším faktorem, který ovlivňuje konečný výsledek, je postoj vytvářejícího. Každý máme na situace kolem nás odlišný pohled, i proto bude výsledný obsah vypadat pokaždé jinak. Internet staví nejen online média do silnější pozice oproti tradičnímu tisku, ale také uživatele, kteří UGC vytvářejí. Na novinářích pak je odhadnout s jakou motivací byl obsah vytvořen a zda poslouží, nebo spíše ublíží veřejnému mínění.⁵⁵

Definici UGC rovněž nabízí BBC Editorial Guidelines: „*Obsah vytvářený uživateli se stal nezbytnou součástí našeho vyprávění napříč celým naším výstupem. Hraje ústřední roli ve většině nejnovějších zpráv a je stejně důležitý i v mnoha jiných výstupech mimo zprávy – včetně dětských. Cokoliv používáme a jakkoliv to používáme, vyžaduje zvláštní pozornost.*“ Nechybí ani zásadní pravidla, jak s UGC pracovat. Novináři musí vždy ověřit obsah a nevěřit hned tomu, co vidí. Záznam, který se k nim dostane může být falešný či jen vystřižený z kontextu. To samé se týká fotografií – čím důležitější akci zaznamenávají, tím větší důraz musí být kladen na jejich kontrolu. Dále by měl mít novinář souhlas tvůrce obsahu a řádně ho ve člancích ocitovat. Bez výslovného souhlasu mohou být použity pouze komentáře, tweety nebo příspěvky na kanálech BBC. Novináři by neměli žádat ani nabádat uživatele, aby se vystavovali krajnímu nebezpečí či porušovali zákony. V neposlední řadě by si měli být vědomi problémů se soukromím. Obsahy zveřejněné na sociálních sítích ještě neznamenají, že novináři BBC nebudou respektovat soukromí a nevezmou v potaz jisté následky. Zvážit použití obsahu a jeho dopadu by měli i u příspěvků, na kterých jsou děti či mladiství.⁵⁶

Kromě BBC Editorial Guidelines existuje také UGC Hub BBC, který od roku 2005 veškerý obsah vytvořený uživateli sbírá, kontroluje, ověřuje a distribuuje. Během let musel několikrát změnit způsob ověřování a přizpůsobit se novým technologiím. Přes základní oslovení zdroje na místě činu, až po využívání nových technik, které dokážou rozeznat metadata vkládaná do digitálních souborů či rozeznat falešné účty na sociálních sítích.

⁵⁵ DAUGHERTY, Terry, Matthew S. EASTIN a Laura BRIGHT. Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content. *Journal of Interactive Advertising* [online]. 2008, 8(2), s. 16-22 [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15252019.2008.10722139>

⁵⁶ Editorial Guidelines: User-generated contributions. *BBC* [online]. 2019 [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidance/user-generated-contributions#introduction>

V poslední době byl UGC v BBC využit u tajfunu Haiyan (2013), smrti Nelsona Mandely (2013) či při explozi přístavu v Bejrútu (2020).⁵⁷

Anna Maria Jönsson a Henrik Örnebring ve své studii polemizují, zda obsah vytvářený uživateli posiluje postavení občanů, nebo jde pouze o interaktivní iluzi. UGC je považován za rozvoj demokratizace a média hledají způsob, jak tento obsah zpeněžit, aby z něj měla i jiný užitek než jen obsah navíc. Noviny mají po staletí dvojí funkci, která se částečně vylučuje – veřejná funkce a úspěch na trhu. UGC jim pomáhá posilovat vztahy se svými čtenáři a zároveň funguje jako „test“ značky samotné. Záleží na médiích samotných, jak s UGC naloží a zdali ho dokážou či nedokážou využít pro upevnění pozice na mediálním trhu a zlepšení vztahů s publikem.⁵⁸

Tabulka č. 2. Výhody a nevýhody User generated content

Výhody	Nevýhody
zvyšuje důvěryhodnost značky	vyžaduje kontrolu editora
oslovuje nové čtenáře	nespolehlivý zdroj
posiluje značku na trhu	možná negativní zpětná vazba

Zdroj: Vytvořeno autorkou na základě sumarizace poznatků z prostudovaných zdrojů pojednávajících o občanské žurnalistice.

2.4 Sociologie zdrojů

Jedním ze základních vnějších faktorů, který ovlivňuje žurnalistiku a její produkci, je zdroj. Je důležité pochopit, jaký vliv na ni mají a jak ji mohou svou činností ovlivnit. Většina témat a obsahu je do určité míry založena na publiku a jejich komunikaci, přes které se k redakcím dostanou. Aktivita těchto zdrojů je pro žurnalistiku velice důležitá, proto vzniklo ve 20. století několik profesních skupin, které se tomuto oboru věnují. Známe je pod pojmy jako tiskový mluvčí, politický konzultant, pracovník pro vnější vztahy nebo pro styk s veřejností, komunikační poradce a mnoho dalších. Primárním cílem těchto zdrojů je přisun zajímavých informací, které mohou redakce přetvořit ve zprávy.⁵⁹ Mají moc usměrňovat tok

⁵⁷ LOONEY, Margaret. The BBC's best practices for verifying user-generated content. *Ijnet* [online]. 2018 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://ijnet.org/en/story/bbcs-best-practices-verifying-user-generated-content>

⁵⁸ JÖNSSON, Anna Maria a Henrik ÖRNEBRING. *Journalism Practice: USER-GENERATED CONTENT AND THE NEWS* [online]. 2011, s. 128-129 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2010.501155>

⁵⁹ MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 144-145

informací, a to nezávisle na šéfredaktorech a majitelích mediálních domů. I přesto by se mělo dbát na to, že jde pouze o metody PR, které se snaží prodat svůj náhled na věc vlastními slovy.⁶⁰

2.4.1 Prosumer, producer a consumer

Teorie prosumera je stejně stará jako samo lidstvo. Vychází ze slova *prosumptio*, jenž zahrnuje pojmy *production* a *consumption* neboli produkce a konzumace. Pokud člověk něco chce, musí se nejdříve stát producentem a následně konzumentem. Spojením těchto dvou aktů vzniká prosumer.⁶¹ Alan Toffler ve své knize *The Third Wave* rozděluje koloběh světa do tří základních vln, kterých se rovněž týká historie prosumera. V první vlně si naši předci museli pro svou obživu jídlo sami vypěstovat. Nebyli tedy jenom producenty a konzumenty v pravém slova smyslu, ale převážně prosumery. S druhou vlnou a příchodem průmyslové revoluce nastala razantní změna. „Přešli jsme ze zemědělské společnosti založené na „produkcí k použití“ na industriální společnost založenou na „produkcí k výměně“,“ míní Toffler. Touto změnou se zrodila dvě samostatná označení, jak je v dnešní době známe, producent a konzument.⁶² S třetí vlnou v polovině 20. století přichází lidské uvědomění, že většinu věcí si mohou lidé zařídit sami. V angličtině pro to používáme slovní spojení DIY – „do-it-yourself“, v překladu „udělej si sám“. Na začátku 70. let bylo v USA pouze 8 procent benzínek se samoobslužným servisem, na konci desetiletí dosáhlo číslo téměř 50 procent.⁶³ Za vzestupem trendu, kdy se ze spotřebitelů stávají prosumeři, stojí také rozmach restaurací s rychlým občerstvením. George Ritzer mluví o tzv. *McDonaldizaci společnosti*, konceptu, který staví na myšlence samoobslužných řetězců, jenž dělají ze svých zákazníků i samotné číšníky.⁶⁴ Konzumenti se opět začali zapojovat do procesu služeb, které pro ně dřív dělal někdo jiný, kdo byl za tu práci placený. Z výměnného sektoru se lidstvo opět dostalo do sektoru prosumera.⁶⁵

Vzestup prosumera je umocněn nástupem moderních technologií a dalšími konvergenčními faktory.⁶⁶ Zatímco buržoazie byla pod nadvládou kapitalismu a masové

⁶⁰ Ibid., s. 158-159

⁶¹ RITZER, George a Nathan JURGENSON. Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture* [online]. 2010, **10**(1), s. 13-36 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: doi:10.1177/1469540509354673

⁶² TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. New York: William Morrow and Company, 1980, s. 283

⁶³ Ibid., s. 287

⁶⁴ RITZER, George a Nathan JURGENSON. Production, Consumption, Prosumption. In: *Journal of Consumer Culture* [online]. 2010, s. 18 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: doi:10.1177/1469540509354673

⁶⁵ TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. New York: William Morrow and Company, 1980, s. 289

⁶⁶ Ibid., s. 293

výroby, v dnešní době se pozornost přesunula zejména na spotřebu samotnou. S příchodem internetu a Webu 2.0, pod který spadají sociální sítě Facebook, YouTube či Twitter, jejichž obsah je vytvářený uživateli, dosáhla prosumce mnohem většího významu. George Ritzer a Nathan Jurgenson mluví o tzv. *prosumerském kapitalismu*. Toho od všech kapitalistických systémů odlišuje pouze to, že kontrola a vykořisťování mají absolutně opačný význam. Žijeme v době, kdy neplacená práce je větším trendem než práce placená.⁶⁷

S novými médii se rovněž změnilo chování lidí obecně. Nové technologie daly možnost čtenářům participovat u mediálních obsahů ve formě přidávání komentářů. Masově se rozšířily osobní blogy a fóra, kde se lidé mohli vyjadřovat k jakýmkoliv tématům a tím tak vytvářet prostor pro novou diskusi. Prosumeři mají moc nakládat s informacemi dle své libosti. Díky sociální síti Twitter mohou například dalším uživatelům sdělit jakoukoliv zprávu jen v pár větách.⁶⁸ S nástupem sociálních sítí se také změnilo chování lidí. Je patrné, že klesly prodeje tradičního tisku a čtenáři mnohem častěji dávají přednost online verzím. Na vlnu tohoto nezastavitelného trendu nastoupily i mediální domy, které si zřídily profily na webových aplikacích.

Dnešními prosumery jsou z velké části mileniálové ve věku 25 až 35 let, kteří oproti svým prarodičům vyrůstali v éře nových médií a práce s technologiemi pro ně není žádným velkým problémem. Starší generace byla zvyklá na jednosměrný tok informací, který se skládal z odesílatele a příjemce. Jakožto konzumenti přijali veškerý obsah, který se k nim dostal a neměli potřebu rozlišovat pravdu od skutečnosti.⁶⁹

V 21. století můžeme říct, že každý z nás je prosumerem. V síťové společnosti je většina lidí aktivní součástí internetu. Z uživatelů, kteří byli pouhými čtenáři a diváky, se stali participativní jedinci.⁷⁰ V interakci nám pomáhají již zmíněné sociální sítě. Díky YouTube kanálu mohou prosumeři upravovat a sdílet svá videa. Instagram dovoluje kromě videí sdílet i obrázky. V pozadí nezůstává ani Facebook, který slouží primárně ke komentování příspěvků a rozdmýchávání diskusí.

⁶⁷ RITZER, George a Nathan JURGENSON. Production, Consumption, Prosumption. In: *Journal of Consumer Culture* [online]. 2010, s. 14 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: doi:10.1177/1469540509354673

⁶⁸ Prosumer: The new consumer who is also a producer. *Universidad Espíritu Santo* [online]. 2021 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://uees.edu.ec/en/prosumidor-el-nuevo-consumidor-que-tambien-es-productor/>

⁶⁹ CORREA, Dennys Jordán, Cindy Arias VALLADOLID a Gabriela Samaniego RIVAS. La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal* [online]. 2017, 2(11), s. 182 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>

⁷⁰ Ibid.

2.4.2 Opinion leader – dvojestupňový model komunikace

Historie pojmu *Opinion leader* neboli česky *Názorový vůdce* sahá do roku 1940, kdy byl použit ve výzkumu sociologů Paula F. Lazarsfelda, Bernarda Berelsona a Hazel Gaudetové s názvem *The People's Choice*. Studie se zabývala utvářením postojů, volebních preferencí a participací v prezidentských volbách, kdy právě názoroví vůdci jsou těmi nejaktivnějšími během kampaní. Každá specifická oblast má svého názorového vůdce – někoho, kdo se problematice daného tématu věnuje, vyzná se v ní a nejvíce o ní mluví. Nejlépe takového vůdce najdeme, když se zeptáme lidí samotných, za kým si pro rady chodí. Během prezidentských voleb v Americe šlo zejména o agresivnější typy lidí, které se snažily svými názory přesvědčit ostatní. Ti, kteří jsou pak na těchto vůdcích názorově závislí, nazývá Lazarsfeld *followers* neboli *následovníky*.⁷¹ Podobným a příbuzným konceptem je pojem *the influentials* čili *vlivní lidé*. Jsou to tací, kteří mají vliv a dokážou přesvědčovat osoby o určitém názoru.

S názorovými vůdci úzce souvisí dvoustupňový tok komunikace. To znamená, že se informace z médií dostanou nejdříve k samotným názorovým vůdcům a ti je pak předávají jejich následovníkům, kteří si k nim pro jejich názory a rady často chodí. Podle sociologa Elihu Katze status názorového vůdce ovlivňují tři faktory: personifikace určitých hodnot, osobní kompetence a strategická sociální poloha.⁷²

Využití názorových vůdců v určitých oblastech zvyšuje efektivnost v šíření informací. Ať už se jedná o šíření informací k prevenci HIV či o změnách klimatu a jejich hrozbách. Názoroví vůdci byli rovněž využiti během prezidentské kampaně v roce 2004 a pomohli tak k vítězství George W. Bushe.⁷³

2.4.3 Sociální sítě

Sociální sítě přišly společně s nástupem internetu v 90. letech 20. století. Jedná se o služby, které umožňují soukromou či veřejnou interakci mezi lidmi napříč celým světem. Díky nim můžeme sdílet nejen texty, fotografie, videa, ale i odkazy na další sociální sítě. Novináři je často používají ke sběru dat, získávání nových informací, komunikaci se čtenáři,

⁷¹ F. LAZARSELD, Paul, Bernard BERELSON a Hazel GAUDET. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, Legacy Edition*. 2. New York: Columbia University Press, 1948, s. 49-50

⁷² PARAU, P., C. LEMNARU, M. DINSOREANU a R. POTOLEA. OPINION LEADER DETECTION. *Sentiment Analysis in Social Networks* [online]. 2017, s. 157 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-804412-4.00010-3>

⁷³ *Ibid.*, s. 158

ale také pro budování vlastní značky.⁷⁴ Přístup k internetu a sociálním sítím umožňuje lidem budovat a udržovat vztahy, najít si novou práci, ale také být velmi rychlým zdrojem informací. Mezi nejznámější a nejčastěji používané sítě řadíme Facebook, Instagram či Twitter.

Meta Platforms je mezinárodní technologický konglomerát, který se původně nazýval Facebook. Pod novým názvem funguje od října roku 2021. Jejím hlavním cílem je přejít z klasické 2D obrazovky do rozšířené virtuální reality a nabídnout tak svým uživatelům nové zážitky. Spadá pod ní nejen sociální síť Facebook s Messengerem, ale také Instagram a WhatsApp.⁷⁵

Facebook založili v únoru roku 2004 studenti Harvardské univerzity Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz a Chris Hughes. Původně platforma sloužila pouze pro studenty Harvardské univerzity, kteří na ni mohli přispívat vlastními fotografiemi a osobními informacemi. Díky své oblibě k ní dostaly přístup i další prestižní školy a již ke konci roku 2004 dosáhl Facebook jednoho milionu uživatelů. Za jeho použití se nic neplatí, společnost vydělává většinu svých peněz z reklam běžících na webu.⁷⁶ V současné době jde o největší a nejpopulárnější sociální síť na světě, která má 2.9 miliardy měsíčních aktivních uživatelů, polovina z nich používá síť na denní bázi. Nejvíce uživatelů je z Indie, jejichž počet dosahuje necelých 315 milionů.⁷⁷

Instagram je sociální síť sloužící primárně ke sdílení fotografií a videí. Založil jí Kevin Systrom a Mike Krieger v roce 2010. Tři měsíce po spuštění dosáhla aplikace jednoho milionu uživatelů. Po osmnácti měsících fungování byla koupena Facebookem za 1 bilion amerických dolarů. Její fungování je uživatelsky poměrně jednoduché. Slouží jako osobní galerie, kterou mohou uživatelé sdílet buď veřejně či soukromě. V současné době patří Instagram světovému gigantovi Meta Platforms.⁷⁸ Řadí se na čtvrté místo v žebříčku nejoblíbenějších sociálních sítích, hned za Facebookem, YouTubem a WhatsAppem. Instagram má přes 1.3 miliardy aktivních uživatelů a počítá se, že do roku 2025 dosáhne této hranice 1.44 miliardy.⁷⁹

⁷⁴ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, s. 228

⁷⁵ About Meta. *Meta* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://about.meta.com/company-info/>

⁷⁶ HALL, Mark. Facebook: American Company. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>

⁷⁷ DIXON, S. Leading countries based on Facebook audience size as of January 2023. *Statista* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>

⁷⁸ ELDRIDGE, Alison. Instagram: social networking service. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Instagram>

⁷⁹ DIXON, S. Number of Instagram users worldwide from 2020 to 2025. *Statista* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>

Twitter vznikl z podcastového podniku Odeo (2004) založený Evanem Williamsem, Biz Stonem a Nohaem Glassem. S podobnou byznysovou myšlenkou přišel chvíli na to Apple, když zprovoznil mediální aplikaci iTunes a zakladatelům došlo, že s takovým gigantem nelze soupeřit. Ještě téhož roku přišel inženýr Jack Dorsey s návrhem na službu, která by za pomoci krátkých SMS zpráv posílala malé blogové aktualizace přátelům. V současné době funguje Twitter jako online *mikroblogovací* služba umožňující sdílet krátké zprávy. Charakteristické je právě omezení délky zpráv neboli *tweetů*, jenž je 280 znaků.⁸⁰ Mezi jeho uživatele patří jedinci ve věku 25 až 34 let. V roce 2023 má Twitter necelých 354 milionů aktivních uživatelů, do dalších let se predikuje jeho mírné snížení.⁸¹

Oproti výše zmíněným sociálním sítím hraje Twitter v 21. století velkou roli při utváření politiky a kultury. Příkladem jsou americké prezidentské volby v roce 2008, kdy se Baracu Obamovi podařilo „porazit“ svého oponenta ve sféře sociálních sítích. Brzy na to se přišlo, že právě Twitter je skvělým a efektivním komunikačním nástrojem během politických kampaní. Opomenout nesmíme ani jeho důležitost pro novináře a žurnalistiku samotnou. V lednu roku 2008 proletěl Twitterem tweet Janise Krumse (viz. Obrázek č. 2), jenž byl očitým svědkem nečekaného přistání letadla US Airways na řece Hudson. Jeho fotka znázorňující výstup pasažérů z tonoucího se letadla obletěla celý svět během pár minut a dostala se na titulní strany světových médií.⁸²

Obrázek č. 2: Tweet Janise Krumse o havárii letadla na řece Hudson⁸³



⁸⁰ Twitter: microblogging service. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Twitter>

⁸¹ TURNER, Ash. How many users does Twitter have?. *BankMyCell* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-users-does-twitter-have>

⁸² Twitter: microblogging service. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Twitter>

⁸³ KRUMS, Janis. [There's a plane...] In: *Twitter* [online] 15 May 2009 [cit. 2023-03-12] Dostupné z: <https://twitter.com/jkrums/status/1121915133>

YouTube funguje jako webová stránka pro nahrávání videí. Za jeho vznikem stojí bývalí zaměstnanci americké společnosti PayPal Steve Chen, Chad Hurley a Jawed Karim. Síť byla oficiálně spuštěna v prosinci 2005 a již měsíc na to měla více jak 25 milionů zhlédnutí u videí. Denně přibývalo kolem 20 tisíc nových videí. Rok na to byl YouTube koupen Googlem za 1.65 miliardy amerických dolarů. Ten domluvil s řadou zábavních společností používání videomateriálů do té doby chráněných autorskými právy.⁸⁴ Ve Spojených státech je YouTube hojně využíván mediálními domy, které ho využívají jako další možný kanál pro šíření zpravodajského materiálu. Mezi nejpopulárnější vydavatele patří CNN (14.8 milionů odběratelů), ABC News (14.2 milionů odběratelů), BBC News (13.9 milionů odběratelů) a Fox News (10.4 milionů odběratelů).

TikTok byl oproti výše zmíněným americkým platformám založen v Číně roku 2016. Jeho předchůdcem je populární Musical.ly., na které se daly rovněž nahrávat vtipná videa. TikTok je určen pro tvorbu a následné sdílení krátkých videí. Podobně jako Instagram poskytuje k tvorbě filtry, speciální efekty a také hudbu.⁸⁵ Má více jak jeden bilion aktivních uživatelů, zejména pak ve věku 16 až 35 let.⁸⁶ V poslední době čelí TikTok kritice ze strany Evropské unie a Spojených států, které vyjádřili obavy ohledně soukromí a bezpečnosti. Nelíbí se jim, že čínská firma shromažďuje osobní a citlivá data, která může kdykoliv zneužít. Český Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost vydal varování před touto čínskou aplikací a zakázal její používání na vládních zařízeních. Ve stejném zákazu bude také následovat Británie. Bezpečnostní omezení fungují již v Kanadě, Belgii či v Dánsku.⁸⁷

Telegram má své kořeny v Rusku. Jeho zakladatelem je Pavel Durov, který v roce 2014 utekl z Ruska poté, co odmítl předat vládě data o ukrajinských protestátech. Telegram patří mezi pět nejstahovanějších aplikací a využívá ho více jak 700 milionů uživatelů. Jelikož nepodléhá jakékoliv cenzuře a jeho hlavním cílem je chránit osobní údaje a lidská práva, svou oblíbenost má především ve východních nedemokratických státech – Rusko, Bělorusko, Irán, Myanmar a Hong Kong.⁸⁸ Svou roli sehrává i během války na Ukrajině.

⁸⁴ L. HOSCH, William. YouTube: web site. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/YouTube>

⁸⁵ RAY, Michael. TikTok: video hosting service. *Britannica* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/TikTok>

⁸⁶ DOYLE, Brandon. TikTok Statistics – Updated Feb 2023. *Wallaroo* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>

⁸⁷ Británie se chystá zakázat používání aplikace TikTok na vládních zařízeních. Následuje tak Kanadu i Česko. *Irozhlas* [online]. 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/tiktok-socialni-sit-bezpecnost-velka-britanie_2303121854_afo

⁸⁸ Telegram Press Info. *Telegram* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://telegram.org/press>

Telegram umožňuje tvorbu kanálů, které využívají místní novináři i sám ukrajinský prezident Volodymyr Zelenskyj. Jeho hlavní výhodou oproti již zmíněným sítím je, že zde není žádná reklama ani algoritmus, který by ovlivňoval tok informací.⁸⁹

2.4.4 Využívání sociálních sítí médií

Sociální sítě změny mnoho aspektů v našich životech, mezi nimi i způsob interakce mezi veřejností a médií. Nikdy nebyli čtenáři blíže novinářům, než tomu je teď. A to jen díky rychlosti internetu a možnosti neustálé komunikace, která nikdy neutichá. Zatímco dříve se informace zpracovávaly během dne a konečný výstup si čtenáři přečetli až druhý den v tisku, dnes je jejich přísun právě díky sociálním sítím neustálý. Novináři mají možnost svému publiku přednést nejnovější zprávy během několika sekund od okamžiku, kdy se udály. Redakce, v přeneseném slova smyslu, nikdy nespí a často hraje o rychlost, jelikož nic nezajímá publikum méně, než stará a neaktuální informace. Sociální sítě jako Facebook a Twitter umožňují novinářům přímou interakci s publikem. Mohou s nimi neomezeně komunikovat o svých článcích a přicházet tak na témata, která jejich čtenáře zajímají.

Dle amerického výzkumu z června roku 2022 používá naprostá většina amerických novinářů sociální sítě při své práci. I přesto více jak polovina z nich vnímá negativní dopad těchto sítí na žurnalistiku všeobecně. Pouze malé množství vidí využívání platform během své práce za pozitivní. V Americe je novináři nejvíce používaný Facebook a Twitter, které již z výše zmiňovaných sítí slouží převážně k debatě.⁹⁰ V rámci České republiky je pak hlavní sociální sítí pro novináře Twitter. Sociální sítě neslouží pouze ke komunikaci s publikem, ale také k propagaci článků či k hledání podrobnějších informací k příběhům, jenž sami pokrývají.

Popularitu mediálních domů na Twitteru ukazují samotná čísla. Mezi nejsledovanější účet patří CNN Breaking News, který sleduje přes 64 milionů lidí, hned za ním je její sesterský účet CNN s více jak 61 milionů sledujících. V těsné blízkosti se drží The New York Times s necelými 55 miliony sledujících a BBC Breaking News s 51,6 miliony sledujících. V pozadí nezůstávají ani jejich Instagramové profily, kde první příčku

⁸⁹ ALLYN, Bobby. Telegram is the app of choice in the war in Ukraine despite experts' privacy concerns. *NPR* [online]. 2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.npr.org/2022/03/14/1086483703/telegram-ukraine-war-russia>

⁹⁰ Many journalists say social media helps at work, but most decry its impact on journalism. *Pew Research Center* [online]. 2022 [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/journalism/2022/06/14/many-journalists-say-social-media-helps-at-work-but-most-decry-its-impact-on-journalism/>

popularity obsadilo BBC News (25 milionů sledujících), dále pak CNN (19 milionů sledujících) a The New York Times (16.8 milionů sledujících).⁹¹

Mediální publicita přináší i různá rizika, a proto výše zmíněné mediální domy mají i vlastní směrnice, jenž radí jejich zaměstnancům, jak se na těchto sociálních sítích správně a eticky chovat.

BBC Guidance, který jsem již zmiňovala výše (kapitola 2. 2. 1.), doplňuje redakční *BBC Guidelines*. Obsahuje vysvětlení podrobnějších témat a přichází s praktickými tipy, jak o nich správně informovat. Mezi nimi najdeme i dva články – jeden se zaměřuje na využívání sociálních sítích zaměstnanci BBC a druhý na to, jak by s těmito sítěmi a zapojením publika měla pracovat samotná firma. Zabývá se nestranností na sociálních sítích, diváckým očekáváním nebo i obsahem spojeným s dětmi a mladistvými. BBC Guidance klade důraz na to, že ne vždy se k publiku dostane veškerý obsah. Je nutné se vyvarovat osobnímu obsahu a názorům na kontroverzní téma, která by mohla být vytržena z kontextu a zmást čtenáře. Povinností novinářů je sdílet pouze takové příspěvky, které staví na základních novinářských hodnotách a vyvarovat se těm, které svými krátkými titulky mohou vyvolávat jistá rizika zaujatosti. BBC žádá o nestrannost i u sledování cizích účtů či jejich následné lajkování a sdílení. Rovněž zmiňuje, že i když má své účty na webech třetí strany, spadá celková odpovědnost za chování uživatelů na ně. Negativní komentáře a urážky nejsou tolerovány, zatímco konstruktivní kritika vůči BBC ano.⁹²

Obě příručky byly naposledy přepracovány v roce 2020 a podle některých kritiků by měly být opět aktualizovány. Poslední debatu k tématu a nestrannosti BBC vyvolal incident z března roku 2023 s Gary Linekerem. Na Twitteru se zastal uprchlíků a ve svém tweetu zkritizoval nově připravený zákon britské vlády. Bývalý útočník anglické fotbalové ligy totiž pracuje na volné noze jako reportér televizní stanice BBC. Kritický tweet pod videem ministryně vnitra Suelle Bravermanové nahrál pod svým osobním účtem, i přesto se strhla debata, zda se i na Linekera vztahují podmínky BBC ohledně vyjadřování zaměstnanců na sociálních sítích či ne.⁹³ „Každý, kdo pracuje pro BBC, by měl zajistit, aby jeho činnost na platformách sociálních sítí neohrozila vnímání nebo nepodkopávala nestrannost a pověst

⁹¹ Veškerá čísla jsou uvedena ke konci března roku 2023

⁹² Editorial Guidelines: Guidance - Use of social media BBC Accounts – Programme, Brand or Genre. *BBC* [online]. 2020 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidance/-social-media-BBC-programme-brand-and-genre-accounts/>

⁹³ GRIERSON, Jamie. What is the BBC's social media policy and what does it mean for stars like Lineker?. *The Guardian* [online]. 2023 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2023/mar/12/what-is-the-bbcs-social-media-policy-and-what-does-it-mean-for-stars-like-lineker>

BBC,“ uvádí BBC Guidance.⁹⁴ V Anglii byla kauza propírána všemi médii i samotnými poslanci. Melanie Dawes, výkonná ředitelka vládou schváleného regulačního orgánu Ofcom pronesla, že by BBC mělo přezkoumat a aktualizovat své pokyny pro sociální sítě v souladu se změnami v moderním světě. „*Musí existovat velmi přísná pravidla pro moderátory zpráv, ale jakmile se podíváte za ně, otázky svobody projevu se stanou relevantními. Správní rada BBC musí vymyslet, jak tuto linii stanovit, aby ochránila pověst BBC – včetně nestrannosti,*“ pronesla Dawesová.⁹⁵

V pozadí nestojí ani světová CNN, která své účty rovněž hojně využívá. Samantha Barry, bývalá vedoucí sociálních sítí pro CNN, stojí za růstem popularity firemního účtu. Během amerických voleb v roce 2016 experimentovali s využitím těchto platform, aby svůj obsah dostali ke všem generacím. Podle ní jsou sociální sítě součástí každodenního života většiny obyvatel na planetě, proto by je mediální domy neměly ignorovat, ale naučit se s nimi správně pracovat. Se svým týmem vytvářeli speciální obsah pro každou z platform, jelikož podle Samantha hledáte pro různé publikum různé typy informací a formy sdělení.⁹⁶ Brett McKeehan, ředitel pro Asii a CNN Digital Worldwide pronesl na konferenci *Digital Media India Conference* v roce 2020, že pokud redakce nepřijmou změny v moderním světě, zůstanou pozadu. Novináři CNN pracují s každým trhem na celém světě jinak, přizpůsobí se jeho potřebám na základě předem zhotovené analýzy. Bez znalosti trhu a publika nelze vytvářet úspěšný obsah a oslovovat nové publikum. Podle McKeehana využívá CNN ve světě osm video platform, čtrnáct sociálních sítí a platform pro rozesílání zpráv a patnáct nově vznikajících sítí.⁹⁷

Stejně jako BBC, i CNN má vlastní *Social media Guidelines*, který slouží jako záchytný bod v nejistých situacích pro zaměstnance mediálního domu. Věnuje se redakčním a firemním standardům, sdílení firemních fotografií, opravám informací i bezpečnosti zaměstnanců, kteří mohou být napadeni na svých osobních účtech. „*Příspěvky na sociálních sítích musí splňovat redakční standardy CNN. Abyste se vyhnuli zdání zaujatosti, je vám zakázáno sdílet názory či stížnosti na události, hnutí, politiky, vlády nebo organizace, které*

⁹⁴ Editorial Guidelines: Guidance: Individual Use of Social Media. *BBC* [online]. [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/individual-use-of-social-media/>

⁹⁵ HERN, Alex. BBC needs to update its social media Guidelines, says Ofcom chief. *The Guardian* [online]. 2023 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2023/mar/14/bbc-social-media-guidelines-ofcom-chief-melanie-dawes>

⁹⁶ CNN on social media and matching the right platform to the right audience: News. *FIPP: Connecting Global Media* [online]. 2017 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.fipp.com/news/cnn-social-media-platform-audience/>

⁹⁷ GUPTA, Neha. How CNN uses audience insights to drive newsroom change. *WAN-IFRA: World Association of News Publishers* [online]. 2020 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://wan-ifra.org/2020/02/how-cnn-uses-audience-insights-to-drive-newsroom-change/>

zastřešujeme. Jako zaměstnanec CNN zastupujete sebe a CNN,“ uvádí Guidelines. Rovněž zakazuje sdílení zpráv na osobních účtech dříve, než bude sdíleno na firemních profilech. Pokud zaměstnanci sdílí příspěvek CNN, musí vždy zahrnovat URL adresu k původnímu článku. Zajímavostí může být zákaz zveřejňování videí a obrázků z pracovních prostorů nebo zachycování a následné sdílení redakčních procesů. Na rozdíl od BBC zmiňuje možnost využití pomoci a podpory v případě ohrožování či napadení na sociálních sítích pro své zaměstnance.⁹⁸

Mezi další velké mediální doby, které mají vlastní pokyny k chování na sociálních sítích, patří také The New York Times. V plném znění vyšel v roce 2017 a stojí na podobných principech, jako již výše zmiňované pokyny od konkurenčních firem. Přiznává, že The Times sice mohou přizvat své čtenáře k tomu být součástí zpravodajství a umožnit jim participovat, na druhou stranu vnímá sociální sítě pro firmu jako rizikové. Klade důraz na objektivnost a nezájatost všech svých zaměstnanců při vystupování na sítích. Veškerý zveřejněný obsah novináři The Times na Twitteru a dalších platformách je brán jako oficiální prohlášení samotné instituce. Zaměstnanci by měli brát v potaz, že vše, co dělají ve veřejném prostředí, je úzce spojováno s The Times. Odpovědnost za obsah na osobním účtu potvrzuje také držitel Pulitzerovy ceny a politický zpravodaj The New York Times Nicholas Confessore, kterého na Twitteru sleduje přes 200 tisíc uživatelů: *„Skutečnost je taková, že můj účet na Twitteru je účet The Times. The Times ho sice nespravují, ale jsou zodpovědné za to, co se objeví na mém kanálu. Příležitostný čtenář si mé sociální účty skutečně vykládá jako rozšíření našich digitálních platform, ať už v dobrém, nebo ve zlém. My všichni v The Times to musíme přijmout jako cenu našeho zaměstnání u velké mediální instituce.“* Guidelines přikládá také pět otázek, které by si každý novinář měl zodpovědět před tím, než na svůj účet něco nasdílí. Ve všeobecné rovině můžeme říct, že se jedná o otázky spojené s morálním usuzováním každého novináře, který se řídí etickými pravidly svého zaměstnavatele. *„Než zveřejníte příspěvek, zeptejte se sami sebe: Je to něco, co je třeba říct, je to něco, co musíte říct vy, a je to něco, co potřebujete říct právě teď?“* Pokud na kteroukoli z těchto tří odpovědí odpovíte ne, bude lepší příspěvek nezveřejňovat,⁹⁹“ dodává Maggie Haberman, korespondentka Bílého domu pro The New York Times a politická analytička CNN, kterou na Twitteru sleduje přes 1,6 milionů lidí.⁹⁹

⁹⁸ CNN SOCIAL MEDIA GUIDELINES [online]. In.: Cable News Network, s. 2 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://wmdocs.com/cnn-apac/download/cnn-apac-sm-guidelines>

⁹⁹ Social Media Guidelines for the Newsroom. The New York Times [online]. 2017 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/editorial-standards/social-media-guidelines.html>

V dubnu roku 2022 vydal zástupce šéfredaktora Dean Baquet prohlášení o nových pokynech The Times, které úzce souvisí s používáním Twitteru. Cílem instituce je přimět zaměstnance, aby omezili či nejlépe úplně smazali své Twitterové účty. „*Méně tweetujte, piště promyšleněji a věnujte více času tradičnímu zpravodajství,*“ pronesl Baquet. Vedení se totiž nelíbí, kolik času novináři na svých účtech tráví. Nepřichází úplný zákaz, pouze se z dřívějšího trendu a modelu „*všichni novináři musí být na Twitteru*“ přechází na volitelnou možnost a klade se důraz, aby novináři více času věnovali zpravodajství než sociálním sítím.¹⁰⁰

O měsíc později, v květnu roku 2022, zveřejnil nové pokyny o chování na sociálních sítích The Guardian. Aktualizoval ten původní, který vyšel v roce 2010 a byl již aktualizován v roce 2018. Nová verze se týká především chování zaměstnanců na sítích, kteří se jakkoliv zapojují do veřejných hádek na sítích. Klíčové změny *Guardian Guidelines*: osobní účet na sítích znamená velkou odpovědnost, není povinností být na Twitteru, nikdy nekritizujte své kolegy veřejně, poskytování osobních informací může poškodit vaši reputaci a nikdy nepoužívejte Twitter k propagaci vlastních stránek.¹⁰¹ „*Důrazně doporučujeme zaměstnancům pravidelně mazat historické tweety a další sociální příspěvky. K tomu doporučujeme použít službu Tweetdelete,*“ radí vedení The Guardian svým zaměstnancům. Rovněž plánuje vytvořit novou pracovní pozici, která bude nést odpovědnost za sociální sítě a bude poradcem pro všechny zaměstnance.¹⁰²

V České republice jsou interní pravidla pro zaměstnance o chování na sociálních sítích nepatrná. Stojí spíše na morálním a zdravém rozumu každého novináře a dané redakce. O sepsání pokynů se v roce 2019 pokusila veřejnoprávní Česká televize, když vydala *Desatero pro práci novinářů na sociálních sítích*. Jednalo se o první dokument, který naznačoval, jak by se všichni zaměstnanci ČT měli správně na sociálních sítích chovat. „*Veškeré aktivity novinářů České televize na sociálních médiích jsou vždy veřejnými projevy. Platí pro ně proto pravidla týkající se veřejného projevu zaměstnanců České televize vyplývající z kodexu České televize a dalších předpisů. Cokoliv, co publikujeme, lajkujeme nebo sdílíme na*

¹⁰⁰ BENTON, Joshua. The New York Times would really like its reporters to stop scrolling and get off Twitter (at least once in a while). *NiemanLab* [online]. 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.niemanlab.org/2022/04/the-new-york-times-would-really-like-its-reporters-to-stop-scrolling-and-get-off-twitter-at-least-once-in-a-while/>

¹⁰¹ PONSFORD, Dominic. Guardian tells staff not to publicly slate each other on social media. *PressGazette*[online]. 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://pressgazette.co.uk/features-main/guardian-social-media-guidelines-owen-jones/>

¹⁰² HAZARD OWEN, Laura. „*Think carefully before you quote-tweet*“: The Guardian releases new social media guidelines for staff [online]. [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.niemanlab.org/2022/05/think-carefully-before-you-quote-tweet-the-guardian-releases-new-social-media-guidelines-for-staff/>

sociálních sítích, nesmí ohrozit důvěru v naši vlastní nestrannost, ani v objektivitu, nezávislost a vyváženost vysílání České televize,“ stojí hned v prvním bodě Článku 1.¹⁰³

O tom, jak by se měli na sítích chovat novináři veřejnoprávních médií se vedou dlouhé debaty. Na sestavení pravidel tlačí pak zejména čeští politici, kterým se vystupování některých novinářů na sítích nelíbí. Již v roce 2009 pobouřil svým komentářem na Facebooku tehdejší vedoucí domácí redakce zpravodajství ČT Jindřich Šídlo, když napsal o čínské velvyslankyni, že je „arogantní bába“. Po stěžování si politiků na vedení televize vydal ředitel zpravodajství Milan Fridrich prohlášení, aby se všichni zaměstnanci zdrželi komentování politiky a připomněl kodex České televize.¹⁰⁴ O deset let později se kontrolní Rada České televize zabývala tweetem Nory Fridrichové (viz. Obrázek č. 3), moderátorky publicistického týdeníku *168 hodin*, který pobouřil hned několik poslanců.¹⁰⁵

Obrázek č. 3: Tweet Nory Fridrichové¹⁰⁶



Fridrichová celou situaci vysvětlovala také v DVTV. Nechala se slyšet, že politici se mohou k situaci doma a ve světě vyjadřovat, to samé by tedy mělo platit i pro novináře.¹⁰⁷ V červnu 2021 došlo k narušení vztahů mezi Českou televizí a Hradem po zveřejnění tweetu Františkem Lutonským, vedoucím pracovníkem zpravodajství ČT, v němž nepřímo zkritizoval prezidenta Miloše Zemana. Stalo se tak den po katastrofě na jižní Moravě, kde zaútočilo ničivé tornádo.¹⁰⁸

¹⁰³ JETMAR, Jakub. Redaktoři ČT mají na sítích dbát na nové desatero. *Mediář* [online]. 2019 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/redaktoři-ct-mají-na-sitich-dbat-na-nove-desatero/>

¹⁰⁴ AUST, Ondřej. Čínská velvyslankyně je arogantní bába, napsal redaktor ČT. *Lidovky.cz* [online]. 2009 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/cinska-velvyslankyne-je-arogantni-baba-napsal-redaktor-ct.A091009_214447_ln-media_mev

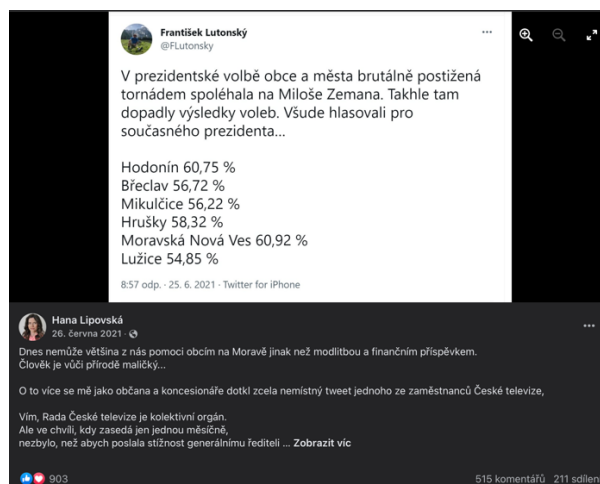
¹⁰⁵ JETMAR, Jakub. Úzus pro novináře na sítích se rodí hodně pomalu. *Mediář* [online]. 2019 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/uzus-pro-novinare-na-sitich-se-rodí-hodne-pomalu/>

¹⁰⁶ FRIDRICHOVÁ, Nora. [Podle mě by celonárodní...] In: *Twitter* [online] 31 May 2018 [cit. 2023-03-27] Dostupné z: <https://twitter.com/NoraFridrichova/status/1134392080934084608>

¹⁰⁷ DRTINOVÉ, Daniela. Fridrichová: Nechci žít v zemi, kde názory na ostatní budou říkat jen politici. *Aktuálně.cz* [online]. 2019 [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtf/fridrichova-nechci-zit-v-zemi-kde-nazory-na-ostatni-budou-ri/r~12c3fd4a87a111e9be22ac1f6b220ee8/>

¹⁰⁸ Mezi Hradem a ČT to vše kvůli tweetu vedoucího pracovníka zpravodajství. *Echo24.cz* [online]. 2021 [cit. 2023-03-

Obrázek č. 4: Facebookový příspěvek Hany Lipovské¹⁰⁹



Na celou situaci reagovala radní ČT Hana Lipovská (viz. Obrázek č. 4), podle které Lutonský porušil nejen Kodex ČT, ale také Desatero pro práci novináře ČT na sociálních sítích. „*Vyjádření zástupce šéfredaktora zpravodajství ČT pana Františka Lutonského považuji za naprosto skandální, odporné, nenávistné a v této chvíli obzvláště zavrženíhodné,*“ napsal v dopise pro generálního ředitele České televize prezidentův kancléř Vratislav Mynář. Lutonský následně svůj účet na Twitteru smazal.¹¹⁰

2.5 Dezinformace

Dezinformace neboli *fake news* jsou běžným jevem, s kterým se můžeme potkat nejen v online světě. Jedná se o jakékoliv informace, které jsou nepravdivé či zavádějící, ale jejich autor je šíří s cílem ovlivnit a zmanipulovat příjemce. Tím může být jedna osoba, ale také široká veřejnost.¹¹¹ Tvůrcem může být ale i vláda, která je využije k pošpinění protivníka, zmatení nepřítele či dokonce k oblnutí vlastních obyvatel. Zárodek všech dezinformací začíná v informaci pravdivé, kterou autor následně přepíše a přidá prvky balamutící čtenáře. Primárním úkolem je vytvořit takovou dezinformaci, která nebude na první pohled rozpoznatelná a přeberou ji známější média. Takové zprávy kolují po internetu téměř každý

20]. Dostupné z: <https://www.echo24.cz/a/StRwi/mezi-hradem-a-ct-to-vre-kvuli-tweetu-vedouciho-pracovnika-zpravodajstvi>

¹⁰⁹ LIPOVSKÁ, Hana. [Dnes nemůže většina z nás...] In: *Facebook* [online] 26. června 2021 [cit. 2023-03-20] Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4735157633178425&set=a.285331448161088&type=3>

¹¹⁰ Mezi Hradem a ČT to vše kvůli tweetu vedoucího pracovníka zpravodajství. *Echo24.cz* [online]. 2021 [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://www.echo24.cz/a/StRwi/mezi-hradem-a-ct-to-vre-kvuli-tweetu-vedouciho-pracovnika-zpravodajstvi>

¹¹¹ GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018, s. 8

den a je těžké s nimi bojovat. Autoři dezinformací se neřídí etickými kodexy jako novináři, a proto nemají problém psát o čemkoliv.¹¹² Jak už bylo zmíněno, díky internetu je v současné době šíření těchto zpráv mnohem snazší a rychlejší, ať už za pomoci dezinformačních webů či přes sociální sítě. Na straně druhé máme *misinformace*, kterým v češtině může říkat *fáma*. To jsou takové informace, které jsou sice nepravdivé, ale jsou šířeny bez vědomí toho, že se jedná o lež. Jejich sdílením nechceme záměrně nikomu ublížit. Jedná se o klasické drby či povídačky, které jsou šířeny hlavně z důvodu zviditelnění.¹¹³ Dezinformace mohou být šířeny pouze na určitou část veřejnosti. Aby byl výsledek úspěšný, je nemožné cílit na celou populaci. S příchodem internetu je však možnost zasáhnout větší části společnosti mnohem snazší než v době předinternetové.¹¹⁴

Dezinformační weby nechybí ani v České republice. „Zatímco v roce 2018 bylo 67 % obyvatel Česka přesvědčeno, že dokážou v mediálním prostoru rozeznat dezinformace, v roce 2022 tento podíl klesl na 56 %. V eurounijním srovnání se pak jedná o 4. nejnižší hodnotu,“ uvedl analytik Česka v datech Milan Mařík.¹¹⁵ V předminulém roce zveřejnili dezinformační weby téměř 200 000 zpráv. Provozovatelé webů se zaměřili na profesionálnější design i výstupy, aby se přiblížili seriózním zpravodajským kanálům a zmátli čtenáře.¹¹⁶ Mezi nejznámější dezinformační weby patří Aeronet, jehož obsah je čistě proruský. Bohužel v naší legislativě chybí zákon, který by jasně určoval, za jakých okolností může vláda tyto weby pozastavit. V únoru 2022 bylo v důsledku Ruské agrese na Ukrajině zablokováno několik českých dezinformačních webů. Sdružení CZ NIC na žádost vlády vypnulo den po zahájení invaze internetové servery Aeronet.cz, Protiproud.cz, Ceskobezcenzury.cz, Voxpopuliblog.cz, Prvnizpravy.cz, Czechfreepress.cz, Exanpro.cz a Skrytapravda.cz, i přesto že jim k tomu chybělo oprávnění.¹¹⁷ Na dezinformační weby se opakovaně snaží upozorňovat v český server *HlidacíPes*. Jedná se o projekt Ústavu nezávislé žurnalistiky, jehož hlavním cílem je podpora nezávislosti, objektivity a profesionality.

¹¹² Ibid., s. 46

¹¹³ Ibid., s. 8

¹¹⁴ GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Challenging online propaganda and disinformation in the 21st century*. Springer International Publishing, 2021, s. 79

¹¹⁵ Dezinformace. *Česko v datech* [online]. 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/176-dezinformace/>

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ BŘEŠŤÁN, Robert. Vypínání dezinformačních webů versus svoboda slova: „Diktátor se na zákony ptát nebude.“. *HlidacíPes: Žurnalistika ve veřejném zájmu* [online]. 2022 [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/vypinani-dezinformacnich-webu-versus-svoboda-slova-diktator-se-na-zakony-ptat-nebude/?hilite=dezinformacn%C3%AD+weby>

Novináři pravidelně kontrolují originalitu a důvěryhodnost nejdůležitějších informací a dlouhodobě monitorují témata, kterým se v mediálním světě málo věnuje.¹¹⁸

Kromě dezinformačních webů, napomáhají k šíření zpráv také sociální sítě. Jednou ze známějších kauz, které se dostalo popularity, byla *Modrá velryba*. Své kořeny má v Rusku na Sibíři, kde se skupina dělníků rozhodla zjistit, co stojí za mnohočetnými sebevraždami mladých lidí. Z investigativního záměru se celá kauza přehoupla jiným směrem, když na ruské obdobě Facebooku sdílel Filipp Budějkin fotku mladé dívky. Fotografie vznikla chvíli před tím, než dívku srazil vlak a Budějkin začal vymýšlet různé životu nebezpečné úkoly. Výzvy získaly na popularitě a do médií pronikla informace, že za úmrtími stojí právě hra *Modrá velryba*. Za rozšíření hoaxy (poplašné zprávy) byl později lynčován deník *Novaja Gazeta*. Mediální publicitě se dostalo *Modré velrybě* také v Česku, kde později začaly na sociálních sítích vznikat skupiny, kde zejména děti a mladiství napodobovali úkoly, o kterých se v médiích dočetli.¹¹⁹

S dezinformacemi úzce souvisí také propaganda. Právě ona hojně využívá dezinformace k zmatení či podmanění lidí. „*Smyslem propagandy je působit na publikum a úmyslně formovat jeho myšlenky, postoje a chování s cílem dosáhnout reakce v souladu s úmysly a potřebami propagandisty,*“ uvádí Petra Vejvodová a Miloš Gregor ve své knize *Nejlepší kniha o Fake news*. Dělí ji na dva směry – bílá propaganda a černá propaganda. Bílá propaganda na rozdíl od té černé využívá pravdivé informace a svým jednáním se snaží ovlivnit veřejné mínění. Snahou pak může být dobrovolná mobilizace obyvatelstva či propagace aktivit. Na straně druhé je pak černá propaganda, která používá polopravdy a věrohodně působící dezinformace, aby poškodila vizi druhé strany.¹²⁰ Propaganda se využívala napříč celým světem a všemi válkami. Každý vůdce chtěl buď podpořit svůj lid či pošpinit jméno protivníka. Politické propagandě se nevyhneme ani v éře internetu, ba naopak, šíří se mnohem rychleji než ve středověku. Nová forma komunikace umožňuje vznik nových manipulačních metod v mediálním prostředí. Z klasického pojmu války můžeme od počátku 21. století hovořit jako o válce informační.¹²¹

¹¹⁸ O nás. *HlídacíPes: Žurnalistika ve veřejném zájmu* [online]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/o-nas-2/>

¹¹⁹ GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPRESS, 2018, s. 54-55

¹²⁰ *Ibid.*, s. 14-15

¹²¹ GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Challenging online propaganda and disinformation in the 21st century*. Springer International Publishing, 2021, s. 44-45

3 Metodika

V teoretické části mé diplomové práce jsem postupně definovala pojmy jako novinář, influencer a běžný uživatel. Nechybělo ani zaměření na sociologii zdrojů, do které spadají témata jako opinion leader či prosumer a consumer. Dále jsem definovala sociální síť a ty nejdůležitější a nejznámější z nich představila. V neposlední řadě jsem pak nastínila problematiku deprofesionalizace žurnalistiky a s ní spojené téma dezinformace.

Praktická část má pak sloužit jako polemika nad jednou z výzkumných otázek, zda i běžní uživatelé mohou o dění ve světě informovat stejně dobře jako samotní novináři. Abych si na tuto otázku mohla alespoň v rámci svých možností odpovědět, rozhodla jsem se vést polostrukturované rozhovory s pěti novináři a pěti běžnými uživateli. Podmínkou pro výběr byl osobní profil na Twitteru, z kterého vybraní dotazovaní informovali o dění na Ukrajině. A jelikož mě rovněž zajímal způsob, jakým informace svým sledujícím podávali, udělala jsem obsahovou analýzu jejich příspěvků z prvních 14 dnů války.

3.1 Kvalitativní výzkum

O sociálních sítích, influencersch a dezinformacích už v dnešní době najdeme mnoho internetových cizojazyčných zdrojů, ale v odborných česky psaných knihách zmínky jen minimálně. Abych dokázala lépe odpovědět na své výzkumné otázky, rozhodla jsem se pro jednu z částí praktické práce využít kvalitativní výzkum. Jak ve své knize *Metody výzkumu médií* popisují Tomáš Trampota a Martina Vojtěchovská: „*Charakteristickým prvkem těchto metod je, že nejsou standardizované, jako je tomu u kvantitativních metod. Interakce výzkumníka a zkoumaného má vždy odlišnou podobu na základě unikátního průběhu a reakcí objektu.*“¹²² Tento výzkum mi tak umožní získat jedinečné odpovědi, které v knihách či jiných zdrojích nenajdu. „*Výhodou těchto metod je, že výzkumník může jít do hloubky v případě vyskytnutí neočekávaných informací, sběr dat je otevřenější a není tak zatížen výzkumníkovou znalostí tématu před samostatným sběrem dat.*“¹²³

Jednou z kvalitativních forem analýz a také jednou z nejvíce používaných v české společnosti je dotazování. „*Techniku interview využívá velké množství humanitních a sociálněvědních oborů a lze ji dobře kombinovat i s jinými postupy sběru dat.*“¹²⁴ Já si pro

¹²² TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 18

¹²³ Ibid., s. 18

¹²⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: neužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, s. 207

svůj výzkum vybrala polostrukturovaný rozhovor, který se opírá o základní schéma otázek, které se během rozhovoru mohou měnit či být doplněny jinými. „*Rozlišují se proto otázky primární, předem připravené a sekundární či sondážní, které vznikají ad hoc při realizaci rozhovoru, a cílem doplnit, co již zaznělo, nebo podnítit informanta k další výpovědi.*“¹²⁵

Veškeré rozhovory jsem začínala s představením sebe samé a mé diplomové práce, následoval souhlas o pořízení zvukového záznamu a dotaz, zda chce dotyčný poslat přepsaný a finální rozhovor k autorizaci. Základní předem stanovené otázky jsem pokládala stručně a věcně. Vyhýbala jsem se cizím slovům či vědeckým termínům, které by respondentu mohly zmást. „*Položena otázky by měla být přesně formulována, a přitom současně co nejvýstižnější vzhledem k tomu, na co se ptáme. To předpokládá, že víme, co chceme zjistit a jak se na to budeme ptát.*“¹²⁶

3.1.1 Výzkumné otázky

Sestavení otázek pro vedení polostrukturovaného rozhovoru se odvíjí od čtyřech výzkumných otázek, jenž úzce souvisí se základním tématem mé diplomové práce *Využívání sociálních sítí jako nových informačních platforem během války na Ukrajině*. Těmi jsou:

VO 1: Jak se liší postupy profesionálních novinářů a běžných uživatelů při zpracování informací o válce na Ukrajině?

VO 2: Jaké jsou jejich postupy při práci s dezinformacemi? Jaké postupy používají k ověření informací?

VO 3: Dokázali běžní uživatelé informovat o válce lépe než novináři?

VO 4: Stanou se sociální sítě jako Twitter a Telegram hlavním zdrojem informací a přeberou tak funkci novin?

Na základě výzkumných otázek jsem pak sestavila základní vzorec otázek pro rozhovory s novináři a běžnými uživateli. Jelikož se jedná o dvě rozdílné skupiny, musela jsem dle toho pracovat i s tázacími otázkami, které se nepatrně liší.

Otázky pro novináře

1. Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru?

¹²⁵ Ibid., s. 211

¹²⁶ Ibid., s. 220

2. Myslíte si, že informování o válce na Twitteru je nyní stejně důležité jako informování o ni ve vašich článcích/reportážích? A proč?
3. V čem vidíte jako novinář výhody těchto sociálních sítí?
4. A v čem nevýhody?
5. Jakým způsobem jste informace získával?
6. Dezinformace jsou během války velmi časté a hlavně nebezpečné. Jak si informace ověřujete vy? Máte na to vlastní postup či se držíte interních pravidel média, pro které pracujete?
7. Jak s dezinformacemi nakládáte v jméno média? Měli jste vytvořený speciální postup právě kvůli událostem na Ukrajině?
8. Máte pocit, že běžný uživatel (*uživatel, který se staví do role odborníka nebo pseudonovináře, ale jeho profese to není*), který na Twitteru o válce také informoval, může nějak ohrozit novinářskou profesi?
9. Vidíte je jako hrozbu nejen pro budoucí novináře, ale také z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?
10. Pokud ano, poradil byste několik pravidel, co a jak publikovat na Twitteru, aby i běžný uživatel byl věrohodný a úspěšný?
11. Pokud ne, vidíte možnou budoucí spolupráci mezi mediálními domy a běžnými uživateli?
12. Zaregistroval jste na Twitteru nějakého běžného uživatele, který vás svým stylem informování o válce zaujal? A proč?
13. Je nějaká změna ve stylu informování o válce, která vás překvapila či zaskočila?

Otázky pro běžné uživatele

1. Novinář nejste, čím se tedy v běžném životě živíte?
2. Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru, i když vaší profesí není novinářina? Jaký byl hlavní podnět?
3. Vnímáte se jako influencer? Berete v potaz, že vaše příspěvky mohou ovlivnit velké množství lidí?
4. Proč jste si pro informování vybral zrovna Twitter? Vnímáte ho jako hlavní zdroj informací?
5. V čem vidíte hlavní výhody těchto sociálních sítí?
6. A v čem nevýhody?

7. Jakým způsobem jste informace získával? Měl jste například vlastní zdroj?
8. Dezinformace jsou během války velmi časté a hlavně nebezpečné. Jak si informace ověřujete vy? Máte pro to vytvořený vlastní systém či nikoliv?
9. Kolik času jste denně nad sběrem dat a následným tweetováním trávil?
10. Nemáte pocit, že svým vystupováním/podáváním informací můžete ohrožovat novináře, kteří se informování živí? Tzv., že jim přebíráte jejich práci, i když za to nejste placeni?
11. Pokud ano, poradil byste několik pravidel, co a jak publikovat na Twitteru, aby i běžný uživatel byl věrohodný a úspěšný?
12. Pokud ne, vidíte možnou budoucí spolupráci mezi mediálními domy a běžnými uživateli?
13. Máme rok od války. Jak se podle vás během této doby změnil váš styl informování? Udělal byste něco jinak?
14. Máte v plánu do budoucna se takto i nadále veřejně angažovat a informovat o dění ve světě?

3.1.2 Výzkumný soubor

Své respondenty jsem si vybírala na základě vlastní rešerše na sociální síti Twitter. První a základní podmínkou bylo pravidelné informování či „tweetování“ od začátku války na Ukrajině. Z pěti novinářů jsem pak vybrala ty, kteří se válečným tématům věnují dlouhodobě a můžeme je považovat za experty v oboru. Z běžných uživatelů jsem pak vybírala ty, kteří se novinářské profesi nevěnují, ale ve svém volném čase informace o válce sbírali a měnili je ve krátké tweety.

Novináře jsem kontaktovala přes jejich pracovní emailové adresy či telefonicky. Veškeré kontakty jsem našla na stránkách daných médií, pro která vybraní respondenti pracují. Pouze se dvěma z pěti jsem se spojila online formou, jednou přes platformu Google meet, podruhé pouze telefonicky z důvodu špatného signálu na Ukrajině. Se zbývajícimi respondenty jsem se setkala osobně.

Navázání kontaktu s běžnými uživateli probíhalo třemi způsoby. Pokud jsem nenašla žádný veřejně dostupný kontakt v podobě emailové adresy, oslovila jsem dotyčného přes Twitter. Když mi vybraný respondent na Twitteru neodpovídal, snažila jsem se ho dohledat na jiné sociální síti a kontaktovat ho tam. Na dva z respondentů jsem dostala telefonický kontakt od novináře, který mi rozhovor s nimi napřímo domluvil.

3.2 Kvantitativní výzkum

Pro zkoumání příspěvků na sociálních sítích zveřejněných mými dotazovanými respondenty jsem zvolila kvantitativní formu výzkumu, a to obsahovou analýzu. Tato forma se používá pro zpracování velkého množství textu, což v rámci krátkých tweetu na Twitteru máme. „Ačkoliv v historii byla obsahová analýza využívána s cílem odhalit záměry komunikátora (podavatele sdělení), její hlavní niku v oblasti výzkumu médií tvoří snaha zmapovat, jaká sociální a kulturní témata, hodnoty a jevy prezentují různé mediované obsahy.“¹²⁷ Cílem této analýzy je pak zodpovědět výzkumnou otázku: *Dokázali běžní uživatelé informovat o válce lépe než novináři?*

¹²⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, s. 295

4 Praktická část

V teoretické části jsem definovala všechny pojmy a aspekty, s kterými se setkáme i v části praktické. Zde budu vycházet z podkladů a informací, které jsem získala z polostrukturovaných rozhovorů a obsahové analýzy. Rovněž krátce přiblížím historii a současný stav Rusko-Ukrajinského konfliktu a představím svých deset respondentů. Jejich výpovědi mi poslouží k zodpovězení výzkumných otázek.

4.1 Rusko-Ukrajinské vztahy

Myslet si, že válečný konflikt mezi Ukrajinou a Ruskem začal teprve před rokem je mylné. Společná historie těchto dvou zemí sahá již do raného středověku, kdy vznikla Kyjevská Rus. Ta se záhy rozpadla po nájezdech mongolských nájedníků. V druhé polovině 14. století se toto území stalo součástí polsko-litevského soustátí a zbylé části spadaly pod moc moskevského knížectví. Vtahy mezi polskou šlechtou a ukrajinskými kozáky byly napjaté, a proto se kozáci obrátili na Rusko. Tehdejší car Alexej Michajlovič souhlasil se spojenectvím proti Polsku pod podmínkou přijetí svrchovanosti ruského cara. Po skončení rusko-polské války v roce 1667 bylo ukrajinské území rozděleno dle řeky Dněpr. Levou stranu včetně Kyjeva získalo Rusko, pravou část břehu Polsko.¹²⁸

Moderní Ukrajina se podobně jako další evropské státy formovala v 19. století. Zde začaly vznikat první nesoulady, kdy oba státy sice spojovala víra a podobný jazyk, ale ukrajinské smýšlení se dostávalo do opozice vůči tomu ruskému. Ruská vláda a car Alexandr II. proto vydali nařízení, které zakazovalo tisk a prodej ukrajinských knih. V roce 1917 vyhlásila ruská centrální rada Ukrajinu za autonomní součást Ruska a o rok později za nezávislou Ukrajinskou lidovou republiku. Tuto vyhlášku ale neuznala žádná z vítězných mocností první světové války a v Kyjevě se začali střídat dobytelské armády. Ukrajinská armáda společně s tou polskou obsadily Kyjev, ale po protiútoky Rudé armády se musely stáhnout až do Varšavy. Po podepsání mírové dohody byla Ukrajina opět rozdělena a část z ní začleněna do vznikajícího Sovětského svazu.¹²⁹

Ve 20. letech 20. století, když Stalin upevnil svou pozici, začal boj proti všemu ukrajinskému, jenž vyvrcholil uměle vytvořeným hladomorem. V důsledku vymření skoro

¹²⁸ HOKROVÁ, Zlata. ZVĚDAVOSTI: HISTORIE RUSKO-UKRAJINSKÝCH VZTAHŮ. *Bav se vědou ZCU* [online]. 2022 [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://bavsevedou.zcu.cz/zvedavosti-historie-rusko-ukrajinskych-vztahu/>

¹²⁹ Ibid.

čtyř milionů Ukrajinců vznikly vylidněné oblasti, mezi nimi i území Donbasu, které následně obsadili Rusové. V Hitlerovi a jeho nacistické armádě viděli Ukrajinci spásu a věřili, že je osvobodí od ruského teroru. Pro Hitlera byla Ukrajina bohužel jen obilnicí, jenž dokáže nakrmit jeho hladovějící armádu. Během druhé světové války, německé okupace a boje za Rudou armádu umřelo kolem šesti milionů Ukrajinců. Po skončení války roku 1945 byla k Ukrajině připojena Podkarpatská Rus a o deset let později i Krymský poloostrov. V sovětském svazu začaly vznikat nepokoje, které vedly k mocenskému vzestupu Borise Jelcina, který se v roce 1991 stal prezidentem Ruska. Společně s ukrajinským prezidentem Leonidem Kravčukem a předsedou Nejvyšší rady Běloruska, Stanislavem Šuškevičem, podepsal Jelcin 8. prosince 1991 smlouvu, kterou ukončil fungování Svazu sovětských socialistických republik.¹³⁰

Vznik samostatné Ukrajiny, ale nepřinesl očekávaný klid. Když se v roce 2004 stal prezidentem Leonid Kučma a na post premiéra zvolil proruského Viktora Janukovyče, vyšli lidé protestovat z důvodu podezření, že volby byly zmanipulované. Volby se tedy uskutečnily znovu a vítězem se tentokrát stal kandidát opoziční strany, který byl krátce na to otráven dioxinem. Po neshodách opozičních stran a eskalaci kvůli drahému ruskému plynu, který nebyla Ukrajina schopna zaplatit, se novým prezidentem v roce 2010 stal již zmíněný politik z ruskojazyčné Ukrajiny Viktor Janukovyč. Jeho nacionalismus a zrovnoprávnění ukrajinského a ruského jazyka se obyvatelům nelíbilo. Po dlouhých protestech Janukovyč odstoupil a utekl do Ruska. Avšak síla protestů vyvolala ještě jeden důležitý moment. S eskalací v Kyjevě vzrůstala i ruská nálada na Krymu, která volala pro odtržení území od Ukrajiny. Smlouvu o připojení schválil ruský prezident Vladimir Putin 21. března 2014 a tím odstartoval boje mezi proruskými separatisty (doněckými a luhanskými) a vojsky prozápadní vlády. I když ostrov nemá žádný hospodářský potenciál, ze strategického hlediska umožňuje kontrolu nad Černým a Azovským mořem. Když se v roce 2019 stal novým prezidentem Volodymyr Zelenskyj, netušil, že za tři roky na to se v jeho zemi rozpoutá válka.¹³¹ Putin již dříve vydal esej o Ukrajině, ve které zpochybňuje její právo na samostatnou existenci. Dle jeho slov může Ukrajina fungovat pouze v určitém svazku s Ruskem. Zprávy o tom, že chce Rusko napadnout Ukrajinu kolovaly světem už několik týdnů před tím. Oba státy se navzájem obviňovaly z porušení příměří a na hranicích

¹³⁰ Ibid.

¹³¹ Historie konfliktu Ruska a Ukrajiny. *Novinky.cz* [online]. 2022 [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-historie-konfliktu-ruska-a-ukrajiny-40388409>

se začínaly ozývat střelby. V noci ze dne 23. na 24. února 2022 Rusko na Ukrajinu zaútočilo. Putin vyslal na Donbas „mírové jednotky“ a ukrajinská města se otřásala výbuchy. Rusko zahájilo útok nejen pozemní, ale i letecký a námořní. Ukrajina byla rázem pod palbou z Ruska, Běloruska a Krymu. Světem otřásl zprávy o brutalitách, jež páchala ruská armáda, zejména pak masakr v Buči.¹³² Z třídní operace, během které mělo Rusko obsadit Kyjev a následně celou Ukrajinu, se stal roční konflikt, jehož konec je v nedohlednu.

4.1.1 Rezonance v českých médiích

Napadení Ukrajiny ruským vojskem a následné dění otřásl celým mediálním světem. Média po celém světě se k válce okamžitě začala vyjadřovat a v prvních několika dnech války se věnovala pouze tomuto palčivému tématu. K válce vzniklo v českých médiích i několik speciálů věnovaných konfliktu.

Forum 24 vydalo v květnu 2022 speciál s názvem *Sláva Ukrajině*¹³³, z jehož prodeje poslala část výtěžku na sbírku ukrajinského velvyslanectví v Praze. Speciál se věnuje dění na Ukrajině od 24. února až po dobu třech měsíců, které přibližuje v podobě podrobně sepsané časové osy. Nechybí zde ani rozhovory, ať už s ruským historikem Andrejem Zubovem nebo ruským ekonomem a politikem Grigorijem Javlinskijem. Součástí jsou reportáže či proslov amerického prezidenta Joea Bidena. Celý speciál je pak provázán fotografiemi Dany Kyndrové.

Za zmínku také stojí speciál z produkce Deníku N s názvem *Dějiny Ukrajiny a Dějiny Ruska*¹³⁴ od českého novináře Petra Koubského. Cílem je čtenářům přiblížit společnou historii obou zemí, bez které lze jen těžko porozumět konfliktu na Ukrajině. Veškeré texty ze speciálů pak pro Deník N načetly do audiovizuální podoby herečky Marta Issová a Jana Plodková.

¹³² Válka Rusko – Ukrajina. *Novinky.cz* [online]. [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tag/konflikt-rusko-ukrajina-65011>

¹³³ Kupte si Speciál FORUM a přispějte na sbírku pro ukrajinskou armádu. Pomáhejte s námi. *Forum 24* [online]. 2022 [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/kupte-si-special-forum-a-prispejte-na-sbirku-pro-ukrajinskou-armadu-pomahejte-s-nami/>

¹³⁴ Novinový speciál Dějiny Ukrajiny a Dějiny Ruska. *Deník N* [online]. 2022 [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: https://obchod.denikn.cz/show/56/dejiny_ukrajiny_a_ruska

4.2 Představení českých profesionálních novinářů a běžných uživatelů, kteří se věnovali válce na Ukrajině

Bližší představení dotazovaných slouží zejména k porozumění a odůvodnění, proč jsem si právě těchto deset respondentů vybrala. Všech pět novinářů mělo již s válečným reportováním nějakou zkušenost a většina z nich byla na Ukrajině ještě před začátkem války. K tomuto tématu mají velmi blízko a vidí v něm souvislosti, které běžný čtenář vidět nemusí. Z běžných uživatelů jsem pak vybírala takové respondenty, kteří se o válce vyjadřovali na Twitteru od jejího počátku. Každý z nich se zaměřuje na trochu jinou oblast, ať už válečnou, jadernou, globální, dezinformační či to dělali z osobních důvodů a vlastního přesvědčení.

4.2.1 Novináři

Andreas Papadopulos

Andreas Papadopulos je novinář, reportér a zpravodaj České televize v Polsku. Vystudoval magisterský obor žurnalistika na Univerzitě Karlově. V České televizi pracuje od června 2016, kde se v roce 2017 stal zahraničním zpravodajem. Rovněž natočil mnoho reportáží pro pořad Horizont ČT24. Mimo jiné je spoluautorem knihy *Putinova válka (2023)*, na které se podíleli i další zpravodajové ČT.¹³⁵

Pro svou diplomovou práci jsem si Andrease vybrala z toho důvodu, že se od začátku války na Ukrajině stal mimořádným zpravodajem ČT a z válečné oblasti přinášel pravidelné reportáže. Náš rozhovor probíhal po telefonu, protože se Andreas zrovna nacházel na Ukrajině a ostatní služby byly buď blokovány nebo nefungovaly z důvodu špatného signálu.

Jakub Szántó

Dalším českým novinářem a válečným reportérem je Jakub Szántó, který pro Českou televizi pracuje od roku 2006. Původně zastával funkci zástupce vedoucího zahraniční redakce a editora pořadu Události. Mezi lety 2013 a 2018 byl zahraničním zpravodajem ČT pro Blízký východ, kde několik let rovněž i žil.¹³⁶ Je známý především tím, že pokrýval většinu mezinárodních válečných konfliktů, jenž se na Blízkém východě a Afriky děly. Ať už konflikt mezi Hamásem a Izraelem, americkou okupací Iráku či Arabské jaro a občanskou

¹³⁵ Andreas Papadopulos. *ARGO* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://argo.cz/autori/papadopulos-andreas/>

¹³⁶ Jakub Szántó. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/jakub-szanto/>

válku v Sýrii. Válečným reportérem byl i během rusko-gruzínské války v roce 2008 nebo při revoluci na Ukrajině v letech 2004 a 2014.¹³⁷

Je rovněž autorem mnoha knih. Za knihu *Za oponou války: Zpravodajem nejen na Blízkém východě* získal jedno z ocenění Magnesia Litera. Úspěšné byly i jeho další knihy, jako *Putinova válka* (2023), *Z Izrastiny s láskou* (2020), *Ukrajina: Válka kolem nás* (2022) či *Chleba z minového pole – Reportáže z Ukrajiny* (2022).¹³⁸

Josef Pazderka

Mezi novináře, kteří mají zkušenost s pokrýváním válečných konfliktů patří také Josef Pazderka. Ten rovněž jako Jakub Szántó a Andreas Papadopoulos pracoval od roku 2005 v zahraniční redakci České televize. Byl stálým zpravodajem v Moskvě a následně ve Varšavě, kde žil. Krizi na Ukrajině pokrýval již v letech 2013 a 2015. Z České televize přešel do mediálního domu Economia, kde se v roce 2016 stal zástupcem šéfredaktora on-line deníku Aktuálně, o dva roky později pak jeho šéfredaktorem. V srpnu roku 2022 tuto pozici opustil a stal se šéfredaktorem Českého rozhlasu Plus.¹³⁹

Pazderka za své reportáže získal již několik ocenění v soutěži Novinářská cena, mimo jiné i za sérii komentářů o Ruské invazi z roku 2022.¹⁴⁰ S knihou *Invaze 1968: Ruský pohled*, která byla přeložena do několika jazyků, se zařadil do prestižní The Harvard Cold War Studies Book Series.

Ondřej Kundra

Ondřej Kundra je zástupce šéfredaktora českého týdeníku Respekt, s kterým spolupracuje již od roku 1999. V roce 2002 se pak stal stálým členem redakce. Jeho texty se zaměřují především na působení cizích mocností, jako je Čína a Rusko, v Evropě a Česku. Je rovněž držitelem několika ocenění Novinářská cena, které získal za své investigativní texty. Mimo to je držitelem Ceny Ferdinanda Peroutky, kterou získal v roce 2019.¹⁴¹

¹³⁷ Jakub Szántó. *Databazeknih.cz* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.databazeknih.cz/zivotopis/jakub-szanto-118019>

¹³⁸ Ibid.

¹³⁹ Josef Pazderka. *Český rozhlas: Plus* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/node/5566441>

¹⁴⁰ Aktuálně.cz získalo novinářskou cenu, obdržel ji Josef Pazderka za komentáře o Rusku. *Aktuálně.cz* [online]. 2022 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/aktualnecz-ma-novinarskou-cenu-ziskal-ji-pazderka-za-komenta/r~fe32650ef3ab11ec93abac1f6b220ee8/>

¹⁴¹ Ondřej Kundra. *Respekt: Redakce* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/redakce/ondrej-kundra>

Kundra je autorem mnoho významných knih, které se zabývají vlečnou tematikou. O působení ruských tajných služeb napsal knihu *Putinovi agenti* (2016) a ruských intrikách zas *Novičok nebo kulka* (2021). Společně s Tomášem Linderem je autorem knihy *Můj syn terorista. Jak se rodí evropští džihádisté*.¹⁴²

Martin Novák

Posledním novinářem, který se rovněž věnuje válečným konfliktům, a především pak situaci v Rusku a na Blízkém východě, je Martin Novák. Prošel si redakcí Lidových novin, České televize a Hospodářských novin, v současné době je redaktorem zahraniční rubriky online deníku Aktuálně.cz. Během své kariéry pracoval jako redaktor v Iráku, Afghánistánu, Íranu, Saúdské Arábii, Rusku, na Ukrajině i v Číně.¹⁴³

Je držitelem ocenění za nejlepší knihu literatury faktu Ceny Miroslava Ivanova, rovněž získal čestné uznání poroty Ceny Egona Ervína Kische. Martin Novák je taktéž autorem několika válečných knih, jako *Džihád proti Kremlu: Sovětská válka v Afghánistánu* (2008) či *Kati Pražského jara: Brežněv a jeho éra v Kremlu* (2015).¹⁴⁴

4.2.2 Běžní uživatelé

Andrej Poleščuk

Andrej Poleščuk je původem z Běloruska, ale také českým občanem. Vystudoval práva na Univerzitě Palackého v Olomouci a v současné době pracuje jako analytik Kremlin Watch Program pro European Values, Center for Security Policy.¹⁴⁵

O válce na Ukrajině pravidelně informuje na svém Twitterovém účtu. Jeho výhodou je znalost jazyka a mnoho osobních přátel na Ukrajině. Tématům jako Evropská unie a postsovětský prostor se věnuje již dlouhodobě.

Dana Drábová

Dana Drábová je jaderná vědkyně, která vystudovala Fakultu jadernou a fyzikálně inženýrskou na ČVUT, dále pak získala doktorský titul v oboru jaderná fyzika. Zabývala se

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ Martin Novák. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/autori/martin-novak/l-i:author:23/>

¹⁴⁴ Ibid.

¹⁴⁵ Andrej Poleščuk. *European Value* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://europeanvalues.cz/en/about-us/our-team/andrej-polescuk/>

havárií jaderné elektrárny v Černobylu roku 1986 a s ní související radiační situací a dalšími následky. Zapojovala se do příprav právních předpisů zaměřených na problematiku ionizujícího záření. Taktéž se účastnila několika expertních misí orientovaných na lepší dozorčí rámec v oblasti radiační a jaderné bezpečnosti.¹⁴⁶

Od roku 1999 je předsedkyní Státního úřadu pro jadernou bezpečnost. Je držitelkou několika čestných doktorátů a rovněž krajskou zastupitelkou Středočeského kraje. Během války na Ukrajině pravidelně informovala o radiační situaci Záporožské jaderné elektrárny, kterou okupovalo ruské vojsko.

Roman Máca

Roman Máca je bývalým analytikem Institutu pro politiku a společnost. Věnuje se zejména bezpečnosti internetu, sociálních sítí, mediální manipulaci a vlivu dezinformací na českou společnost. Během svých pracovních cest navštívil Nigérii, zažil zemětřesení v Ázerbájdžánu i konflikt na východní Ukrajině.¹⁴⁷ Má procestovanou zejména Luhanskou a Doněckou oblast, kde má i mnoho blízkých přátel. Své názorové články pravidelně publikoval na blogu iDnes a Aktuálně.cz.

O situaci na Ukrajině se vyjadřuje na Twitteru dlouhodobě a od začátku války byl několikrát pozván do pořadů Českého rozhlasu Plus, Aktuálně.cz či Reflex.

Jan Kofroň

Jan Kofroň je politický geograf a také odborný asistent na Katedře politologie Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Věnuje se zejména faktorům, které ovlivňují vojenskou efektivitu, teorii mezinárodních vztahů a v neposlední řadě politické predikci.¹⁴⁸ Své články pravidelně publikuje v Hospodářských novinách.

Během války byl několikrát zván do relací předních českých televizních pořadů, kde se vyjadřoval k válečné situaci na Ukrajině. O válečném konfliktu a možných predikcích a scénářích se rovněž vyjadřoval na svém Twitterovém účtu.

¹⁴⁶ Ing. Dana Drábová, Ph.D., Dr. h. c. mult. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/dana-drabova/>

¹⁴⁷ Roman Máca. *Aktuálně.cz: Blog* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://blog.aktualne.cz/blogy/roman-maca.php>

¹⁴⁸ RNDr. Jan Kofroň, Ph.D. *Institut Politologických Studií: Fakulta sociálních věd UK* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://ips.fsv.cuni.cz/contacts/institute-members/30804483>

Michal Kořan

Michal Kořan vystudoval politologii a mezinárodní vztahy. Je odborným asistentem a výzkumníkem Ústavu mezinárodních vztahů a evropských studií na Masarykově univerzitě v Brně. Taktéž je předsedou představenstva a zakladatelem Global Arena Research Institute (GARI). Jedná se o nezávislou výzkumnou organizaci zaměřenou na mapování globalizace a institucionálních sociálních a politických rámců. Během své kariéry byl místopředsedou Programové rady Česko-polského fóra, národním koordinátorem platformy Think Visegrad a hlavním koordinátorem Strategického grantu Mezinárodního visegrádského fondu.¹⁴⁹

Je autorem třinácti knih zaměřených především na českou politickou sféru. Jeho články vyšly v mezinárodních uznávaných časopisech jako *European Security* či *Journal of International Relations and Development*. O válečném konfliktu na Ukrajině se taktéž vyjadřoval na svém osobním Twitterovém účtu.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Michal Kořan. *GLOBARI* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.globari.org/michal-koran>

¹⁵⁰ Ibid.

4.3 Rozhovory s danými profesionálními novináři a běžnými uživateli

4.3.1 Twitter

Twitter spadá do skupiny nepoužívanějších sociálních sítí po celém světě. V současné době ho aktivně využívá přes 350 milionů lidí. Jeho primární funkcí je nahrávání krátkých textů v podobě tweetu, díky čemuž ho můžeme nazvat mikrobloginovací službou. Je velice oblíbený nejen u běžných uživatelů, ale také novinářů. Svých respondentů jsem se ptala, z jakého důvodu si pro informování vybrali zrovna tuto síť, a ne žádnou jinou. „*Twitter považuji za nejinteligentnější ze všech dostupných a běžně používaných platforem. Využívám ho k přenesení reportáží, z mého pohledu nejkomplexnějšího žurnalistického žánru, mezi lidi, kteří televizi lineárně nesledují,*“ udává důvod zahraniční zpravodaj ČT Andreas Papadopulos. Na sociálních sítích je poměrně aktivní také válečný reportér Jakub Szántó: „*Twitter je pro mě jednak zdroj informací, a za druhé jakási retenční nádrž informací. Je možné tam dávat rychlé a aktuální informace či také aspekty, které se nevejdou do reportáže, protože nejsou tak podstatné.*“ Dalším novinářem je Ondřej Kundra, který považuje Twitter za součást novinářské práce: „*Na Twitteru mě sleduje asi přes 44 000 lidí, takže je tam největší šance, že si mé články někdo přečte, koupí nebo předplatí. Pro část lidí, když nejste na sociálních sítích, tak v podstatě neexistujete. Oni by se třeba vůbec nedozvěděli, že jsme s Respektem na Ukrajině, že o tom píšeme články, jak jsou detailní, ani to, jak se na ně dlouho připravujeme. Pro mě to je způsob, jak přitáhnout pozornost k našim článkům a zároveň být do určité míry k dispozici čtenářům.*“ Za stejným účelem je na sociálních sítích i Josef Pazderka. „*Já beru sociální sítě, konkrétně Twitter a Facebook, jako součást mé profese. Mám pocit, že novinář by měl dávat vědět o tom, kde je, na čem pracuje a svým způsobem skrze ty sociální sítě na to poutat. Žijeme v době, která je plná sociálních sítí a myslím si, že to je přirozená součást naší práce.*“ Velmi podobný názor má na celou věc rovněž novinář Martin Novák. Podle něj se část lidí dostává k informacím pouze skrze sociální sítě, zejména pak přes Twitter. „*Když je svým článkem zaujmete tam, je větší šance, že je dostanete na hlavní médium. Všechny média se tam prezentují a podle mě by měli i sami novináři. Je spíš otázka míry, jak moc často tam přispívat,*“ dodává Novák. Pozitivní názor sdílí také jaderná vědkyně Dana Drábová: „*Twitter je výborným nástrojem pro rychlé šíření informací. Proto jsem se již před několika lety rozhodla, že mnou vedený SÚJB i já osobně, budeme budovat*

profily, které by v případě potřeby mohly sloužit k informování lidí o událostech, které by mohly vzbudit jejich obavy v souvislosti s jadernou energetikou a radiací.“

Zajímavý důvod, proč sdílet své materiály a poznatky na sociálních sítích, má vojenský analytik Jan Kofroň. Většina jeho práce je totiž publikována v odborných člancích, jejichž recenzní řízení může trvat i několik let. *„Do odborného článku, pokud nejste studentem nebo zaměstnancem univerzity, se tak nedostanete. Respektive jsou podle mě pro lidi příliš drahé a zároveň příliš složité. Když napíšu něco zajímavého rovnou na Twitter, tak se někdy ozve novinář, jestli bych to nerozvedl do podoby článku. Nejsem jako oni omezený redakční politikou, ale zase jsem omezený tou platformou,“* doplňuje Kofroň s tím, že je na základě svých tweetů často zván do zpravodajských relací, aby se k tématu osobně vyjádřil. Na straně druhé pak máme uživatele, kteří vidí přidanou hodnotu Twitteru v informacích, ke kterým se skrze něj mohou dostat. *„Tím, že jsou tweety kratší než statusy na Facebooku, tak to vyžaduje určitou kompresi informace. Twitter považuji za jeden z dobrých zdrojů informací a obecně vnímám trend twitterové žurnalistiky. Namísto média můžete sledovat konkrétního novináře, který se věnuje vámi blízkému tématu, a tak získáte informace přímo od něj,“* uvádí Roman Máca. S jiným záměrem chodí na Twitter Michal Kořan: *„Na Twitter nikdy nejdu primárně s tím, že se chci dozvědět, co se kde děje. Situaci na Ukrajině sleduji i z jiných kanálů, ale samozřejmě informace k tomu najdete i na Twitteru. Sice tam skroluji, ale spíš pro vlastní pocit, abych zjistil, co hýbe českou, evropskou a případně transatlantickou společností. Jsem schopný vidět, jaká témata twitterovou veřejnost zajímají, o čem se lidé nejvíce dohadují a mluví.“*

Kromě prezentování své práce a zviditelnění, přispěl Twitter během války na Ukrajině ještě k jedné věci. *„Vznikla z toho spousta dobrých věcí a pomoci nejenom ode mě, ale i od dalších lidí. Dokázal jsem pak lidi propojit, nebo se propojili skrze komentáře pod mými tweety. Pomáhal jsem lidem propojit při evakuacích, sbírkách peněz a při různých projektech. Nejsem si úplně jistý, že bych podobného efektu dosáhl i na Facebooku,“* říká Andrej Poleščuk.

Může být Twitter hlavní zdroj informací?

Důvodů a benefitů, proč používat Twitter existuje mnoho. Také je podstatné, abychom byli jako uživatelé schopni přemýšlet nad tím, jaký obsah na sítích konzumujeme a jak si ho následně přebíráme. *„Twitter považuji potenciálně za velmi nebezpečné médium. Pokud ho někdo používá výhradně jako informační médium, tak si myslím, že to není správné. Sám*

věřím, že jsem schopný na Twitteru odlišit povzdech, komentář nebo výkřik. Jakmile se tam objeví náznak analýzy, začínám o tom přemýšlet úplně jinak, kritičtěji, a snažím se podívat, co za tím je,“ konstatuje Michal Kořan. Potencionální nebezpečí zde vidí také Jan Kofroň: *„Twitter vnímám jako zajímavý doplněk pro témata, která nejsou mainstreamová. Podle mě by byla chyba to vnímat tak, že mi to nahradí kvalitní novinářinu. Dochází tam k enormnímu zapouzdření názorů do komunit, kde spolu lidi souhlasí. Tam, kde je Twitter mnohem více rozšířený, může jednou dojít ke vzniku poloparalelních světů, které budou žít pouze v té své pravdě.“* Andreas Papadopoulos na otázku, zda může být Twitter hlavním zdrojem informací, odpověděl: *„Měl by primárně sloužit jako doplněk. Pokud člověk tvrdí, že se vše o válce na Ukrajině dozví z Twitteru, tak podle mě nemůže pojmout komplexy celého konfliktu. Pro lidi je nutné brát Twitter jen jako vstupenku na různé stránky mediálních domů nebo jako upoutávku na televizní vysílání, protože bez profesionálních novinářů není možné konflikt obsáhnout.“* S ním souhlasí i jeho kolega, novinář Jakub Szántó: *„Přečtěte si ráno noviny, které reflektují to, co se stalo, a poslechněte si veřejnoprávní rozhlas, který na základě svých profesionálů řekne, co se bude dít. Nakonec se podívejte na Českou televizi, kde máte kompilát toho, co se stalo a co se asi bude dít zítra. To stačí, je tam všechno důležité a je to udělané profesionálními novináři. Ležet v hromadách neroztříděné pošty, kterou píše banda špatných lidí a potom pár docela slušných, je nemožné se vyznat. Nejsme supermani, nemáme žádné super schopnosti, ale novinářina není něco, co může dělat každý. Je potřeba mít určité předpoklady a zkušenosti. Vím, že si řada lidí myslí, že by na to stačili, protože jsou chytřejší než my. A možná jsou chytřejší, vzdělanější a inteligentnější, ale nebudou umět s těmi informacemi pracovat tak, jako s nimi umíme pracovat my.“*

Jak se na Twitteru chovat?

S užíváním sociálních sítí platí pro novináře jistá etická i nevyřčená pravidla chování. Existují dva tábory, jedni tvrdí, že osobní věci na síti patří, druzí tvrdí, že by se měli novináři chovat dle etických kodexů médií, ve kterých pracují. S myšlenkou častého sdílení osobních a rodinných věci moc nesouhlasí zpravodaj veřejnoprávního média Andreas Papadopoulos: *„Twitter používám pouze jako pozvánku k televiznímu vysílání, případně jako upoutání k mé vlastní práci. Novináři, které tak kritizují, používají osobní věci k budování vlastního brandu, čemuž já rozumím a myslím si, že to je součástí chování novinářů na síti, ale je potřeba si na ten brand dávat pozor. Ta linie je tenká, chápu rizika a snažím se jich vyvarovat tím, že používám Twitter úplně shodně dle zásad, které uplatňuji ve vysílání. Dodržuji kodex České*

televize a jakousi dohodu se společností o tom, jaká je náplň novinářské profese. “ Skeptický postoj má také Josef Pazderka, který je nově šéfredaktorem Českého rozhlasu Plus, tedy rovněž jako Papadopoulos, zaměstnancem veřejnoprávního média. „*Sociální sítě už svoji konstrukcí algoritmu svádějí ke konfliktům. Celý ten systém, který je mimochodem velmi neprůhledný, přirozeně generuje konflikty. Já jsem se vždycky snažil oddělovat tu pracovní a osobní rovinu. Spíš skrze svoji osobu prezentovat mou práci, poutat na ní a vlastně resignovat na osobnější posty a věci, které se týkají mého soukromí nebo soukromí mé rodiny. Bohužel si všímám, že mnoho kolegů ujíždí, pouští se do nekonečných válek, hádek, konfliktů, což je úplně zbytečné,*“ doplňuje Pazderka s tím, že by se podle něj měli novináři věnovat radši své práci než zbytečně trávit čas na sociálních sítích. Mírnější postoj k osobnějšímu chování novinářů na sítích má redaktor online deníku Aktuálně.cz, Martin Novák: „*Novinář by se neměl chovat vulgárně, útočit na lidi nebo se nechat strhnout k vulgární diskusi třeba s anonymem. Ale pokud pracuje v médiu, které nemá problém s tím, aby na svém účtu prezentoval svůj názor, tak v tom žádný problém nevidím. Jiná je situace u veřejnoprávních médií. Novinář takového média je placený z veřejných prostředků, takže jeho názory by měli být korigované.*“ K jedné ani druhé straně se nestaví další zaměstnanec veřejnoprávního média Jakub Szántó. „*Co se týče osobních věcí, tak jsem ve skupině lidí, kteří si dávají pozor na své soukromí, ale zbytečně to nepřeháním. Myslím si, že se dá ten obsah regulovat, a ne vše na tu síť patří, ale je to na každém. Pokud se člověk začne propagovat a postaví se doprostřed dění, tak je to jeho věc a je to součástí jeho image. Já si ale myslím, že to práce novináře není.*“

Na chování a uvědomění si toho, že i příspěvky běžných uživatelů mohou ovlivnit velké množství lidí jsem se ptala Romana Máci. „*Já nechci nikoho ovlivňovat ani přesvědčovat. Navíc přesvědčovat přesvědčené nemá nejmenší smysl. Pak je pár lidí v šedé zóně, kterým se snažíš podat trošičku jiné informace, než které se k nim dostanou ze strany dezolátů. Mým cílem je upozornit je na různé nesrovnalosti, které nedůvěryhodné skupiny sdílí,*“ odpovídá Máca. Podobně odpověděl také Jan Kofroň: „*Téma války je samo o sobě specifické a na Twitteru máte kolem sebe lidi s nějakým mentálním přednastavením, kteří jsou otevřeni určitému typu informací. Podle mě na Twitteru velmi omezeně ovlivňujete. Je velmi těžké, když na něco už existuje vyhraněný názor, nějakým způsobem s tím názorem pohnout. To, co můžete samozřejmě udělat je, že pomůžete někomu artikulovat jeho vlastní názor nebo mu pomůžete si ho ujasnit, pokud ho ještě nemá. Jakmile lidi začnou mít názor, tak už se ho nechtějí vzdát. Čím víc je propracovaný a žitý, tím těžší to je.*“ S Mácou a Kofroněm souhlasí

také Andrej Poleščuk, který se válce na Twitteru věnuje z výše dotazovaných nejvíce. „*U mě na sociálních sítích jsou lidé, které ta válka zajímá, a kteří jsou ochotni pomáhat. Ti, co ne, jsou většinou buď trollové, anebo je pro ně zkrátka ruská strana přijatelnější a takové lidé nemám zájem přesvědčovat vůbec o ničem.*“

Jakou hrozbu představuje Twitter?

Twitter se může zdát jako bezpečná platforma plná různorodého a zajímavého obsahu, i přesto zde hrozí jistá rizika. „*Ty sítě jsou nastavené tak, že neustále usilují o vaši pozornost všemi možnými způsoby, a když si potom uvědomíte, že někteří kolegové na tom tráví více času než na samotné práci, tak je to alarmující. Být kreativní na sítích je dobře, ale dávat jim větší důležitost a více času, než je nezbytně nutné, mi přijde kontraproduktivní,*“ konstatuje Josef Pazderka. Skeptický pohled má také Jan Kofroň: „*Na jednu stranu je hezké, že může na Twitter v zásadě přispět kdokoliv, ale obcházejí se tím gatekeepři v médiích, kteří mají zároveň pozitivní funkci. Může se stát, že budou některé mladší redakce vychýlené jedním směrem víc a lidem se to nebude líbit. Twitter a další platformy pak mohou poskytnout alternativu. Bohužel místo mírně vyvážené alternativy bude mít většina sociálních sítí tendenci amplifikovat naopak ty nejextrémnější protinázory.*“ S tím, že se na Twitteru objevují i příspěvky, s kterými nesouhlasíme, protože neodpovídají našemu přesvědčení, souhlasí Michal Kořan. „*Hrozbu Twitteru vidím ve strašném zjednodušení všeho a napomáhání polarizaci už tak dost rozštěpené společnosti. Pokud se mi ve feedu objevil někdo z jiného tábora, tak jsem jeho názor vnímal apriori negativně. Popravdě je to ale hodně dáno obecnými hodnotovými a politickými preferencemi.*“ Potencionální nebezpečí vidí Jakub Szántó v absenci regulace Twitteru: „*Podle mě by firma, která vyrostla v podstatě v monopol na určitou část komunikace měla být regulovaná. Tu společnost koupil člověk, který zaměňuje šíření hoaxů se svobodou slova, a to není dobře. Následně se pak šíří informace, které se pouze kryjí tím, že je to svoboda slova. V tomto ohledu je to neskutečně nebezpečné, protože je to neregulované a v rukou jednoho člověka, který, dle mého názoru, není normální.*“

Proč o válce informovat?

Dotazovaní novináři na své twitterové účty sdílejí ukázky ze svých reportáží, prezentují zde svou práci a sociální sítě berou jako součást své profese. Psaní článků či reportáží o Ukrajině patří do náplně jejich pracovního dne, sdílení těchto informací na Twitteru tvoří

pouze minimální část. I přesto se najdou odvětví, která s žurnalistikou nemají nic společného, ale věnují se válečné tematice či globální bezpečnosti. Jedním z nich je válečný analytik Jan Kofroň: „*Když tu máme válku, něco, čemu se člověk věnuje a ty války v naší blízkosti nejsou úplně tak časté, tak by bylo velmi divné, kdyby se k tomu člověk čas od času nevyjádřil. Je to rovněž předmět mého výzkumného zájmu. Takže si myslím, že v mnoha ohledech mám k tomu výrazně blíže než 2/3 novinářů.*“ Podobně je na tom také Michal Kořan: „*Výzkumně i pedagogicky jsem se v předchozím profesním životě odborně zajímal stredoevropskou a východoevropskou bezpečností. Zejména z hlediska integračních snah Ukrajiny a bezpečností oblastí. Když mě něco naštvě nebo mám pocit, že jsme někde vybádali něco zajímavého, tak to na Twitteru sdílím.*“

Vystupování na sítích a referování o válečné situaci na Ukrajině a jejich dopadech dělají běžní uživatelé z mnoha různých důvodů. Jedním z nich může být uklidnění široké veřejnosti. „*Když 24. 2. 2022 ruští okupanti obsadili areál jaderné elektrárny Černobyl, ihned jsme zaznamenali obavy lidí z opakování katastrofy z roku 1986. Snažili jsme se vysvětlit, že nic takového není možné. A ukázali jsme i zdroje on-line informací o radiální situaci na Ukrajině a v celé Evropě včetně Česka. Informace o radiální situaci tedy zůstává předmětem zájmu přinejmenším několika tisíc lidí, kteří na můj ranní tweet čekají. Soudím tak z jejich reakcí,*“ dodává jaderná vědkyně Dana Drábová s tím, že o válce všeobecně neinformuje. Pak jsou tací, kteří mají potřebu bojovat s nepravdivými informacemi a s překrucováním reality „*Když v roce 2014 začala válka na Ukrajině, začali se hojně objevovat různé proruské weby. V té době jsem byl zapojený do jedné z iniciativ Rady Evropy, kde jsem se seznámil s pár Ukrajinci a v roce 2015 s nimi odjel na Donbas. Navštívili jsem také Slovjansk, jedno z měst, kde válka v roce 2014 začínala a jednalo se o jednu z největších bitev. Lidé tam vedli celkem normální život a stopy války musel člověk hledat, ale na českých alternativních webech jsem četl, jak Slovjansk neexistuje a je srovnané se zemí. Když je pak člověk konfrontovaný realitou, má motivaci sdělit světu pravdu, potřebu vyvracet ruské dezinformace a nějakým způsobem proti tomu všemu bojovat,*“ vysvětluje Roman Máca, který si během svých cest po Ukrajině udělal mnoho přátel. A samozřejmě existují i profily, které mají k místu určitý vztah. „*Pro mě je to částečně osobní, protože Bělorusko je součástí války. Zároveň jsem nechtěl zůstat sedět, ani jít bojovat, protože nemám bojové zkušenosti. Takže tohle mi přišlo jako docela dobrá forma pomoci. Pokud člověk není úplný diletant, tak chápe, že ta válka není jenom o Ukrajině, ale o celém západě. Pokud my rezignujeme na pomoc Ukrajině, tak budeme za chvíli všichni ležet někde v*

zákopech Polsku nebo Estonsku,“ odpovídá Andrej Poleščuk, který je původem z Běloruska a na Ukrajině má blízké přátele.

S výše zmíněnými uživateli, kteří si na Twitteru vybudovali základnu sledujících, jsem se rovněž bavila o tom, zda v informování o dění ve světě budou i nadále pokračovat, nebo po skončení válečného konfliktu na Ukrajině sociální sítě opustí. *„Twitter pro mě zůstane nástrojem, jak rychle dostat potřebnou informaci mezi lidi. Budu se tedy snažit udržet sledovanost svého profilu zejména u novinářů. Za úspěch považuji, že se podařilo vybudovat i velmi slušnou sledovanost oficiálního účtu Státního úřadu pro jadernou bezpečnost (@SUJBofficial, cca 15 tisíc sledujících), to je místo, kde lidi aktuální informaci o radiační situaci najdou i kdybych nebyla k dispozici,*“ odpověděla Dana Drábová, která v dohledné budoucnosti nemá v plánu svůj ani firemní účet rušit. *„Na druhou stranu je těžké Twitter opustit, když jste tam byl posledních pár let aktivní. Podařilo se nám zviditelnění našeho ústavu a vybudování sítě. Tak by mi to bylo líto, ale to samé jsme udělali s Facebookem před volbami ve Spojených státech, kdy se choval velmi nehodnotově, a to se může stát i s Twitterem,*“ přemýšlí nahlas Michal Kořan, který si původně chtěl Twitter smazat, ale stejně jako paní Drábovou ho mrzí, že by přišel o nabytou sledovanost na firemním profilu. Odejít z této sociální sítě chtěl také Andrej Poleščuk: *„Můj původní záměr bylo odejít ze všech sociálních sítí úplně. V lednu 2022 jsem psal ještě o událostech v Kazachstánu, kde došlo k potlačení protestů a následně to začalo smrdět válkou. Tak jsem si říkal, že něco málo budu psát a pak ta válka opravdu přišla. Začal jsem psát o tom, co se momentálně děje a za týden tam najednou bylo 80 000 lidí a z toho už nešlo úplně vystoupit.“* S tím, že pokud jednou člověk začne o něčem psát, vybuduje si síť sledujících a bude cítit tlak, že je tu někdo, kdo na jeho tweety čeká, souzní i Roman Máca. *„Když se jednou vydáš na tuhle cestu, tak z ní jen tak neslezeš. Je to věčný boj za něco. Pro mě je důležité bojovat za principy, kterým věřím a následně je bránit. Protože, jak se říká: „Když usneme v demokracii, probudíme se v totalitě“.*“

Telegram

Kromě Twitteru se hodně informací k válce na Ukrajině objevuje také na další a kontroverzní sociální síti. Komunikační síť Telegram, která je specifická zejména pro východní a střední Evropu, nepodléhá cenzuře a je využívána jak ukrajinskou, tak ruskou vládou. *„Vždycky to byl jeden ze zdrojů. Už v době arménsko-ázerbájdžánské války před dvěma lety, se tam daly najít oficiální seznamy ztrát. Na Twitteru je dost účtů, které replikují*

obsah z Telegramu. Nemám velkou chuť tam zbytečně chodit. Objevují se tam hnusné věci a spousty dezinformací. Je nutné ten obsah hodně filtrovat a dávat si pozor na různé interpretace. Telegram by se měl brát opatrně a člověk by neměl věřit všemu, co se tam píše, ale to platí na všechny sociální sítě,“ komentuje Jan Kofroň. Podobně se k Telegramu staví novinář Jakub Szántó: *„Je to zdroj a je divoký. Je to kanál, kterým teče všechno, jak dobré informace, tak informace, které těmito sítěmi tečou normálně. Je potřeba s tím umět pracovat.“* Mírnější názor má Andrej Poleščuk, jehož výhodou je znalost jazyka a Telegram považuje za jeden ze zdrojů informací o Ukrajině. *„Záleží na tom, s jakým typem informací pracujete. Pokud to nejsou morbidní věci, tak je Telegram super věc, byť tam samozřejmě vyskakují bezpečnostní otazníky. Člověk k té sociální síti musí přistupovat s obrovskou rezervou,*“ dodává. Podobně na Telegram nahlíží Roman Máca: *„Během války se dá Telegram v Rusku považovat za jediný zdroj informací, kde se dá sehnat také něco jiného než v propagandistických ruských médiích řízených Kremlem. Všechno ostatní bylo v Rusko vypnuto – Twitter, Facebook, Instagram i nezávislá média a zbylo jen vládou kontrolované V kontakte. Samozřejmě i na Telegramu jede ruská propaganda. Svůj účet tam má i ruský podnikatel Dmitrij Medveděv, takže Telegram nezakázali i z tohoto důvodu.“*

4.3.2 Práce s informacemi a se zdroji

V žurnalistice existuje mnoho druhů zdrojů, ať už primární či sekundární, ověřené či neověřené, anonymní či oficiální a nechybí mezi nimi ani zdroje ze sociálních sítí, které v poslední době zažily boom. S odkazy na twitterové příspěvky pravidelně pracuje například online portál Českého rozhlasu iRozhlas. A právě Twitter hrál v počátku války na Ukrajině podstatnou roli. Informace z válečného prostředí se objevovaly na sítích během několika sekund a novináři na ně často reagovali právě ze svých osobních účtů na Twitteru. To ale neznamená, že ho rovněž považovali za jediný zdroj informací. *„Každý novinář má vlastní zdroje, kterým věří. Pro mě to je agentura Reuters, která by nepustila ven něco, co není potvrzené. Velmi slušný zdroj je také americký The Wall Street Journal a v zásadě i BBC. Mimo to jsem také čerpal z ukrajinských webů, protože umím rusky a trochu ukrajinsky,*“ uvádí redaktor online deníku Aktuálně.cz Martin Novák. Na světové tiskové agentury a zahraniční média se rovněž spoléhá také zakladatel výzkumného institutu GARI Michal Kořan: *„Mám šest pravidelných zdrojů, které obecně sleduji, a v případě války na Ukrajině jsem čerpal z agentur jako Bloomberg a Reuters. Abych získal odlišný pohled, četl jsem Financial Times, Journal, Politicon a další klasiky. Začal jsem také sledovat stránky*

národních ministerstev obrany, které jsem dřív nesledoval. Příspěvky, které vycházeli za náš institut, byly založené na velkých datových analýzách, kde hlavními zdroji byly Eurostat, IMF, OECD a mnoho dalších.“

Z cizích, ne tak známých, zato důležitých zdrojů čerpá také jaderná vědkyně Dana Drábová, která na Twitteru informovala o radiační situaci na Ukrajině. *„Informace o stavu jaderných elektráren na Ukrajině získáváme od ukrajinských kolegů, Mezinárodní atomové agentury ve Vídni a z on-line monitorování. Snažím se poskytovat fakta o radiační situaci, která snad přispívají k částečnému uklidnění řady lidí. Aby to nebyla každé ráno jen suchá, prakticky holá věta, doplňuji ji něčím, co mě zaujalo ve zpravodajství profesionálních novinářů či v jejich komentářích.“* dodává Drábová. Informace si vyhledáváme i na základě toho, co přesně nás zajímá. Pokud to jsou nejnovější aktuality, čteme zpravodajství, pokud vyhledáváme válečnou techniku, zaměříme se na databáze zničené techniky či vojenské analýzy. Na druhou stranu i zde musíme být opatrní. *„Seznamy zničené techniky nikdy nebudou stoprocentně kompletní a můžeme si klást otázku, jestli je stejná přesnost pokrytí ztrát Rusů a Ukrajinců. Od začátku tu bylo jedno nepsané pravidlo, a to že se úplně nemotáme do toho, jak velké ztráty Ukrajinci mají,“* upozorňuje válečný analytik Jan Kofroň.

Zatímco někteří novináři a běžní uživatelé čerpají z odborných a světově uznávaných zdrojů, tak se v obou skupinách najdou tací, kteří spoléhají sami na sebe a vlastní kontakty. *„Jako každý slušný novinář mám na místě své zdroje. Jsou ukrajinská média, kterým důvěřuji více a kterým méně. To je ale součástí každého informování o válce,“* odpovídá na otázku ohledně zdrojů Jakub Szántó. *„Většinu věcí jsem psal na základě toho, co jsem sám viděl nebo slyšel, když jsem s někým mluvil. Byly to moje informace a materiály na základě mého novinářského svědectví z toho místa. Když píšu články a analýzy ohledně vývoje bojů, snažím se kromě klasické rešerše ještě mluvit s lidmi, kteří mají odbornou expertizu či znalost,“* říká zástupce šéfredaktora Respektu Ondřej Kundra. Podle Josefa Pazderky, šéfredaktora Českého rozhlasu Plus, je důležité si terén dopředu zmapovat a pořádně se připravit. Práce novináře neobnáší pouze přebírání informací z internetových zdrojů, ale také komunikace s lidmi, na základě které vytvoříte kvalitní reportáž: *„Než vyjedete do té oblasti, voláte si s kolegy. Snažíte se jim psát po messengeru, emailu, kdekoliv zjišťovat a propojovat se. A když pak v terénu natáčíte reportáž, snažíte se být neustále kontaktní, mluvit s řidičem, taxikářem, náhodnými lidmi, kteří s vámi cestují vlakem nebo autem. Hlavně mluvit s lidmi, kdekoliv je potkáte, protože to vám dává korektiv toho, co sice třeba vidíte někde na webu,*

ale ve skutečnosti to může být úplně jinak.“ Na osobních kontaktech si zakládá i Roman Máca. Přiznává, že čerpá také z Twitteru a českých médiích, i přesto majorita informací proudí od lidí, které zná osobně: *„Z mé vlastní zkušenosti vím, že největším zdrojem informací na Ukrajině byla paní prodavačka v kiosku na autobusovém nádraží, ta věděla všechno.*“ Takzvané občanské novináře využíval během válek rovněž Jakub Szántó. *„Místní zdroje byly vždy. Ať už v podobě novinářů nebo nadšených amatérů. Byli to taxikáři, barmani či poštáři, kteří byli na místě a byli schopní poskytnout informace. Vše se tehdy řešilo po telefonu. Dneska je internet a ta komunikace je o něco jednodušší. Nejsou to profesionální novináři a je potřeba to tak brát,*“ dodává Szántó s tím, že právě občanští žurnalisté poskytnou novinářům očitá svědectví z místa, kde nikdo jiný v tu danou chvíli není. Stejně tak je velice důležité si tyto informace následně ověřit.

Kromě Twitteru, tiskových agentur, mezinárodních mediálních domů a osobních kontaktů je mezi novináři a běžnými uživateli za zdroj využíván také Telegram. *„Relativně dobré zdroje jsou některé ruské telegramové účty, byť v posledním půlroce ruská vláda hodně omezuje, co se může psát. V průběhu léta se tam vyskytovaly překvapivě zajímavé úvahy nebo myšlenky, dneska už tolik ne. Je nutné být opatrný, něco zajímavého se tam samozřejmě dozvíte,*“ uvádí vojenský analytik Jan Kofroň. Z Telegramu čerpá také Andrej Poleščuk, jehož výhodou je znalost ukrajinského a ruského jazyka. *„Hodně informací mám nejen od kluků z fronty, ale i z Telegramu. Sleduji tam ukrajinského novináře Caplienka, lidé z vojenských a civilních administrativ a ukrajinské Ministerstvo obrany. Zároveň se neomezují pouze na ukrajinské zdroje, sleduji i ty ruské. Nebudete tomu věřit, ale oni umí velmi dobře psát. Člověk tam narazí na zajímavou analytickou práci. Lidé, kteří tam píšou, jsou velmi chytrí, byť stojí na druhé straně,*“ dodává Poleščuk.

S přejímáním informací z různých zdrojů souvisí obezřetnost. Každý novinář i běžný uživatel by si měl dát pozor na to, z jakých účtů informace přebírá. Ne vše, co se tváří věrohodně, nabízí ověřené informace. V čerpání informací ze sociálních sítí vidí nevýhodu také zpravodaj České televize Andreas Papadopoulos. Podle něj hrozí, že novináři budou do svých reportáží a článků přejímat informace ze zdrojů, které nejsou důkladně ověřené. *„Účet televize Nexta velmi pravidelně postoval na Twitter a Facebook zavádějící informace, které buď byly nepravdivé, nebo vytržené z kontextu. Stejně tak účet Visegrádu 24, který je operovaný v angličtině a prokazatelně napojený na špičky polské konzervativní vlády. A právě tento twitterový účet je v Česku hojně sdílený novináři a brán za ověřený zdroj, protože se tak tváří,*“ upozorňuje Papadopoulos. Být opatrný, z jakých zdrojů čerpáme a jaké

informace následně použijeme, upozorňuje i jeho kolega Jakub Szántó: *„Tenhle válečný konflikt má dvě strany, jedna strana je agresor a je prolhaná a není možné nikdy věřit těm oficiálním, zveřejňovaným zdrojům informací. Na druhé straně stojí ukrajinské zdroje, které si v rámci své bílé propagandy snaží udržet image, a především tak dodávat víru svému vojenskému personálu či veřejnosti. Ukrajina nyní prochází největší zkouškou od druhé světové války a některá zveřejňovaná čísla, jako jsou ruské ztráty, jsou dle odborníků nadnesená. Novinář se v těch informacích musí umět vyznat.“* Internetové zdroje nejsou jediným problémem, které by mohly vést k mystifikaci čtenářů. Roli může hrát rovněž situace, ve které se novinář nachází. Zejména válečné prostředí, zkušenost s válkou a tlak na psychiku mohou ovlivnit výslednou práci novináře. *„Jako novinář se můžete dostat do úseku, kde se vedou těžké boje, ale o 10 km dál bude klid. To platí i opačně. Dostanete se do kontaktu s vojáky, kteří mají šílenou depresi a už se jim nechce bojovat. Vy ale nevíte, jak dlouho je ten prapor na frontě. O desítky kilometrů dál najdete prapor úplně v pohodě, který vám bude tvrdit, že se teprve připravuje na ofenzívu. Novináři vidí jenom výsek událostí, ale není to jejich vina. Pak je těžké si vytvořit názor, který bude reprezentativní,“* konstatuje Jan Kofroň.

4.3.3 Dezinformace

S informacemi souvisí také dezinformace, kterých se od začátku války na Ukrajině objevovalo mnoho. Šířily se nejen díky dezinformátorům a dezinformačním webům, ale také díky rychlosti internetu a sociálním sítím. Nejnovější informace se na Twitteru ukazovaly během několika vteřin a rychlost v jejich ověření často pokulhávala. Každý běžný uživatel i novinář si proto musí dát pozor, z jakého zdroje čerpá a komu může důvěřovat. *„Pro spousta lidí a novinářů může být Twitter dobrý zdroj informací, problém je samozřejmě s jejich ověřováním. Ale je to válka, tam nevěříte ničemu,“* komentuje Andrej Poleščuk situaci kolem dezinformací. Podobně to vidí také novinář Josef Pazderka: *„Sociální sítě mají obrovskou chytlavost díky tomu, že co je tam napsáno, tak se vždy tváří hrozně věrohodně a lidé na to většinou skočí strašně rychle. Kdokoliv z médií ví, že právě tyhle nejchytlavější zprávy jsou zpravidla nějak posunuté, a proto je potřeba být zdrženlivý. Je potřeba vždy hledat potvrzení v dalších věrohodných zdrojích.“* Zajímavý pohled na dezinformace přináší i Michal Kořan: *„Kde je rovnice a nějaká hranice mezi informací a lží? Je to něco, s čím se bude naše společnost ještě dlouho vypořádávat. Máme tu lidi, kteří tvrdí, že nic jako dezinformace není, buď je to informace, anebo lživá informace. Což je vcelku taky relevantní názor.“*

Podle zástupce šéfredaktora Respektu Ondřeje Kundry chodí dezinformace o Ukrajině ve vlnách. „Už před lety byla Ukrajina v západních médiích líčena jako rozvrácený, nefungující, zkorumpovaný a neschopný stát, což bylo výsledkem ruské dezinformační kampaně. Do západních médií se dostávaly zprávy o Ukrajině s cílem vylicít ji jako totálně neschopnou zemi, které nemá cenu pomáhat. Někdy jsou dezinformace intenzivnější, někdy zas mň a samozřejmě to má občas reálný základ,“ dodává s tím, že se podle něj objevila v poslední době další taková vlna, kdy se v západních médiích objevují informace o úplně vysílené ukrajinské armádě, které už nemá cenu pomáhat. Na tom, že jsou dezinformace a pokroucené informace hojně spojované zejména s Ruskem, se shodne i s vojenským analytikem Janem Kofroněm. Nejvíce dezinformací se logicky objevuje kolem aktuálního dění, kde se pravost informací narychlo ověřuje velmi těžce. „U ruských serióznějších účtů se často děje, že je problém v interpretaci. Často používají slovíčko průlom, ale vojenský průlom má velmi specifický význam. Průlom neznamená, že jste se dostal přes jedno pole do vesnice, ale aby to byl průlom, musela by se tahle akce zopakovat minimálně šestkrát. Občas se taky stane, že nesedí obce, ale to je spíš problém novinářů, kteří musí rychle reagovat, ne můj,“ vysvětluje Kofroň.

Ověřování informací

Jak už bylo výše zmíněno, při přebírání informací ze sociálních sítí by neměli být opatrní jen novináři, ale i běžní uživatelé sociálních sítí. „Za prvé máme informace takzvaně editované, to znamená, že už prošly nějakým sítem. Jsou to informace, které nabízejí tradiční média s vlastními editoriaálními postupy. Za druhé, pokud se dívám na sociální síť nebo obecně na internet, tak si musím být plně vědom, že se jedná o nefiltrované informace, které neprošly žádným editorským sítem. To, že se něco tváří poměrně věrohodně, může být ve skutečnosti past a snaha dezinformovat,“ konstatuje novinář Josef Pazderka. Dezinformace na sítích dělají starosti i dalšímu českému novinářovi. „Obávám se, že novináři budou na sociálních sítích brát hodně sledované účty jako jeden zdroj a neověřovat. Co se týče běžných konzumentů, tam vidím podobné riziko. Nejvíce v tom, že zamění tyto zdroje za zdroje žurnalistické a ověřené a nabydou dojmu, že nemusí čerpat přímo od novinářů,“ uvádí Andrea Papadopulos.

Tradiční postup ověřování zdrojů z minimálně dvou důvěryhodných zdrojů uplatňují všichni dotazovaní novináři. „Na ověřování informací se nic nemění. Tohle staré pravidlo, kdy se novinářina dělala s papírem a tužkou, je v zásadě stále platné, jen k tomu přibýly ty

ostatní věci. Může se samozřejmě stát, že máte informaci z hodnověrného zdroje a pak je potřeba ho citovat, pokud tu informaci nemůžete ověřit. Jediné, co se změnilo, je rychlost informací a zmnohonásobil se počet zdrojů, ale práce s informacemi se nemění,“ konstatuje Jakub Szántó a dodává, že existuje pouze mylná představa mladých novinářů, že internet tyto tradiční postupy změnil. I z řad běžných uživatelů jsou postupy při ověřování informací velmi podobné. „Po roční zkušenosti už vím, komu můžu věřit, kdo je pochybný profil a kdo relevantní. Člověk samozřejmě hledá další informace a ty se snaží nějakým způsobem potvrdit i z jiného zdroje,“ dodává Andrej Poleščuk. Se zdroji a ověřováním informací je opatrná rovněž jaderná vědkyně. „Snažím se vybírat ze zpravodajství médií, která jsou známa pečlivým ověřováním informací. Je však třeba mít stále na paměti, že informace a dezinformace jsou ve válce jednou z účinných zbraní, používají je obě strany a je třeba k nim vždy přistupovat s rezervou,“ doplňuje Dana Drábová. „Nikdy jsem se úplně nestaral o zprávy typu "sestřelili stíhačku" nebo "támhle dopadla bomba", kde je riziko špatné interpretace a vysloveně nepravdivé informace, mnohem větší. Já sleduji strategičtější typy informací, například obchodní – kolik je kde ucpaných průlivů, kde jsou zaparkované tankery, jaká je cena obilí kvůli konfliktu atd. V tomhle prostor pro chybu není tak velký, sice i v datech může být chyba, ale to už nikdy nedohledáte,“ popisuje svůj pohled na věc Michal Kořan.

Velkou roli rovněž hraje znalost prostředí, historický kontext a všeobecný přehled o dění na Ukrajině, které mohou pomoci s detekcí dezinformací. „Je to o citu, když někde vidím zprávu, která vypadá hodně nepravděpodobně, nechám ji být a počkám, jak se situace vyvine. Například na podzim během ukrajinské protiofenzívy se Ukrajincům podařilo dobýt oblast pod Charkovem. Hned na to se začali šířit zprávy, že jdou Ukrajinci dál a nachází se před doněckým letištěm. Bylo mi hned jasné, že je taková situace nepravděpodobná, protože to letiště bylo zaminované a jednalo se o ruskou pevnost. Takže jsem tuhle zprávu v podstatě ignoroval a záhy se pravda ukázala,“ dává příklad Martin Novák z Aktuálně.cz. Velmi podobně nad informacemi přemýšlí vojenský analytik Jan Kofroň: „Rusové rádi zveličují. Když tvrdí, že mají v Bachmutu šest brigád, tak mě jako vojenskému analytikovi dojde, že to není možné. Existují předpisy, které vám říkají, jak širokou frontovou linii má držet prapor o 500 lidech. Jeden prapor by měl kolem pěti kilometrů, takže když si to spočítáte, dojde vám, že tam můžou mít maximálně jednu až dvě brigády. Šest praporů tam prostě nebude a já vím, že se tomuhle nemusím věnovat, natož to komentovat,“ dodává s tím, že když se nad tím člověk alespoň trochu zamyslí, dojde mu, že to pravda být nemůže. Na to, jak se situace

vyvine ohledně horkých informací, si raději počká Michal Kořan: „Dvě zprávy, které se mi hned od počátku nezdály a radši jsem se k nim nevyjadřoval, byl výbuch podmořského plynovodu Nord Stream a dopad rakety v Polsku.“ Podobně to vnímá také Roman Máca: „Samozřejmě si informace vždy ověřuji, a pokud narazím na něco, co se mi nezdá, tak radši vyčkám a nezveřejním to hned. To byl případ ruské rakety, která doletěla do Polska a zabila dva lidi. Někteří se toho chytli a začali hlásat, že Rusko napadlo Polsko a dožadovali se Článku 5. Já jsem v tomhle ohledu zdrženlivější a radši počkám, jak se to vyvrbí. Radši se zaměřuji na věci, které jsou nezpochybnitelné.“ Často záleží i na typu informací. „Máte vojenské věci, s kterými přijde člověk do styku jako s informacemi neveřejnými. Ty je lepší vůbec nevypouštět, dokud je nevypustí sami oficiální zdroje. Takže já vím, co se děje na frontě, ale nepišu o tom. Nechci svým profilem způsobit škodu, ale naopak užitek,“ tvrdí Andrej Poleščuk s tím, že někdy je lepší nepsat hned, nebo nepsat vůbec.

I přes velkou opatrnost se může občas stát, že média nebo běžný uživatel vypustí na síť či web špatně ověřenou informaci. „Párkrát se nám stalo, že jsme v titulku trošku ujeli a zveřejnili nějakou informaci předčasně. Snažíme se těmhle chybám vyvarovat a mezi kolegy si navzájem pomáhat. Takže pokud u někoho vidím informaci, která se mi nezdá, tak se dotyčného radši ještě zeptám, zda to pořádně ověřil a nebude třeba lepší tu větu dočasně smazat,“ říká novinář Martin Novák. Se sdílením mylné informace má zkušenosti také Roman Máca: „Stalo se mi jednou, že jsem jedné dezinformaci uvěřil a vypustil ji ven. Snažím se tomu předejít zdrženlivostí, takže když si o tom nejsem stoprocentně jistý, tak to ven nedám, anebo počkám. Před lety takhle přišla zpráva, že ruský opoziční novinář Arkadij Babčenko byl zavražděn v Kyjevě. Celý svět tomu věřil, včetně mě, protože se společně s informací objevily také fotky, kde ležel v kaluži krve. Nakonec vyšlo najevo, že šlo o operaci ukrajinských tajných služeb a Babčenko žije.“ Špatně ověřené či neověřené informace v začátcích války nasdílel stejně tak Andrej Poleščuk: „Nemám pak problém napsat, že to byl fake, že se to ukázalo jako nepravdivé a omluvit se za to. Naštěstí se to nestávalo moc často, v poslední době snad ani jednou.“

Dezinformátoři na internetu

Častými dezinformátoři na českých sítích jsou podle Andree Papadopulose vojenští analytici: „V českém prostředí rozdmýchávají zvláštní představy o ukrajinské armádě. Podle mě jsou negativním jevem, vzbuzují větší očekávání ze strany společnosti, než si celá situace zasluhuje. V mých očích dělají z války počítačovou hru a chybí jim zkušenost z terénu.“

S Papadopulosem souhlasí také válečný zpravodaj Jakub Szántó. *“Problém všech těch samozvaných odborníků je ten, že si to představují jak Hurvínek válku. Reportáž od našeho skvělého reportéra Andrese Papadopulose, který je na místě a na polním převazišti natočí utrpení chlapa, kterému to zrovna urvalo ruku, tak takhle prosím vypadá opravdová válka. Válka je hnusná, špinavá, krutá, bolí, smrdí, je v ní horko a je v ní zima. Umírají tam lidé a není to o tom, který tank dostřelí dál ani o srovnávání, o tom jsou počítačový hry,”* komentuje Szántó a dodává, že se to netýká jen nadšených amatérů, ale i amatérských válečných zpravodajů, kteří ve válce nikdy nebyli a komentují ji z pohodlí redakcí v Praze. Mnoho dezinformací má podle novináře Ondřeje Kundry vyšší cíl: *„Zdroje informací můžou mít různé zájmy, například politické. Takže se pak mohou objevovat zprávy, které mají pohnout veřejným míněním a přes něj vytvořit tlak na západní politiky, aby Ukrajině přestali pomáhat.“* Dalším velkým problémem Twitteru jsou tací uživatelé, kteří tvrdí, že žádné dezinformace neexistují. *„Na sítích se objevují názory dezinformátorů, že pravda je někde na půl, a tak bychom ji měli vnímat. To bychom stejně tak mohli tvrdit, že na Pearl Harbour zaútočili Američané, Lidice vypálili Češi a při obléhání Leningradu hráli mrtvé na ulici herci, jak to teď o Ukrajincích tvrdí sami Rusové,”* vyjadřuje se k těmto pochybným účtům Roman Máca.

Dalším velkým producentem dezinformací během války na Ukrajině je Rusko a někdy i sama Ukrajina. Skeptický pohled na informace proudící z východů má i mnoho novinářů a běžných uživatelů, kteří ukrajinskou i ruskou národu zažili na vlastní kůži. *„Pracoval jsem čtyři roky v Rusku jako novinář, pobýval jsem tam poměrně dlouho a pracoval jsem dlouho i na Ukrajině, takže vím, že ten postsovětský prostor nemá vůbec z hlediska novinářiny nastavené základní principy ověřování informací. Ta míra sdílení dezinformací, posunutých informací v případě konfliktů, neštěstí výbuchu, počtu obětí je na těch webech, které se tváří relativně věrohodně, veliká,”* sdílí svou zkušenost novinář Josef Pazderka. Velmi podobný náhled má na ruské i ukrajinské „informace“ rovněž vojenský analytik Jan Kofroň: *„Když Rusové přicházejí o území a v kanálu na Telegramu přiznají, že něco ztratili, tak vy máte docela velkou jistotu, že to tak bude. Ale nefunguje to naopak při získávání území. Pokud chybí vizuální prvek, tak se tomu nedá úplně věřit, protože doufají, že se to dozví vojáci na frontě, rozproudí se panika a boj bude snazší. To samé platí v zásadě i pro Ukrajince. I oni čas od času zveřejní přibarvené zprávy, např. že vztyčili vlajku a překročili Dněpr. Dněpr překročilo šest lidí na dvou malých člunech, zakotvili na neobývaném ostrově, vytáhli vlajku a rychle ujeli zpátky,”* dává příklad Kofroň s tím, že tuto informaci pak přeberou naše média

a vydávají ji s titulkem „*Ukrajincům se podařilo zahájit ofenzívu přes Dněpr*“. Kromě přibarvování zpráv velmi často Rusové manipulují s fotkami a videi, které mohou při krátké nepozornosti zmást kohokoliv. „*Upravené fotografie jsou součástí každé propagandy. Rusové například vzali fotku z nějakého válečného filmu, uprostřed trosek posadili brečící holčičku a vydávali to se slovy, jak ukrajinští fašisti vraždí děti. Zrovna u nich je to velmi častý jev,*“ konstatuje Roman Máca, který se profesně zaměřuje na boj proti dezinformacím.

Jak bojovat proti dezinformacím?

Proti dezinformacím jde jen stěží bojovat. Existují různé online portály, které se snaží dezinformace ověřovat a vyvracet je. Úplně je vymýt se asi nikdy nepodaří, i přesto se můžeme ve společnosti pokusit o osvětu a zapracovat na mediální gramotnosti. „*Máme tu iniciativy, které berou novináře mezi starší i mladší publikum a snaží se vysvětlovat fenomén dezinformací a fungování kritického myšlení na sociálních sítí a internetu. Hlavně pro seniory je to obrovské téma, protože vletěli do světa, který vůbec neznají, nemají ty základní návyky a potom se těžce orientují v tom, co je pravda nebo ověřitelná skutečnost, které se dá věřit, a co se naopak jimi snaží manipulovat,*“ dodává Josef Pazderka, s kterým souhlasí i další český novinář Ondřej Kundra: „*V českém prostředí máte různé platformy, kde se vyvracejí dezinformace. Změna může zároveň nastat už ve školství. Byl bych daleko víc rád, kdyby se moje děti ve škole učily základy ústavy, fungování státu, kritickou debatu, ale i to, jak poznat dezinformace. Záleží také na ochotě jednotlivých učitelů se s nimi o tom bavit.*“ Na tom, že by se měla mediální gramotnost zavést do školních osnov, se shoduje i Pazderka: „*Myslím si, že by to mělo patřit do základů společenských věd, kde by studenty informovali o základech kritického myšlení, ať už se to týká finanční gramotnosti nebo právě gramotnosti na sociálních sítí, internetu a vyhledávání informací. Kdokoliv má účet na Twitteru a na Facebooku, tak je v přeneseném slova smyslu de facto novinář. Je editorem a měl by se cítit zodpovědný za obsah, který posílá dál a sdílí na svém účtu.*“ Velmi podobně to vidí rovněž Michal Kořan: „*Twitter a jiné platformy zásadně mění společenské předitivo, s čímž v žádném případě ještě neumíme pracovat. Člověk by měl mít základní informační hygienu a zkušenosti, pokud chce do toho prostoru vstoupit,*“ a doplňuje, že Twitter potencionálně považuje za velkou hrozbu už teď. „*Podle mě je třeba trpělivě předkládat a vysvětlovat fakta, většina lidí je schopna si udělat vlastní názor. Někaké zákazy a omezení nemají dlouhodobou šanci na úspěch. Jako jsme se v minulosti naučili žít s novinami, rozhlasem a televizí, naučíme se žít i se sociálními sítěmi,*“ doplňuje debatu Dana Drábová.

4.3.4 Budoucnost žurnalistiky

S představiteli novinářů a běžných uživatelů jsem se bavila o budoucnosti nejen žurnalistiky samotné, ale také z hlediska konkurence, která na sociálních sítích je. Běžní uživatelé neboli influenceři jsou z pravidla na sítích mnohem úspěšnější než novináři samotní. Jejich profily sledují desítky až statisíce sledujících a svými příspěvky mohou ovlivnit velké množství lidí. Novináři vidí problém zejména v tom, že běžní uživatelé nemají zkušenosti s ověřováním informací a rozpoznáním dezinformací, tím pádem mohou převzít mylnou informaci a vypustit ji mezi své sledující. „*Tihle lidé velmi často nemají, alespoň většina z nich, základy postupů editoriaální práce. Mohou vypustit informace, které nejsou schopni prověřit a velmi často je vykládají komentativně nebo z nich vybírají pouze některé části, které by normálně editor nepustil dál. To, že to ti lidé dělají je jedna věc, ale druhá věc je, že jejich příspěvky čím dál více příjemců vnímá jako totožné s publikacemi seriózních médiích, které se na tom nadřela a musí si ty informace ověřovat,*“ komentuje Josef Pazderka. Na otázku, zda má Martin Novák pocit, že ho běžní uživatelé pracovně ohrožují odpověděl: „*Asi jak kteří. Jsou to většinou lidé, kteří si přejí vítězství Ukrajiny, nebo naopak taci, kteří hltají ruskou propagandu a hrnou to na sítě. Je třeba rozlišovat mezi jednotlivci a nebrat to všeobecně.*“ Mírnější pohled má celou situaci Ondřej Kundra. „*Nenazýval bych to tak, že mě ohrožují, ale samozřejmě na sebe mohou strhnout větší pozornost. Zároveň platí, že někteří se tomu věnují poctivě a mají o té situaci celkem dost načteno,*“ dodává s tím, že pár z nich má i velmi dobře propracované analýzy. Velmi podobný a mírný názor má na běžné uživatele či občanské novináře Jakub Szántó, podle něhož žádnou hrozbou nejsou. „*Když se objevilo rádio, všichni mediím prorokovali konec tisku. Poté se objevila televize a všichni prorokovali konec tisku i rozhlasu. Nakonec se objevil internet a všichni tvrdili, že skončí televize, rádia i noviny, které však nezmizely. Pouze se ty komunikační kanály rozšiřují. Redakce se rozšiřuje, ale práce novináře zůstává stále stejná. Jsou tu nové způsoby šíření informací. Občanští novináři jsou velmi užiteční lidé a mnohdy jsou hodnověrnými zdroji, jako například Tomáš Dvořák, který to dělá velmi dobře. Z lidí jako on vyrostl Bellingcat a jsou skvělým doplněním a důležitým zdrojem i pro novináře.*“

Stírání rozdílu mezi novinářským obsahem a obsahem produkovaným běžnými uživateli na sítích vnímá Josef Pazderka: „*Lidé mají tendenci směšovat internetové zdroje všeho druhu s tradičními médii, a to je potom samozřejmě pro novinářinu jako celek nebezpečné. Jako novináři musíme být schopni vysvětlit, proč není možné věřit postu na Facebooku nebo tweetu na Twitteru nějakého blogera, stejně jako článku na webu Českého rozhlasu a České*

televize. *A pokud nebudeme schopni vysvětlit základy své profese a čím se odlišujeme od celé blogosféry a toho všeho, tak jako profese můžeme zahynout.*“ Podobně to vidí rovněž Andreas Papadopoulos: *„Pokud novinář informuje na sociálních sítích kvalitně, v zásadě s novinářskou etikou a s respektem ke kodexům, tak to bude vždy vypadat jinak než to, co tam dá někdo z poučené veřejnosti. Když se podíváte na účty poučených laiků, tak jde o informace, které jsou lidem předávány už citově zabarvené. Jsou to informace, které velmi často hledí jen na jednu stranu konfliktu.“*

Zda mají podobný pocit i běžní uživatelé, že svým chováním mohou ohrozit budoucnost žurnalistiky, či dokonce novinářům přebrat práci jsem se ptala všech dotazovaných. Všichni se shodli na tom, že kvalitní novinářinu nikdo z nich nahradit nemůže a už vůbec není jejich úmyslem připravit novináře o práci. *„Podle mě tam funguje nějaká symbióza. Dost věcí, které někde vypátrám a vím, že jsou ve veřejném zájmu, tak se o ně podělím s novináři. Mým hlavním cílem je, aby se to téma celospolečensky řešilo. Některé informace dám na Twitter a v médiích se objeví s dodatkem: "Upozornil na svém twitterovém účtu Roman Máca", ale pak jsou obsáhlejší věci, které je lepší, aby zpracoval zkušený novinář. Z mé strany to rozhodně není konkurenční. Nejde mi o peníze ani o slávu, rád někdy svou práci přenechám zkušenějším,“* tvrdí Roman Máca. Podobně to vidí také Andrej Poleščuk: *„Já naopak beru Twitter jako doplnění a ne konkurenci, protože nikdo z nás není schopen psát velké analýzy. To je práce novinářů, aby ty informace dávali do kontextu a ucelené formy.“* Jiného názoru není ani jaderná vědkyně Dana Drábová. *„Zpravodajství, kromě informace o radiační situaci, se ani nesnažím poskytovat. Naopak, spoléhám na novináře, že si u nich tu úvodní větu nebo odstavec do svého příspěvku najdu.“*

Jakub Szántó doporučuje běžným uživatelům, kteří chtějí o válce a jiných konfliktech referovat, aby v první řadě vnímali, že se jedná o společenskou tragédii a nenechali se zmást technickými líbivými informacemi. Ty na jednu stranu jsou důležité, ale nikdy by se nemělo zapomínat na oběti válečných konfliktů. *„Co je klíčové z mého pohledu, je uvědomění, že ta válka má více narrativů. V zásadě jsou dva základní. Jeden je těch lídrů, generálů, politiků a politiků, kteří o dění rozhodují. Druhý patří těm, na které ta rozhodnutí dopadají. Oba póly tam musí být. Je tendence dělat jenom ten horní. Není to dobře. Jako mladý jsem to dělal také a je to arogantní a necitlivé. Podstatné jsou oba a na to musíme myslet. Vyváženost, lidský pohled, jak ten král, tak ten pěšák. Obojí tam musí být.“*

Měla by média spolupracovat s běžnými uživateli/influencery/blogery?

V zahraničí i u nás některá média využila sílu influencerů a částečně je zaměstnala ve svých redakcích. Důvodem většinou bývá, že mohou přinést jiný pohled na věc a zaujmout novou část publika. Podobně jako u vyjadřování novinářů na sítích, i zde máme dva odlišné tábory. Jedni se spolupráci s běžnými uživateli, potažmo blogery, nebrání, jiní mají pocit, že by se takto odlišné skupiny vůbec spojovat neměly. Spolupráci využil například zástupce šéfredaktora Respektu Ondřej Kundra, když vyjel s Johanou Bázlerovou, která spravuje Instagramový profil Jsem v obraze, na Ukrajinu. *„Byli jsme s ní na Ukrajině, kde upozorňovala na naši práci a my zas na její. Takže spolupráce vidím pozitivně a podle mě to bude do budoucna nezbytné. V amerických médiích mají běžně zaměstnance na správu TikToku či Twitteru. Ale na zaměstnání tady těch lidí potřebujete peníze, které v médiích často chybí.“* Na opačné straně stojí Andreas Papadopoulos, podle kterého by média měla zaměstnávat pouze novináře: *„Pokud do toho investujete svůj volný čas a nejste za to placeni, tak jste vlastně fanouškem jedné nebo druhé strany. Děláte to z nějakého důvodu, který není vyjádřen mzdou, ale něčím jiným, například potleskem digitálního publika nebo přesvědčením, že děláte správnou věc. Úkolem médií a mediálních domů je se od těchto lidí, co nejvíce odlišit a už vůbec ne je komponovat do svých programových témat nebo redakcí.“* Někde mezi stojí názorově novinář Martin Novák. *„Napsat dvě věty do tweetu nebo napsat rozsáhlou reportáž, to jsou dvě velmi odlišné věci. Možná se to jednou stane, záleží, zda budou média víc konvergovat k sociálním sítím nebo ne. Ten rozvoj je tak bouřlivý, že sami nevíme, co bude za tři roky,“* dodává.

Zaměstnáním influencerů a blogerů řeší některá média úpadek popularity, čtenosti či sledovanosti. V dnešním světě jsou mnohem úspěšnější zábavná videa než propracované reportáže a články, i proto se mediální domy snaží udržet své publikum různými způsoby. Podle Ondřeje Kundry by se novináři měli více než kdykoliv jindy snažit přemýšlet nad tím, jak publikum správně zaujmout. *„Lidé jsou čím dál tím méně ochotni si za informace platit. Zároveň mají pocit, že nepotřebují kvalitnější informace, než kterým se jim dostává. Pokud chtějí novináři v dnešní době dělat solidní žurnalistiku, musí si daleko víc lámat hlavu nad tím, jak ty věci psát, upozorňovat na ně a jak ve finále přesvědčit čtenáře, aby měli pocit, že je pro ně tento obsah relevantní a důležitý.“* Rovněž Josef Pazderka uznává, že by se novináři měli snažit přemýšlet nad stylem podávání informací a podobně jako Kundra uznává, že ho velmi pozitivně zaujal Instagramový profil Jsem v obraze, který spravuje Johana Bázlerová. *„Ona mluví jiným jazykem a struktura těch informací je pro mladší*

věkovou skupinou daleko srozumitelnější než dlouhé články v tradičních médiích. Určitě máme jako novináři velké mezery ve způsobu vyprávění a předávání informací této věkové skupině,“ doplňuje Pazderka.

Změny ve stylu informování

Od začátku ruské invaze na Ukrajinu zaznamenali zejména novináři několik změn ohledně informování na sociálních sítích a chování uživatelů. „Na začátku války byli lidé přehnaně opatrní a naježeni na jakoukoliv novou zmínku o Ukrajině. Třeba při publikování zpráv o přesunu těžké techniky, se lidé v komentářích velmi často novinářů ptali, zda je bezpečné tyto informace zveřejňovat. Žádali cenzuru, protože měli pocit, že by tyhle informace mohli ukrajinské obránce nějakým způsobem ohrozit. Teď je toho daleko méně, potom co pochopili povahu konfliktu a to, jak se s informacemi pracujeme,“ uvádí Andreas Papadopulos. Změn v chování uživatelů si všiml také Martin Novák: „Snad poprvé jde o typ události, kde se akceptuje, že není možná stoprocentní objektivita. Spousta novinářů si dřív dávala pozor a snažila se být objektivní za každou cenu, což v tomhle konfliktu nejde. Agrese je agrese. Bombardování civilistů je bombardování civilistů. Tady nelze být objektivní v tom smyslu, že neřeknete o někom, že je agresor nebo vrah.“ Jinak to nevidí ani Josef Pazderka, který zároveň oceňuje, jakou pozornost tomu dala česká společnost jako celek. „Jako novináře mě těší, že lidé během války docenili kvalitní média. Začali vyhledávat zdroje, které jsou kvalitní, tím myslím nejenom veřejnoprávní, ale že vyseletovali média, o které se mohou opřít a zaslouží si pozornost, protože přináší původní informace a zároveň kvalitně zpracované.“

V neposlední řadě je rovněž ze strany novinářů na místě ocenit i média a změny, které v redakcích nastaly. „Tím, že je válka tak blízko a ovlivňuje naše životy, tak se z řady kolegů a kolegů stali, alespoň na čas, váleční zpravodajové. Lidí, kteří tohle dělali do roku 2022, bylo relativně málo, okolo 20, když přičteme kameramany a fotografy, tak bychom byli asi na čísle 30. Teď je těch lidí daleko víc, protože tam vyjela řada lidí, kteří nikdy v žádné válce nebyli a museli se rychle učit úskalím válečné novinářiny,“ konstatuje Jakub Szántó a zároveň je rád, že nejen Česká televize, ale i komerční konkurence přišla na to, jak je zahraniční zpravodajství důležité. Práci médií stejně jako Szántó ocenil Ondřej Kundra: „Jsem rád, že hodně českých novinářů a novinářek na Ukrajinu jezdí. Přibližně 20 novinářů z různých českých médií se tam pravidelně točí. Těší mě, že je tomu v médiích pořád věnovaná pozornost, i přesto, že zájem o to v publiku postupně upadá.“

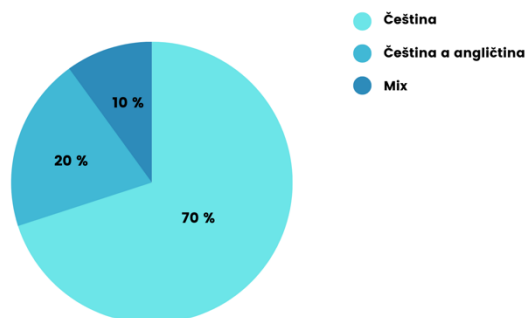
Okrem pozitívnych zmien se objavilo i pár negatívnych. „*V souvislosti s konfliktem na Ukrajině se na sociálních sítích otevřela nová, řekněme lingvistická kapitola češtiny. Začali se používat výrazy, které používá ukrajinská propaganda nebo proukrajinské účty na sociálních sítích, čemuž by se měli novináři vyvarovat,*“ říká Andreas Papadopoulos. Podobně to vnímá vojenský analytik Jan Kofroň, který cílí spíše na média samotná: „*Bylo vidět, že máme velkou tendenci nazývat jakýkoliv ruský útok či zásah válečným zločinem. Přitom třeba u raketových útoků vy vlastně nevíte, na co oni mířili. Vy nevíte, jestli zasáhli civilní cíl, protože na něj opravdu mířili, což by byl válečný zločin, nebo jestli mířili na jiný cíl a netrefili se, což se také může stát. Byly případy, že Rusové zasáhli nějaký cíl, kde se později ukázalo, že byla vojenská technika, ale v prvních okamžicích to ty média prezentovala jako útok na civilní cíle. Zrovna v tomhle případě to ale byl naprosto legitimní cíl, protože tam Ukrajinci tu techniku opravdu měli. Tyhle informace většinou v médiích už chybí. Prostě stojíme na nějaké straně a je normální, že média informují způsobem, který není stoprocentně vyvážený. Podle mě v téhle situaci ani být nemůže,*“ doplňuje Kofroň s tím, že podle něho na sítích rezonoval určitý typ názoru, a to implicitně preferovaný.

4.4 Obsahová analýza jejich příspěvků

V obsahové analýze jsem zkoumala příspěvky všech deseti dotazovaných, které sdíleli na svých osobních twitterových účtech. Vymezila jsem si období prvních čtrnácti dnů války, tedy od 12. února do 10. března 2022. Pro snadnější vyhledávání tweetů jsem zvolila možnost pokročilého vyhledávání na Twitteru, který umožňuje vyfiltrování určitých tweetů. Díky tomu jsem našla tweety z určeného data rychle a jednoduše. Filtr rovněž nabízí vyhledání klíčových slov, odkazů nebo reakcí. Tímto způsobem jsem si postupně vyfiltrovala všech deset účtů, a dle předem stanovených okruhů si zapisovala jednotlivá data.

V analýze jsem se zaměřovala nejen na použití jazyka, ale také na frekventovanost příspěvků a témat, kterým se autoři věnují. Ty jsem si rozdělila na tweety psané uživateli se zaměřením na Ukrajinu, retweetování neboli předsílení cizích twitterových příspěvků, sdílení článků, reportáží či jiných webových odkazů související s Ukrajinou a do posledního oddílu jsem zařadila vše, co nikterak s válečným konfliktem nesouviselo.

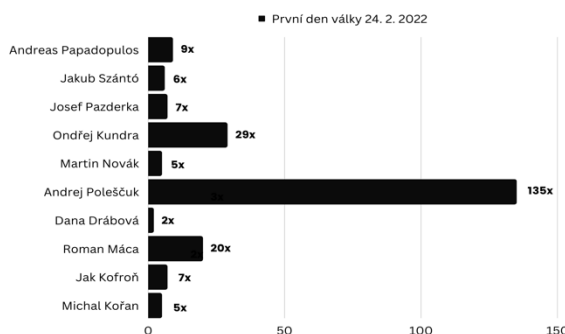
Graf č. 1: Použití jazyka ve tweetech



Zdroj: vlastní výzkum

Pro začátek jsem se zaměřila na jazyk, v jakém uživatelé své příspěvky píšou. Všech pět novinářů, společně s jadernou vědkyní Danou Drábovou a Romanem Mácou, píše své příspěvky v češtině. Jan Kofroň a Michal Kořan střídají texty v češtině a angličtině. Jediným ze všech dotazovaných, který používá dokonce pět jazyků, je Andrej Poleščuk. Valnou většinu tweetů má v češtině, ale objevují se také krátké příspěvky psané v angličtině, běloruštině, ukrajinštině a ruštině.

Graf č. 2: Počet příspěvků v první den války

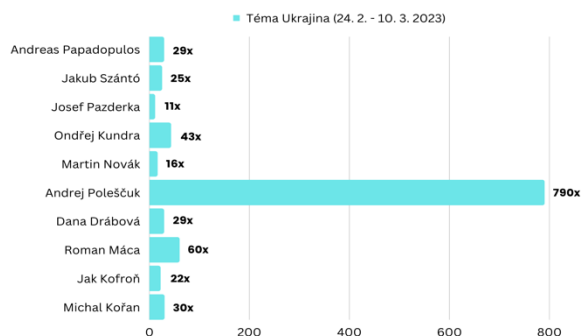


Zdroj: vlastní výzkum

Dalším cílem mého výzkumu bylo zjistit, kolik tweetu přidali jednotliví uživatelé v první den války (24. 2. 2022). Čtyři z pěti novinářů bylo v prvních dnech války na Ukrajině a na své síti aktuálně přidávali videa a fotky. Chyběl pouze Josef Pazderka, který odjel na Ukrajinu o několik dní později. Běžní uživatelé se samozřejmě na Ukrajinu dostat nemohli, proto většina jejich tweetů bylo komentování situace či sdílení důležitých informací o vývoji

na Ukrajině. Nejvíce tweetů během jednoho dne přidal Andrej Poleščuk, jejichž finální počet se vyšplhal na 135 příspěvků.

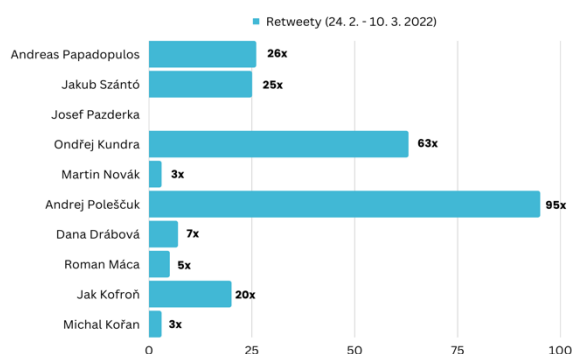
Graf č. 3: Příspěvky věnované Ukrajině



Zdroj: vlastní výzkum

Zkoumala jsem také kolik tweetů během čtrnácti dnů bylo čistě od uživatelů a věnovalo se Ukrajině. Tedy neobsahovalo odkazy na žádné články ani jiné tweety. V průměru šlo okolo 20-30 příspěvků, tedy jeden až dva příspěvky denně. I zde opět zvítězil Andrej Poleščuk, který během dvou týdnů nasdílel téměř 800 příspěvků týkající se Ukrajiny. Během této doby mu rovněž narostli sledující o desítky tisíc.

Graf č. 4: Retweetované příspěvky

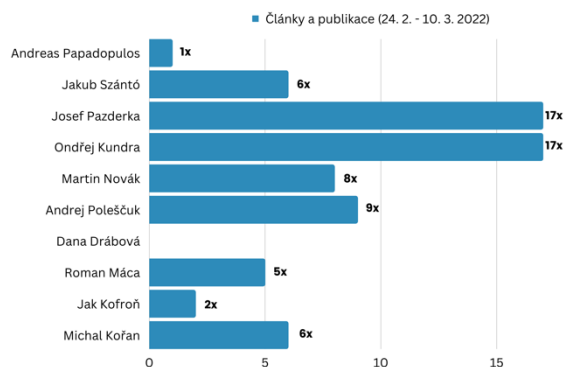


Zdroj: vlastní výzkum

Twitter je známý jsou funkcí retweetování, kterou najdeme samozřejmě i na jiných sociálních sítích, ale právě zde funguje nejvíce. Slouží nejen ke sdílení cizích myšlenek s vašimi sledujícími, ale i k poukázání na cizí práci či důležitou informaci. I proto není divu,

že jsem během analýzy přišla na to, že retweetovaných příspěvků se na účtech dotazovaných objevovalo mnoho. Pouze Josef Pazderka nepředělal za dobu čtrnácti dnů ani jeden cizí tweet. Přes 95 % retweetů souviselo s válkou na Ukrajině.

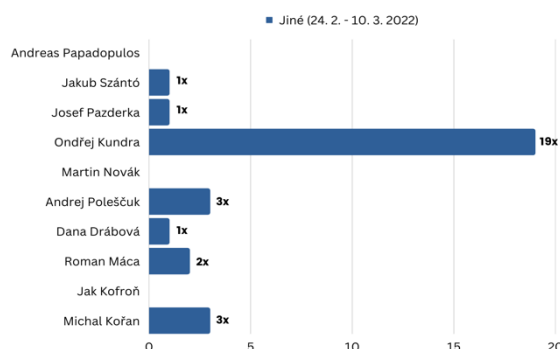
Graf č. 5: Sdílení článků a publikací



Zdroj: vlastní výzkum

Sdílení článku či jiných webových odkazů na Twitteru je jednou z oblíbených forem. Obzvláště novináři využívají této formy ke sdílení buď svých, či jiných textů a reportáží z média, kde pracují. Nejvíce články svého média sdílel Josef Pazderka, který byl v té době šéfredaktorem Aktuálně.cz, a také Ondřej Kundra, který velmi často upozorňoval na práci Respektu na Ukrajině. Běžní uživatelé zas dávali přednost sdílení cizích médií nad těmi českými.

Graf č. 6: Příspěvky nesouvisející s Ukrajinou

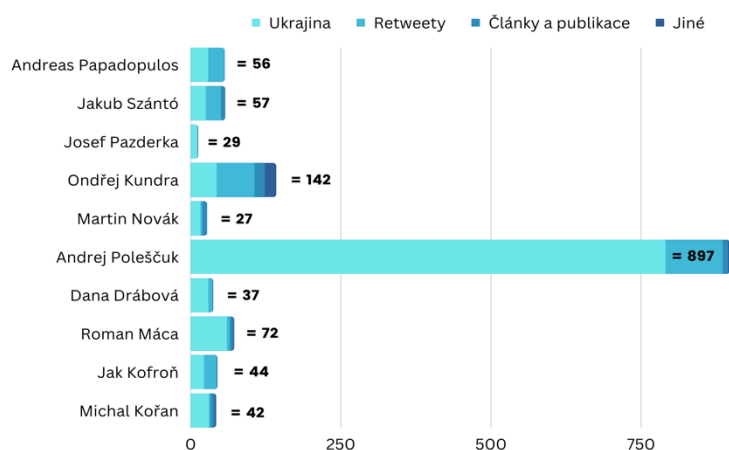


Zdroj: vlastní výzkum

V neposlední řadě mě během analýzy zajímalo, kolik příspěvků z prvních čtrnácti dnu války nebylo věnováno Ukrajině. U většiny účtů se jednalo o marginální počet příspěvků.

Pouze Ondřej Kundra, zástupce šéfredaktora Respektu, věnoval poměrně velkou část příspěvku bývalému poradci prezidenta Martinu Nejedlému, o kterém psal reportáž v souvislosti s jeho vazbami na Rusko.

Graf č. 7: Shrnutí



Zdroj: vlastní výzkum

V závěru jsem si celou analýzu shrnula, abych zjistila, kolik příspěvků dali celkově dotazovaní na své twitterové účty. Až na Ondřeje Kundru, měli podobně příspěvků zahraniční reportéři České televize Papadopoulos a Szántó, dále pak novináři Novák a Pazderka. Čtyři z pěti běžných uživatelů měli, co na počet příspěvků, velmi podobná čísla. Pouze Andrej Poleščuk měl mnohonásobně víc tweetů, a to necelých devět set.

4.5 Zodpovězení výzkumných otázek

Vzhledem k tomu, že mi všech deset dotazovaných respondentů zodpovědělo všechny mé otázky, jsem schopna si odpovědět na předem stanové výzkumné otázky. Je důležité poznamenat, že vzorek byl vybrán na základě proporcí 50/50, tak aby byl co nejvíce reprezentativní. I přesto se může stát, že bych při výběru jiných novinářů a běžných uživatelů získala odlišné odpovědi a tím by se lišilo i zodpovězení výzkumných otázek.

VO 1: Jak se liší postupy profesionálních novinářů a běžných uživatelů při zpracování informací o válce na Ukrajině?

Základním pravidlem a mantrou všech novinářů je, že pokud není informace ověřená alespoň ze dvou důvěryhodných zdrojů, není možné takovou informaci považovat za ověřenou. Zejména pak během války kladou důraz na důvěryhodnost informací a vyhnutí se tak případným spekulacím. Pokud je potřeba takovou informaci zveřejnit, neměl by chybět dodatek, že taková informace je zatím nepotvrzená, a tak by k ní měli lidé i přistupovat. Krom základních zdrojů, jako jsou světově uznávané tiskové agentury či zahraniční média, se většina z dotazovaných novinářů spoléhá také na vlastní zdroje, kterým důvěřuje. Především zahraniční zpravodajové, kteří jsou na místě a reportují o situaci na Ukrajině, považují očitě svědky za nejlepší zdroj informací. Všech pět novinářů rovněž uvedlo, že se všechny informace, které se k nim dostanou, snaží potvrdit ještě z jiného zdroje, byť může být jejich důvěra v primární zdroj sebevětší. Panují zde i obavy, že mnoho českých novinářů přebírá informace z pochybných twitterových účtů a bere takové informace za ověřené. Nutno dodat, že všech pět novinářů, s kterými jsem rozhovor dělala, ze zmiňovaných účtů informace nepřebírá, pouze poukazuje na své kolegy.

Tři ze čtyř dotazovaných běžných uživatelů se spoléhá obzvláště na světové tiskové agentury, jako Reuters či Bloomberg, zahraniční a česká média nebo důvěryhodné analýzy. Zbylí dva dávají přednost vlastním zdrojům, i přesto dodávají, že okrem toho čerpají rovněž z českých, ruských a ukrajinských médií. Oproti novinářům zde zaznělo, že za jeden ze zdrojů považují kromě Twitteru také původem ruskou sociální síť Telegram, která nepodléhá cenzuře a mnoho českých novinářů je k ní velmi skeptických.

VO 2: Jaké jsou jejich postupy při práci s dezinformacemi? Jaké postupy používají k ověření informací?

Jak už bylo zodpovězeno ve výzkumné otázce číslo jedna, všichni dotazovaní novináři se snaží informace dvoufázově ověřit. Veškeré informace ze sociálních sítí považují za neověřené a je potřeba, aby prošli editorským sítem. Taktéž zmiňují, že za léta praxe je rozpoznávání dezinformací již o citu a je důležité se nezlákat dobře znějící zprávou. Mnoho dezinformací souvisí s aktuálním děním a dle vybavy všeobecného přehledu a kontextu dokáže novinář takovou dezinformaci od pravdivé informace snadno rozeznat. Podle novinářů by měli být běžní uživatelé opatrní při informování o válečných záležitostech a brát v potaz, že

nikdy nejde na sto procent důvěřovat ruským, ale i ukrajinským zdrojům, které mohou být za této situace zkreslené.

Na straně druhé máme běžné uživatele, kteří nejsou seznámeni s editorskými pravidly redakcí, a proto je víra v pravdivost informace čistě o důvěře ke zdroji. Ať už k médiím, která jsou pro dotazovaného důvěryhodná z důvodu důkladného ověřování informací či čistě důvěra ve vlastní nejmenovaný zdroj. Majorita respondentů při nejnovějších aktualitách spoléhá stejně jako novináři na cit, a pokud si není pravostí informace jistá, raději vyčká, jak se celková situace vyvine.

VO 3: Dokázali běžní uživatelé informovat o válce lépe než novináři?

Více než výzkumnou otázkou můžeme považovat tuto otázku za hypotézu. Jak dotazovaní novináři, tak běžní uživatele se snažili pokrývat válku na Ukrajině co nejlépe a důvěryhodně. Dle výzkumu jejich twitterových příspěvků mohu říct, že v prvních čtrnácti kritických dnech války obě skupiny přinášely velké množství nejnovějších zpráv. Pro novináře se jednalo o dodatek k jejich práci a mohli tak prostřednictvím Twitteru přilákat nové čtenáře ke svým válečným článkům a reportážím, zatímco pro běžné uživatele to byla ve většině případů osobní záležitost se k válce na Ukrajině vyjádřit a svým jednáním pomoci. Ať už v podobě uklidnění českého obyvatelstva ohledně radiační situace na Ukrajině (jaderná vědkyně Dana Drábová), uvedení válečné problematiky na pravou míru (vojenský analytik Jan Kofroň), podání důležitých a zajímavých analýz týkající se válečných dopadů a sankcí (analytik Michal Kořan) či jen z vlastního přesvědčení, že člověk nechce mlčet a má potřebu světu říct, jak to doopravdy je (Roman Máca a Andrej Poleščuk).

Tweety novinářů se zpravidla zakládaly na článcích, na kterých během dní pracovali či přidávali videa a fotografie, když zrovna byli na Ukrajině. Kdežto běžní uživatelé neměli možnost se v prvních dnech války na Ukrajinu dostat, a proto se museli spoléhat na informace ze svých vlastních zdrojů nebo na světová média a tiskové agentury. Je důležité zmínit, že všech pět dotazovaných uživatelů má s Ukrajinou a postsovětskými státy profesně blízko. Všichni se o tato území a situaci na nich zajímala již dávno před vypuknutí války v únoru roku 2022. To samé platí pro novináře, kteří se až na Andriase Papadopulose, věnují ukrajinské politické situaci už mnoho let. I z těchto důvodů je velmi těžké říct, kdo dokázal o válce informovat lépe.

VO 4: Stanou se sociální sítě jako Twitter a Telegram hlavním zdrojem informací a přeberou tak funkci novin?

Až na Andreje Poleščuka si zbytek respondentů, i z řad běžných uživatelů, nedokáže představit, že by byl Twitter natož Telegram hlavním zdrojem informací a přebral funkci novin. Všichni se shodují, že není bezpečné považovat tuto sociální síť za jediný zdroj informací, ale mělo by se i nadále důvěřovat tradičním médiím. Dále se nezávisle na sobě shodují, že Twitter ani nemůže práci novin nahradit a nedokážou si představit, že by se tak v budoucnu mohlo vůbec stát. V neposlední řadě je důležité zmínit, že na Twitteru koluje obrovské množství nepřebraných informací, které není jedinec schopen zpracovat a stává se tak informačně přehlcen. I z tohoto důvodu by měl člověk primárně čerpat zpravodajství od důvěryhodných médií, která obří toky informací dokážou přebrat, ověřit, zpracovat a následně v ucelené formě publikovat. Všech pět novinářů i majorita běžných uživatelů považuje Twitter primárně za doplněk a klade důraz na to, že by tak měl být vnímán i širokou veřejností.

5 Závěr

Hlavním cílem této diplomové práce bylo přijít na to, zda běžní uživatelé potažmo influenceři, kteří na svých twitterových účtech referují o válce na Ukrajině stejně jako novináři, nejsou jedním z deprofesionalizačních prvků tradiční žurnalistiky. V teoretické části jsem nastínila jak definici novináře, tak definici běžného uživatele a influencera. Jelikož se nikdo z respondentů necítí ani nepovažuje za influencera, je na místě o nich mluvit jako o běžných uživatelích sociální sítě Twitter.

V první kapitole jsem rovněž mluvila o tom, že žurnalistika není považována za plnohodnotnou profesi. K jejímu výkonu nepotřebujete sloužit zkoušky ani atestace jako je tomu u jiných profesí. I přesto zde hrozí jistá rizika, že kdokoliv, kdo novinářinu nevystudoval nebo se jí neživí, tak nemá základy novinářské praxe ani není obeznámen s editoriaálními postupy či s etickými kodexy. Tím pádem mohou svým vystupováním ohrožovat nejen žurnalistiku samotnou, ale také renomé novinářů. Ačkoliv je tu koncepce občanského novináře již několik desítek let a nejedná se o nový fenomén, jednou z největších obav novinářů je směřování novinářského obsahu na sítích s obsahem běžných uživatelů či blogerů. Jejich začlenění jsou spojována zejména s válečnými konflikty či přírodními katastrofami. Není proto divu, že tomu nebylo a není jinak ani u války na Ukrajině, kdy se víc, než jindy zapojili čeští běžní uživatelé sociálních sítí do informování o nejnovějších událostech. Za rozšířením stojí nejen internet, ale také trend twitterové žurnalistiky a možnost vyjádření se k čemukoliv a kdekoliv.

Jednou z hlavních otázek bylo také to, jak novináři a běžní uživatelé pracují se zdroji a dezinformacemi. Zvláště u novinářů nebylo zjištění překvapivé, všichni dotazovaní se řídí dvoustupňovým ověřováním nebo důvěřují tomu, co vidí a slyší na vlastní oči během natáčení reportáží. U běžných uživatelů se výběr zdrojů nepatrně liší, jedni důvěřují světovým tiskovým agenturám či mediálními domům, jejichž informace považují za ověřené, druzí preferují vlastní zdroje na Ukrajině, v které vkládají důvěru. Ohledně dezinformací a jejich rozpoznání mají novináři značně navrch nad běžnými uživateli. Během dlouholeté praxe a nabytím všeobecných znalostí snáze rozpoznají dezinformaci. Běžní uživatele si musí mnohem více dávat pozor na to, kde a jaké informace čerpají. Oproti novinářům nejsou tlačeni časem, i proto mohou s publikováním otálet, dokud se situace dále nevyvine a nepřinese nové a potvrzené informace.

Zajímavým zjištěním bylo i vnímání vzájemné spolupráce mezi mediálními domy a běžnými uživateli či pocit ohrožení ze strany novinářů. Nikdo z běžných uživatelů nemá pocit, že by svou prací a vystupováním na Twitteru ohrožoval novináře nebo jim přebíral práci. Všichni se shodují na tom, že práci novinářů nahradit nemohou a odbornější a komplexnější texty nechávají v kompetenci zkušenějších. Oproti tomu jedna část novinářů věří, že by se mediální domy měly od běžných uživatelů distancovat a odprostit se od představy vzájemné spolupráce. Druhá část novinářů buď jasně vyhraněný názor nemá, nebo nevidí spolupráci tak černě a dokáže si ji v budoucnu představit.

Najít jasnou odpověď na otázku, zda běžní uživatelé svým vystupováním deprofesionalizují žurnalistiku není dle mých úsudku možné. Jedním z důvodů je, že existují uživatelé, kteří mají o situaci přehled, dlouhodobě se jí věnují a dokážou přinášet kvalitní informace, ba i navést novináře na nová témata. Přijmout musíme i fakt, že díky svobodě slova a vyjadřování se mohou na sítích projevovat i tací, kteří svým chováním a typem příspěvků ohrožují smýšlení svých sledujících. Patří mezi ně i dezinformátoři, jejichž primárním cílem je strašit společnost a svými tvrzeními ovlivňovat veřejné mínění. O to větší pozor by si měla společnost dát při událostech jako byl Covid či válka na Ukrajině, protože nikdo nedokáže lépe ovlivnit slušné lidi, než hloupý a zfanatizovaný dav.

Novináři by měli být schopni ubránit svou profesi a přesvědčit společnost o svých kvalitách a důvěryhodnosti, které jsou pevnými pilíři ve směti informací na sociálních sítích. Do budoucna totiž hrozí mnohem větší nebezpečí, než jsou influenceři a blogeři, a tím je umělá inteligence. Zdokonaluje se každým dnem a vytvoření těžko ověřitelné dezinformace pro ni není žádným problémem. Možností, jak sociální sítě zkoumat je mnoho, a právě vliv umělé inteligence na nová média, současnou žurnalistiku a práci s dezinformacemi může být jedním z nich.

6 Summary

The main goal of this thesis was to find out whether ordinary users and influencers, whom report on the war in Ukraine on their Twitter accounts just like journalists, are one of the deprofessionalising elements of traditional journalism. In the theoretical part I outline both the definition of a journalist and the definition of an ordinary user and influencer on Twitter.

An interesting finding was the perception of cooperation between media houses and ordinary users or the sense of threat from journalists. None of the ordinary users feel that they are undermining journalists or taking away their jobs by their actions and appearances on Twitter. They all agree that they cannot replace the work of journalists and leaving this professional and complex texts to more experienced ones. On the other hand, one part of journalists believes that media era should distance itself from ordinary users and move from the idea of collaboration. The other part of journalists either does not have a clear opinion or does not see collaboration as negative and can imagine it in the future.

Finding a clear answer to the question of whether ordinary users deprofessionalising journalism by their behavior is, in my opinion, impossible. One reason is that there are users who have insight into the situation, have been involved in it for a long time and can provide journalists high-quality information or even guide them to news subjects. We must also accept that, thanks to freedom of speech and expression, there may be people on the networks whose behavior and the type of posts threaten the thinking of their followers. This includes those who spread disinformation, whose main objective is to intimidate society and influence public opinion with their statements. Society should be all the more cautious of events such as Covid or the war in Ukraine, because no one can influence decent people better than a foolish mass.

Journalists should be able to defend their profession and persuade people that they cannot find quality information on social media and that they still have to trust traditional journalism. There is a much bigger danger in the future than influencers and bloggers, and that is artificial intelligence, which is improving every day, and has no problem creating misinformation that is very difficult to verify. There are lots of ways to explore social media, and the impact of AI on new media, contemporary journalism and working with misinformation may be one of them.

Použitá literatura

F. LAZARSELD, Paul, Bernard BERELSON a Hazel GAUDET. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, Legacy Edition*. 2. New York: Columbia University Press, 1948, 224 s. ISBN 978-0-231-19795-3

GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Challenging online propaganda and disinformation in the 21st century*. Springer International Publishing, 2021, 285 s. ISBN 978-3-030-58623-2

GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018, 142 s. ISBN 978-80-264-1805-4

HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017, 301 s. ISBN 978-80-246-3752-5

HENNESSY, Brittany. *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media* [online]. Citadel Press, 2018, 272 s. ISBN 9780806538853

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, 184 s. ISBN 80-717-8840-6

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, 539 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9

TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. New York: William Morrow and Company, 1980, 544 s. ISBN 0-688-03597-3

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8

Elektronické knihy a internetové publikace

BAUDRILLARD, Jean. *The Gulf War did not take place* [online]. Bloomington: Indiana University Press, 1995, 87 s. [cit. 2023-03-03]. ISBN 0-253-32946-9. Dostupné z: <https://ia800907.us.archive.org/5/items/BaudrillardJean.TheGulfWarDidNotTakePlace.IndianapolisIndianaUniversityPress1991.0004.pdf>

CNN SOCIAL MEDIA GUIDELINES [online]. In: . Cable News Network, s. 2 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://wmdocs.com/cnn-apac/download/cnn-apac-sm-guidelines>

CORREA, Dennys Jordán, Cindy Arias VALLADOLID a Gabriela Samaniego RIVAS. La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal* [online]. Universidad Internacional del Ecuador, 2017, 2(11), 179-185 [cit. 2023-03-05]. ISSN

2477-9024. Dostupné z: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>

DAUGHERTY, Terry, Matthew S. EASTIN a Laura BRIGHT. Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content. *Journal of Interactive Advertising* [online]. 2008, **8**(2), 16-25 [cit. 2023-02-05]. ISSN 1525-2019. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15252019.2008.10722139>

JÖNSSON, Anna Maria a Henrik ÖRNEBRING. *Journalism Practice: USER-GENERATED CONTENT AND THE NEWS* [online]. 2011 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: [doi:10.1080/17512786.2010.501155](https://doi.org/10.1080/17512786.2010.501155)

MYTHEN, Gabe. Reframing risk? Citizen journalism and the transformation of news. *Journal of Risk Research* [online]. 2010, **13**(1), 45-58 [cit. 2023-02-04]. ISSN 1366-9877. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13669870903136159>

NADANYIOVA, Margareta, LubIca GAJANOVA, Jana MAJEROVA a Lenka LIZBETINOVA. *Influencer marketing and Its Impact on consumer lifestyles* [online]. Forum Scientiae Oeconomi, 2020, **8**(2), 109 - 120 [cit. 2023-03-05]. ISSN 2300-5947. Dostupné z: [doi:10.23762/FSO_VOL8_NO2_7](https://doi.org/10.23762/FSO_VOL8_NO2_7)

PARAU, P., C. LEMNARU, M. DINSOREANU a R. POTOLEA. OPINION LEADER DETECTION. *Sentiment Analysis in Social Networks* [online]. Technical University of Cluj-Napoca, 2017, 157-170 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-804412-4.00010-3>

RITZER, George a Nathan JURGENSON. Production, Consumption, Prosumption. In: *Journal of Consumer Culture* [online]. 2010, s. 13-36 [cit. 2023-03-05]. ISSN 1469-5405. Dostupné z: [doi:10.1177/1469540509354673](https://doi.org/10.1177/1469540509354673)

STUART, Allan. *Citizen Witnessing* [online]. UK: Polity Press, 2013, 253 s. [cit. 2023-02-04]. ISBN 978-0-7456-5195-8. Dostupné z: <https://bayanbox.ir/view/8395060791828038710/Citizen-witnessing-revisioning-journalism-in-times-of-crisis.pdf>

WASLEY, Andrew. Fr Sava's stained window. *Index on Censorship* [online]. 2000, **29**(3), 136-137 [cit. 2023-03-04]. ISSN 0306-4220. Dostupné z: [doi:10.1080/03064220008536734](https://doi.org/10.1080/03064220008536734)

Internetové zdroje

About Meta. *Meta* [online]. Meta [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://about.meta.com/company-info/>

Aktuálně.cz získalo novinářskou cenu, obdržel ji Josef Pazderka za komentáře o Rusku. *Aktuálně.cz* [online]. *Economia*, 2022 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/aktualnecz-ma-novinarskou-cenu-ziskal-ji-pazderka-za-komenta/r~fe32650ef3ab11ec93abac1f6b220ee8/>

ALBARADO, Sonny. Citizen journalism. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica [cit. 2023-

02-25]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/citizen-journalism#ref1164198>

ALLYN, Bobby. Telegram is the app of choice in the war in Ukraine despite experts' privacy concerns. *NPR* [online]. National Public Radio, 2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.npr.org/2022/03/14/1086483703/telegram-ukraine-war-russia>

Andreas Papadopoulos. *ARGO* [online]. *ARGO* [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://argo.cz/autori/papadopoulos-andreas/>

Andrej Poleščuk. *European Value* [online]. Evropské hodnoty [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://europeanvalues.cz/en/about-us/our-team/andrej-polescuk/>

AUST, Ondřej. Čínská velvyslankyně je arogantní bába, napsal redaktor ČT. *Lidovky.cz* [online]. MAFRA, 2009 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/cinska-velvyslankyne-je-arogantni-baba-napsal-redaktor-ct.A091009_214447_In-media_mev

BANNOCK, Caroline, Rachel OBORDO, Matthew HOLMES a Tom STEVENS. GuardianWitness is closing – but you can still contribute your stories. *The Guardian* [online]. Guardian News & Media Limited, 2018 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2018/aug/21/guardianwitness-is-closing-but-you-can-still-contribute-your-stories>

BENTON, Joshua. The New York Times would really like its reporters to stop scrolling and get off Twitter (at least once in a while). *NiemanLab* [online]. The President and Fellows of Harvard College, 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.niemanlab.org/2022/04/the-new-york-times-would-really-like-its-reporters-to-stop-scrolling-and-get-off-twitter-at-least-once-in-a-while/>

Británie se chystá zakázat používání aplikace TikTok na vládních zařízeních. Následuje tak Kanadu i Česko. *IRozhlas* [online]. Český rozhlas, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/tik-tok-socialni-sit-bezpecnost-velka-britanie_2303121854_afo

BŘEŠŤÁN, Robert. Vypínání dezinformačních webů versus svoboda slova: „Diktátor se na zákony ptát nebude.“. *HlídacíPes: Žurnalistika ve veřejném zájmu* [online]. HlídacíPes.org, 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/vypinani-dezinformacnich-webu-versus-svoboda-slova-diktator-se-na-zakony-ptat-nebude/?hilite=dezinformacn%C3%AD+weby>

CNN on social media and matching the right platform to the right audience: News. *FIPP: Connecting Global Media* [online]. FIPP, 2017 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.fipp.com/news/cnn-social-media-platform-audience/>

Deadly trends for journalists in 2011; 103 killed: Violence-ravaged Mexico becomes most deadly country for media. *International Press Institute* [online]. International Press Institute, 2012 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://ipi.media/deadly-trends-for-journalists-in-2011-103-killed/>

Dezinformace. *Česko v datech* [online]. Česko v datech, 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/176-dezinformace/>

Difference Between Celebrity and Influencer. *PEDIAA* [online]. Pediaa.Com, 2020 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://pediaa.com/difference-between-celebrity-and-influencer/>

Divošky jsou dnes na Primě naposledy, místo nich až do startu CNN Prima NEWS čekají na diváky překvapení. *Prima* [online]. FTV Prima, 2020 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/zpravodajstvi/divosky-jsou-dnes-na-prime-naposledy-misto-nich-az-do-startu-cnn-prima-news-cekaji-na-divaky-prekvapeni-0>

DIXON, S. Leading countries based on Facebook audience size as of January 2023. *Statista* [online]. Statista, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>

DIXON, S. Number of Instagram users worldwide from 2020 to 2025. *Statista* [online]. Statista, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>

DOYLE, Brandon. TikTok Statistics – Updated Feb 2023. *Wallaroo* [online]. Wallaroo Media, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>

DRTINOVÉ, Daniela. Fridrichová: Nechci žít v zemi, kde názory na ostatní budou říkat jen politici. *Aktuálně.cz* [online]. Economia, 2019 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/fridrichova-nechci-zit-v-zemi-kde-nazory-na-ostatni-budou-ri/r~12c3fd4a87a111e9be22ac1f6b220ee8/>

DUNHAM, Jennifer. Deadly year for journalists as killings rose sharply in 2022. *Committee to Protect Journalists* [online]. Committee to Protect Journalists, 2023 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://cpj.org/reports/2023/01/deadly-year-for-journalists-as-killings-rose-sharply-in-2022/>

Editorial Guidelines: Guidance: Individual Use of Social Media. *BBC* [online]. BBC [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/individual-use-of-social-media/>

Editorial Guidelines: Guidance - Use of social media BBC Accounts – Programme, Brand or Genre. *BBC* [online]. BBC, 2020 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidance/-social-media-BBC-programme-brand-and-genre-accounts/>

Editorial Guidelines: User-generated contributions. *BBC* [online]. UK: BBC, 2019 [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidance/user-generated-contributions#introduction>

ELDRIDGE, Alison. Instagram: social networking service. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Instagram>

Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky->

kodex/

FRIDRICHOVÁ, Nora. [Podle mě by celonárodní...] In: *Twitter* [online] 31 May 2018 [cit. 2023-03-27] Dostupné z: <https://twitter.com/NoraFridrichova/status/1134392080934084608>

GEARY, Joanna. Introducing GuardianWitness, our new platform for content you've created. *The Guardian* [online]. Guardian News & Media Limited or its affiliated companies, 2013 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2013/apr/16/introducing-guardianwitness-platform-content-youve-created>

GRIERSON, Jamie. What is the BBC's social media policy and what does it mean for stars like Lineker?. *The Guardian* [online]. Guardian News & Media, 2023 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2023/mar/12/what-is-the-bbcs-social-media-policy-and-what-does-it-mean-for-stars-like-lineker>

GUPTA, Neha. How CNN uses audience insights to drive newsroom change. *WAN-IFRA: World Association of News Publishers* [online]. WAN-IFRA, 2020 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://wan-ifra.org/2020/02/how-cnn-uses-audience-insights-to-drive-newsroom-change/>

HALL, Mark. Facebook: American Company. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>

HAZARD OWEN, Laura. "Think carefully before you quote-tweet": *The Guardian* releases new social media guidelines for staff [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.niemanlab.org/2022/05/think-carefully-before-you-quote-tweet-the-guardian-releases-new-social-media-guidelines-for-staff/>

HERN, Alex. <https://www.theguardian.com/media/2023/mar/14/bbc-social-media-guidelines-ofcom-chief-melanie-dawes>. *The Guardian* [online]. Guardian News & Media, 2023 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2023/mar/14/bbc-social-media-guidelines-ofcom-chief-melanie-dawes>

Historie konfliktu Ruska a Ukrajiny. *Novinky.cz* [online]. Seznam.cz, 2022 [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-historie-konfliktu-ruska-a-ukrajiny-40388409>

HOKROVÁ, Zlata. ZVĚDAVOSTI: HISTORIE RUSKO-UKRAJINSKÝCH VZTAHŮ. *Bav se vědou ZCU* [online]. Západočeská univerzita v Plzni, 2022 [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://bavsevedou.zcu.cz/zvedavosti-historie-rusko-ukrajinskych-vztahu/>

Influencer marketing. *LESENSKYCZ* [online]. LESENSKY.CZ [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.lesensky.cz/influencer-marketing>

Ing. Dana Drábová, Ph.D., Dr. h. c. mult. *Česká televize* [online]. Česká televize [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/dana-drabova/>

Jakub Szántó. *Česká televize* [online]. Česká televize [cit. 2023-04-08]. Dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/lide/jakub-szanto/>

Jakub Szántó. *Databazeknih.cz* [online]. Databazeknih.cz [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.databazeknih.cz/zivotopis/jakub-szanto-118019>

JETMAR, Jakub. Redaktoři ČT mají na sítích dbát na nové desatero. *Mediář* [online]. News Media, 2019 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/redaktori-ct-maji-na-sitich-dbat-na-nove-desatero/>

JETMAR, Jakub. Úzus pro novináře na sítích se rodí hodně pomalu. *Mediář* [online]. News Media, 2019 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/uzus-pro-novinare-na-sitich-se-rodí-hodne-pomalu/>

Josef Pazderka. *Český rozhlas: Plus* [online]. Český rozhlas [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/node/5566441>

Journalism. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/journalism>

Journalist killed in Russia-Ukraine war. *Committee to Protect Journalists* [online]. Committee to Protect Journalists, 2023 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: https://cpj-preprod.go-vip.net/wp-content/uploads/2023/01/CPJ_Ukraine_Deaths_230116_01-900px.png

KOHOUTEK, Rudolf. Pojem deprofesionalizace. *Slovník cizích slov* [online]. scs.abz.cz [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/deprofesionalizace>

KRUMS, Janis. [There's a plane...] In: *Twitter* [online] 15 May 2009 [cit. 2023-03-12] Dostupné z: <https://twitter.com/jkrums/status/1121915133>

KŘEŠŇIČKA, Jakub. TMBK končí v Reflexu, nově bude tvořit pro Seznam. *MAM: Marketing & Media* [online]. Forum Media, 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://mam.cz/zpravy/komunita/lide/2022-10/tmbk-konci-v-reflexu-nove-bude-tvorit-pro-seznam/>

Kupte si Speciál FORUM a přispějte na sbírku pro ukrajinskou armádu. Pomáhejte s námi. *Forum 24* [online]. Forum 24, 2022 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/kupte-si-special-forum-a-prispejte-na-sbirku-pro-ukrajinskou-armadu-pomahejte-s-nami/>

L. HOSCH, William. YouTube: web site. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/YouTube>

LIPOVSKÁ, Hana. [Dnes nemůže většina z nás...] In: *Facebook* [online] 26. června 2021 [cit. 2023-03-20] Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4735157633178425&set=a.285331448161088&type=3>

LOONEY, Margaret. The BBC's best practices for verifying user-generated content. *Ijnet* [online]. USA: International Center for Journalists, 2018 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://ijnet.org/en/story/bbcs-best-practices-verifying-user-generated-content>

LÖFFELHOLZ, Martin. Embedded journalism. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/embedded-journalism>

Many journalists say social media helps at work, but most decry its impact on journalism. *Pew Research Center* [online]. Pew Research Center, 2022 [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/journalism/2022/06/14/many-journalists-say-social-media-helps-at-work-but-most-decry-its-impact-on-journalism/>

Martin Novák. *Aktuálně.cz* [online]. *Economia* [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/autori/martin-novak/1~i:author:23/>

Mezi Hradem a ČT to vše kvůli tweetu vedoucího pracovníka zpravodajství. *Echo24.cz* [online]. ECHO MEDIA, 2021 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.echo24.cz/a/StRwi/mezi-hradem-a-ct-to-vse-kvuli-tweetu-vedouciho-pracovnika-zpravodajstvi>

Michal Kořan. *GLOBARI* [online]. GARI [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.globari.org/michal-koran>

MLEJNEK, Josef. Výročí první „války v přímém přenosu“. *Český rozhlas* [online]. Český rozhlas, 2016 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/vyroci-prvni-valky-v-primem-prenosu-6579497>

Nová média: Proč nefunguje iReportér?. *Česká televize* [online]. Česká televize [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/faq/nova-media/251/>

Novinky: ČTK uzavřela partnerství s Newzulu, platformou pro občanskou žurnalistiku. *Česká tisková kancelář* [online]. ČTK, 2015 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=2392>

Novinový speciál Dějiny Ukrajiny a Dějiny Ruska. *Deník N* [online]. N media, 2022 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: https://obchod.denikn.cz/show/56/dejiny_ukrajiny_a_ruska

O nás. *HlídacíPes: Žurnalistika ve veřejném zájmu* [online]. HlídacíPes.org [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/o-nas-2/>

O nás. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/>

Ondřej Kundra. *Respekt: Redakce* [online]. *Economia* [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/redakce/ondrej-kundra>

PONSFORD, Dominic. Guardian tells staff not to publicly slate each other on social media. *PressGazette* [online]. New Statesman Media Group, 2022 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://pressgazette.co.uk/features-main/guardian-social-media-guidelines-owen-jones/>

POPHAL, Lin. Content Marketing Best Practices From Online Influencers. *TheTilt* [online]. Tilt Media, 2019 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.thetilt.com/content/content-marketing->

best-practices-online-influencers

Prosumer: The new consumer who is also a producer. *Universidad Espiritu Santo* [online]. EUES, 2021 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://uees.edu.ec/en/prosumidor-el-nuevo-consumidor-que-tambien-es-productor/>

Před 20 lety skončila válka v bývalé Jugoslávii: NATO zastavilo útoky a Srbové se začali stahovat z Kosova. *Reflex* [online]. CZECH NEWS CENTER a.s, 2019 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/historie/95757/pred-20-lety-skoncila-valka-v-byvale-jugoslavii-nato-zastavilo-utoky-a-srbove-se-zacali-stahovat-z-kosova.html>

RAY, Michael. TikTok: video hosting service. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/TikTok>

RNDr. Jan Kofroň, Ph.D. *Institut Politologických Studií: Fakulta sociálních věd UK* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://ips.fsv.cuni.cz/contacts/institute-members/30804483>
Roman Máca. *Aktuálně.cz: Blog* [online]. Economia [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://blog.aktualne.cz/blogy/roman-maca.php>

SALOMON, Jane. What Is An “Influencer” And How Has This Word Changed?. *Dictionary.com* [online]. Dictionary.com, 2019 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/e/influencer/>

SLUSSAREFF, Michaela. Fenomén influenceři. *Šance dětem* [online]. Obecně prospěšná společnost Sirius, 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/fenomen-influenceri>

Social Media Guidelines for the Newsroom. *The New York Times* [online]. The New York Times, 2017 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/editorial-standards/social-media-guidelines.html>

SUDA, Zdeněk. Profese. *Sociologická encyklopedie* [online]. Sociologický ústav AV ČR, 2018 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Profese>

SUDA, Zdeněk. Profesionalizace. *Sociologická encyklopedie* [online]. Sociologický ústav AV ČR, 2017 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Profesionalizace>

Telegram Press Info. *Telegram* [online]. Telegram Messenger [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://telegram.org/press>

The IPI Database of Killed Journalists. *International Press Institute* [online]. International Press Institute [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://ipi.media/deaths/?incident_type=0&years=0&country=0&gender=male&search=&

TURNER, Ash. How many users does Twitter have?. *BankMyCell* [online]. bankmycell.com, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-users-does-twitter-have>

Twitter: microblogging service. *Britannica* [online]. Encyclopædia Britannica, 2023 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Twitter>

Válka Rusko - Ukrajina. *Novinky.cz* [online]. Seznam.cz a.s [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tag/konflikt-rusko-ukrajina-65011>


Válka „v přímém přenosu“? Většinu informací dodával Pentagon. *ČT 24* [online]. Washington: Česká televize, 2015 [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1558315-valka-v-primem-prenosu-vetsinu-informaci-dodaval-pentagon>

Who are we?. *Reporters Without Borders* [online]. Reporters Without Borders (RSF), 2016 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/who-are-we>

ZELENKA, Jakub. Tradiční média potřebují oddělení pro styk s influencery. *Mimo agendu* [online]. Mimo agendu, 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://mimo-agendu.ghost.io/tradicni-media-potrebuji-oddeleni-pro-styk-s-influencery/>

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky: Bc. Aneta Smržová	
Imatrikulační ročník diplomantky: 2021/2022	
Fakultní e-mail diplomantky: 11535000@fsv.cuni.cz	
Studijní program/forma studia: Žurnalistika (NP_ZNKZ), navazující magisterské, prezenční	
Název práce v češtině: Využívání sociálních sítí jako nových informačních platform během války na Ukrajině	
Název práce v angličtině: The use of social media as new information platforms during the war in Ukraine	
Předpokládaný termín dokončení (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezí) LS 2022/2023	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Hlavním předmětem práce bude rozdíl ve výstupu profesionálních novinářů a běžných uživatelů na sociálních sítích během války na Ukrajině. Právě na těchto platformách se lidé dozvídali prvotní informace o válce, kterou můžeme nazvat <i>První válkou na Twitteru</i> . Během několika pár dnů se ze sociálních sítích staly hlavní zdroje informací o válce, přebraly tak funkce mediálních domů. O situaci informovali nejen profesionální novináři, ale také běžní uživatelé. Dokážou tito běžní uživatelé správně pracovat s dezinformacemi a jedná se tak o novou formu deprofesionalizace žurnalistiky?	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): V praktické části bych se chtěla věnovat tomu, jaké postupy používají profesionální novináři a běžní uživatelé při informování o válce na Ukrajině na sociálních sítích. Také bych chtěla zjistit, jaké postupy používali k ověření informací, aby se vyhnuli dezinformacím. Ráda bych udělala rozhovory s pěti novináři, kteří mimo své mediální domy vystupovali na svých účtech a sami za sebe informovali o válečné situaci. Rovněž bych chtěla udělat pět rozhovorů s běžnými uživateli, kteří se rozhodli o válce psát a dokázali si tak získat či vybudovat své publikum. Rovněž bych ráda udělala rámcovou analýzu jejich textů, kde bych zjistila, v jakém stádiu války začali psát, na jaké témata se zaměřovali a jak často své publikum informovali. Součástí by byla také rámcová analýza profilů vlády či mediálních domů na Telegramu, kde nehrozí žádná cenzura. O čem zde profily informovaly a jak tato platforma přesně funguje?	
VO 1: Jak se liší postupy profesionálních novinářů a běžných uživatelů při zpracování nových informací o válce na Ukrajině? VO 2: Jaké jsou jejich postupy při práci s dezinformacemi? Jaké postupy používají k ověřování informací? VO 3: Dokázali běžní uživatelé informovat o válce lépe než novináři? VO 4: Stanou se sociální sítě jako Twitter a Telegram hlavním zdrojem informací a přeberou tak funkci novin?	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod – představení práce a jejích cílů 2. Cíl práce a metodika	

<p>3. Teoretická část</p> <p>3.1. Definice novináře</p> <p>3.2. Vymezení pojmu běžný uživatel/influencer</p> <p>3.3. Deprofesionalizace žurnalistiky</p> <p>3.3.1. Občanská žurnalistika</p> <p>3.3.2. User generated content versus Citizen journalism</p> <p>3.4. Sociologie zdrojů</p> <p>3.4.1. Prosumer a producer</p> <p>3.4.2. Opinion leader – dvojstupňový model komunikace</p> <p>3.4.3. Využívání sociálních sítí médií</p> <p>3.5. Dezinformace</p> <p>4. Praktická část</p> <p>4.1. Představení českých profesionálních novinářů a běžných uživatelů, kteří se věnovali válce na Ukrajině</p> <p>4.1.1. Rozhovory s danými profesionálními novináři a běžnými uživateli</p> <p>4.1.2. Analýza jejich odpovědí</p> <p>4.2. Rámcová analýza příspěvků na sociálních sítí</p> <p>4.2.1. Analýza výsledků</p> <p>5. Vyhodnocení analýzy</p> <p>6. Porovnání výsledků a zodpovězení na předem stanovené otázky</p> <p>7. Závěr</p> <p>8. Literatura</p> <p>9. Přílohy</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Rozhovory s 5 profesionálními novináři a 5 běžnými uživateli, rámcová analýza příspěvků na Twitteru, Telegramu a Instagramu z prvních 14 dnů války.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: V rámci kvalitativního výzkumu provedu rozhovory s profesionálními novináři a běžnými uživateli. Cílem je zjistit, jak tyto dvě rozdílné skupiny pracují s informacemi a jak si je ověřují. Cílem je také zjistit, jaký je rozdíl v postupu ověřování informací a dezinformací mezi profesionálními novináři a běžnými uživateli. A zda běžní uživatelé v dnešní době deprofesionalizují žurnalistiku. Pomocí kvantitativního výzkumu provedu rámcovou analýzu jejich textů a textů, které se objevovaly na hlavních profilech úřadů vlády a novinových domů na sociálních sítí (Twitter a Telegram). Zde bude primárním cílem zjistit, na které informace se účty zaměřovaly a jak o nich informovaly.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <p>JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. <i>Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]</i>. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 207. ISBN 978-80-7367-287-4.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kniha zaměřená na typ sociální komunikace médií a jak ovlivňují společenský, politický i kulturní život. <p>TRAMPOTA, Tomáš. <i>Zpravodajství</i>. Praha: Portál, 2006, s. 191. ISBN 80-7367-096-8.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Podrobněji čtenáře seznamuje čtenáře s koncepty mediálních studií, jako jsou zpravodajské hodnoty, gatekeeping a nastolování agendy. <p>GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. <i>Nejlepší kniha o Fake News dezinformacích a manipulacích!!!</i>. Brno: CPress, 2018, s. 142. ISBN 978-80-264-1805-4.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích. Zaměřuje se na definici pojmů fake nes, deinformace a alternativní fakta. <p>ARO, Jessikka. <i>Putinovi trollové: skutečné příběhy z frontových linií ruské informační války</i>. Praha: N</p>

Media, 2020, s. 376. ISBN 978-80-907922-1-0.

- Skutečné příběhy z frontových linií ruské informační války, jež přibližuje fungování petrohradské továrny na dezinformace.

ALVAROVÁ, Alexandra. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. 2. rozšířené vydání. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2019, s. 308. ISBN 978-80-7553-682-2.

- Kniha zaměřená na propagandu a jak ji rozeznat. Hlavním tématem je hybridní válka.

MCNAIR, Brian. *Fake news: falsehood, fabrication and fiction in journalism*. London: Routledge, 2018, 1 online resource (116 pages). ISBN 1-351-39289-1. Dostupné z: doi:10.4324/9781315142036

- Autor představuje fake news nikoli jako kulturní problém, ale spíše jako pojem vycházející z významných politických a společenských trendů ve společnostech.

MVCR – Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám [online]. Dostupné z:

<https://www.mvcr.cz/chh/>

- Oficiální web ministerstva vnitra, které založilo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám. To se zaměřuje na celostátní hrozby bezpečnosti, kam spadají také dezinformace.

Investigace.cz [online]. Dostupné z: <https://www.investigace.cz/tag/ukrajina-dezinformace/>

- Web zaměřený na investigativní kauzy a dezinformace, které mají dopad na Českou a Slovenskou republiku.

E-bezpečí – Národní projekt prevence rizikového chování v online prostředí. [online]. Dostupné z:

<https://e-bezpeci.cz/index.php/70-projekt-fake-news/2518-dezinformace-spojene-s-vaikou-na-ukrajine%20#>

- Celorepublikový certifikovaný projekt zaměřený na **prevenci, vzdělávání, výzkum, intervenci a osvětu** spojenou rizikovým chováním na internetu a souvisejícími fenomény.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

DYTRYCHOVÁ, Alžběta. *Z influencera novinářem - nová forma deprofesionalizace žurnalistiky?*.

Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky.

Vedoucí práce Jirků, Jan.

NĚMEČEK, Jan. *Vliv technologických vynálezů 21. století na deprofesionalizaci žurnalistiky*. 2019.

Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce

Jiráček, Jan.

ŠEVČÍKOVÁ, Marie. *Vliv nových médií na profesi novináře: deprofesionalizace žurnalistiky*. Praha,

2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

Vedoucí práce Jiráček, Jan.

PILNÁ, Barbora. *Věrohodnost zpravodajství v období datové žurnalistiky*. 2014. Diplomová práce.

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Jiráček, Jan.

STOMATOVÁ, Darja. *Dezinformace v éře digitální žurnalistiky*. Praha, 2021. Diplomová práce.

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Jirků, Jan.

HAMRNÍK, Jan. *Role médií při šíření konspiračních teorií, fake news a hoaxů*. Praha, 2021.

Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce

<p>Cebe, Jan.</p> <p>NOVOTNÁ, Barbora. <i>Příručka pro novináře: Jak pracovat s dezinformacemi</i>. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Poljakov, Nikita.</p> <p>SCHNEIDEROVÁ, Soňa. <i>Dezinformace na českých dezinformačních webech během pandemie onemocnění covid-19</i>. Praha, 2022. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Moravec, Václav.</p>
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>12. září 2022</p>

<p>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</p> <p>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</p>
<p>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</p>
<p>Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.</p> <p>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</p>
<p>JIRKŮ Jan</p> <p style="text-align: right;">12. září 2022</p>
<p>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</p>

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTIŠKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Výhody a nevýhody Citizen Journalism

Tabulka č. 2: Výhody a nevýhody User generated content

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Mapa zabitých novinářů na Ukrajině od února 2022

Obrázek č. 2: Tweet Janise Krumse o havárii letadla na řece Hudson

Obrázek č. 3: Tweet Nory Fridrichové

Obrázek č. 4: Facebookový příspěvek Hany Lipovské

Seznam grafů

Graf č. 1: Použití jazyka ve tweetech

Graf č. 2: Počet příspěvků v první den války

Graf č. 3: Příspěvky věnované Ukrajině

Graf č. 4: Retweetované příspěvky

Graf č. 5: Sdílení článků a publikací

Graf č. 6: Příspěvky nesouvisející s Ukrajinou

Graf č. 7: Shrnutí

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor Andreas Papadopoulos

Příloha č. 2: Rozhovor Jakub Szántó

Příloha č. 3: Rozhovor Josef Pazderka

Příloha č. 4: Rozhovor Ondřej Kundra

Příloha č. 5: Rozhovor Martin Novák

Příloha č. 6: Rozhovor Andrej Poleščuk

Příloha č. 7: Rozhovor Dana Drábová

Příloha č. 8: Rozhovor Roman Máca

Příloha č. 9: Rozhovor Jan Kofroň

Příloha č. 10: Rozhovor Michal Kořan

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor Andreas Papadopoulos

Proč jste se rozhodl informovat o válce i na Twitteru a nestačila vám pouze reportáž v televizi?

Televizní reportáž vnímám jako vrchol žurnalistické práce i díky její komplexnosti a tomu, kolik lidí na ní pracuje. Reportáž je formát, který je přenášen převážně lineárně, to znamená v televizi. Twitter považuji za nejinteligentnější ze všech dostupných a běžně používaných platforem. Využívám ho k přenesení reportáží, z mého pohledu nejkomplexnějšího žurnalistického žánru, mezi lidi, kteří televizi lineárně nesledují.

Myslíte si tedy, že informování o válce na Twitteru je nyní stejně důležité, jako informování o ní ve vašich reportážích?

Twitter by měl primárně sloužit jako doplněk. Pokud člověk tvrdí, že se vše o válce na Ukrajině dozví z Twitteru, tak podle mě nemůže pojmout komplexy celého konfliktu. Pro lidi je nutné brát Twitter jen jako vstupenku na různé stránky mediálních domů nebo jako upoutávku na televizní vysílání, protože bez profesionální novinářů není možné konflikt obsáhnout.

Vidíte jako novinář nějakou výhodu této sociální sítě, kromě pozvánky na vaše reportáže? Ať už z hlediska budování osobního brandu nebo možnosti vyjádření se k určité situaci?

Novináři, kteří na své sociální sítě "dávají" fotky se svými dětmi, co měli k obědu nebo vyjadřují své politické názory jako paní Světlana Witovská, tak s tím hluboce nesouhlasím. Vlastně si myslím, že to je špatně a poškozuje to novinářskou obec. Neúčastním se toho a Twitter používám pouze jako pozvánku k televiznímu vysílání, případně jako upoutání k mé vlastní práci. Novináři, které tak kritizují, používají osobní věci k budování vlastního brandu, čemuž já rozumím a myslím si, že to je součástí chování novinářů na síti, ale je potřeba si na ten brand dávat pozor. Na Twitteru si taky budují vlastní brand, ale dávám si pozor, aby to nesklouzlo k tomu, co tak kritizují. Ta linie je tenká, chápu rizika a snažím se jich vyvarovat tím, že používám Twitter úplně shodně dle zásad, které uplatňují ve vysílání. Dodržuji kodex České televize a jakousi dohodu se společností o tom, jaká je náplň novinářské profese. Twitter vnímám jako náměstí, a to, co bych neřekl na náměstí před lidmi, tak neřekne ani na Twitteru.

Když jste mluvil o rizicích, v čem vidíte hlavní nevýhodu Twitteru?

Obecně považuji za velkou nevýhodu pro všechny novináře, že mohou na sítích přejímat informace, které se tváří oficiálně nebo ověřeně. Ty pak mohou přejímat do vysílání a na jejich základě mást veřejnost. Dělo se to ve velkém, například s účtem televize Nexta, který velmi pravidelně postuje na Twitter a Facebook zavádějící informace, které buď byly nepravdivé, nebo vytržené z kontextu.

Stejně tak účet Visegrádu 24, který je operovaný v angličtině a prokazatelně napojený na špičky polské konzervativní vlády. A právě tento twitterový účet je v Česku hojně sdílený novináři a považován za ověřený zdroj, protože se tak tváří. Jde ale o názorovou platformu, ne ověřený žurnalistický zdroj, aby mohl být citován jako jeden ze zdrojů, a z toho plynou moje největší obavy. Obávám se, že novináři budou na sociálních sítích brát hodně sledované účty jako jeden zdroj a neověřovat. Co se týče běžných konzumentů, tam vidím podobné riziko. Nejvíc v tom, že zamění tyto zdroje za zdroje žurnalistické a ověřené a nabydou dojmu, že nemusí čerpat přímo od novinářů.

S válkou na Ukrajině souvisí i dezinformace, kterých na Twitteru bylo hodně. Jak si informace ověřujete hlavně vy sám? Máte na to vlastní postup či se držíte interních pravidel České televizi?

Jak jsem říkal, na sociálních sítích se snažím chovat úplně stejně, jako se chovám při výkonu své profese v terénu. To znamená, když je informace nějakým způsobem podezřelá a pochází od zdroje, o kterém nic nevím, tak ji prostě nepoužiji. Vyhýbám se i spekulacím, protože lidi velmi často nepochopili, jak to myslím, i přesto, že jsem používal vykřičník k upozornění na spekulaci. Lidi jsou v tomto poměrně negramotní, co se týká rozlišení informací, spekulací a dezinformací, proto by se novináři měli z velké část snažit kultivovat prostředí. Ohledně ověřování informací, v rámci České televize neexistuje žádný ustálený postup. Obecně panuje svoboda a vedení žádným způsobem nezasahuje do toho, co jednotliví novináři na své sociální sítě dávají. Vedení ČT obecně ctí do velké míry novinářskou svobodu, zejména pak svobodu zpravodajů, kteří jsou v terénu. Co se týká ověřování, na sociálních sítích se nechovám jinak než jak při sestavování reportáží. Tedy, co nevidím na vlastní oči nebo my neřeknou lidi, se kterými hovořím, tak do reportáže nedám. To samé platí pro sociální sítě, kam nedám nic, o čem nejsem přesvědčen, že odpovídá realitě.

Novináři nebyli jediní, kdo se na Twitteru k válce vyjadřovali. Současně s vámi sdíleli informace také běžní uživatelé, tedy ti, kteří se staví do role odborníka nebo pseudonovináře, ale jejich profesí to není. Ohrožují podle vás novinářskou profesi? Vnímáte je jako hrozbu pro budoucí novináře, ať už z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?

Asi ne, protože pokud novinář informuje na sociálních sítích kvalitně, v zásadě s novinářskou etikou a s respektem ke kodexům, tak to bude vždy vypadat jinak než to, co tam dá někdo z poučené veřejnosti. Novinářské informace by měly být bezbarvé a bez zápachu zkreslení. Když se podíváte na účty poučených laiků, tak jde o informace, které jsou lidem předávány už citově zbarvené. Jsou to informace, které velmi často hledí jen na jednu stranu konfliktu. Tyhle informace předávají "fanoušci", protože pokud do toho investujete svůj volný čas a nejste za to placeni, tak jste vlastně fanouškem jedné nebo druhé strany. Děláte to z nějakého důvodu, který není vyjádřen mzdou, ale něčím jiným, například potleskem digitálního publika nebo přesvědčením, že děláte správnou věc. Do budoucna je nutné tyto lidi od novinářů rozlišovat. Twitter přišel s poměrně zajímavým

konceptem, že bude prodávat badge (odznaky). Ty by se pro novináře mohly barevně lišit od badge poučených lajků. Uživatel by tak viděl, kdo je novinář a kdo pro žádné médium nepracuje. To je podle mě jedna z možných cest do budoucna. Novináři by se měli snažit nezapadnout do té druhé škatulky, je nutné vždy zachovat bezbarvost informací, které předávají. V souvislosti s konfliktem na Ukrajině se na sociálních sítích otevřela nová, řekněme lingvistická kapitola češtiny. Začali se používat výrazy, které používá ukrajinská propaganda nebo proukrajinské účty na sociálních sítích, čemuž by se měli novináři taky vyvarovat.

Dokážete si do budoucna představit spolupráci mezi mediálními domy a běžnými uživateli? Například využití jejich síly a dosahu na Twitteru, nebo je to úplně pasé?

Úkolem médií a mediálních domů je se od těchto lidí, co nejvíce odlišit a už vůbec ne je komponovat do svých programových témat nebo redakcí. Novinář by neměl být fanoušek a tito lidé jimi jsou, protože to nedělají za peníze. A pokud jsou fanoušky konfliktu samotného, Ukrajiny nebo Ruska, jsou citově zainteresováni, tak dle mého názoru nemohou přinášet stejně bezbarvé informace jako novináři. Tyto dvě skupiny by měli být do budoucna, co nejvíce oddělovány. Snažit se musí i mediální doby, například zavedením společného brandu na sociálních sítích. Myslím si, že by se novináři měli odprostit od osobních zpráv a víc reprezentovat redakci. Jsme dost daleko na to, abychom si mohli říct, že digitální prostor je úplně stejný, jako prostor analogový, tudíž by se na něj měla vztahovat podobná pravidla. Už se to v některých oblastech děje. Zatímco sexuální obtěžování na internetu se posuzuje analogovými zákony, tak nechápu, proč by se dodržováním kodexu a běžných novinářských postupů neměli na internetu řídit i novináři.

Běžným uživatelům nemůžeme zakázat, aby na Twitteru o válečných konfliktech neinformovali. Měl by zasáhnout sám Twitter nebo by se o osvětu měli snažit sami mediální domy?

Podle mě nic takového nikdy nevznikne, ani by vznikat nemělo, protože by to zavánělo cenzurou. Zároveň by byl natolik zpochybněn hlavní princip sociálních sítí, že by ani pro novináře nedávalo smysl tam působit. Jediným způsobem je se na Twitteru rozlišit, třeba tím modrým badgem pro prémiové a profesionální účty. Organizace, které budou mít zájem své redaktory a zpravodaje podpořit, budou mít možnost je tímto placeným krokem oddělit od poučeného lajka a zachovat tak svobodu vyjadřování na sociálních sítích. Ještě bych se přimlouval za to, aby se neměnil algoritmus ve prospěch placících účtů.

Uvidíme, co Elon Musk vymyslí. Když jsme ještě u těch běžných uživatelů, byl na Twitteru někdo, kdo vás svým stylem informováním zaujal?

Zaujal mě Andrej Poleščuk, s kterým jsem zároveň v běžném životě kamarád. Svou fanouškovskou pozici nezapírá, ale svou sílu využil k mnoha různým věcem, jako pomoci ukrajinským vojákům. Ač

mě jeho postup zaujal, já takhle nikdy postupovat nebudu, protože mně svazují mé představy o výkonu žurnalistické profese a také kodex České televize. Někteří lidi na Twitteru zaujali velké publikum a do budoucna z toho můžou těžit. Například zpoplatní své tweety nebo je rozšíří za paywall Herohero a podobně. Tento trend není spojen jen s válkou na Ukrajině, ale spíše s Covidovou pandemií, kdy se v Americe k novinářům nabalili poučení laici a získali velké publikum.

A uživatel, který to dělal špatně?

Já bych to nechtěl srovnávat, ani nechci dávat konkrétní jména těch, kteří to podle mě dělají špatně. Jde o různé vojenské analytiky, kteří v českém prostředí rozdmýchávají zvláštní představy o ukrajinské armádě. Podle mě jsou negativním jevem, vzbuzují větší očekávání ze strany společnosti, než si celá situace zaslouhuje. Jsou to velmi často lidi, kteří nemají zkušenost z terénu a hodnotí situaci jen z počítače. V mých očích dělají z války počítačovou hru a chybí jim zkušenost z terénu. Často používají čísla a přejímají fráze ze strany ukrajinské propagandy, která na sociálních sítích jede, což je logické, protože to je nástroj války.

Máme přesně rok od začátku války. O válce na Ukrajině se mluví jako o první válce na Twitteru, ne-li na TikToku. Myslíte si, že se během tohoto roku změnil styl informování? Ať už v novinářské obci, nebo jen u vás?

Na začátku války byli lidi přehnaně opatrní a naježeni na jakoukoliv novou zmínku o Ukrajině. Třeba při publikování zpráv o přesunu těžké techniky, se lidi v komentářích velmi často novinářů ptali, zda je bezpečné tyto informace zveřejňovat. To je podle mě moment, který se nikdy předtím neobjevil. Lidi vlastně žádali cenzuru, protože měli pocit, že by tyhle informace mohli ukrajinské obránce nějakým způsobem ohrozit. V devadesáti procentech případů novináři ví, co a kdy mají zveřejnit. Na Twitteru jsou lidi obecně velmi hákliví, ale pro mě byl šok, že sami volali po tom, aby se nějaká informace či video cenzurovalo. Teď je toho daleko méně, potom co pochopili povahu konfliktu a to, jak se s informacemi pracujeme.

Twitter umožnil podávat informace pomalu z vteřiny na vteřinu a mnoho lidí je čerpalo právě z této sociální sítě, až pak večer ze zpravodajství. Jaký na to máte pohled?

Já si nemyslím, že by si lidi něco přečetli dopoledne pouze na Twitteru a večer to viděli ve zprávách. Přečetli si maximálně několik spekulací z různých účtů, ale ve zprávách se potom dozvěděli informace, které byly ověřené, to znamená, že byly ozdrojované a ocitované. Nejednalo se o lineární přenos zpráv z Twitteru do zpravodajství, spíš naopak. Příkladem může být třeba chersonská protiofenzíva, kdy hlavní fáze proběhla večer souběžně se zprávami a v noci probíhala na Twitteru obrovská debata mezi analytiky. Zobrazovaly se videa, která se později ukázala jako falešná nebo zavádějící. Ta videa ukazovala jednak, že ukrajínští vojáci překračují řeku Dněpr ve velkém počtu a pak, že ruští vojáci byli při ústupu zcela zdecimováni a zanechali za sebou tisíce kusů těžké techniky.

Konkrétně Martin Svárovský o tom psal, jako o etickém ukrajinském vítězství. Spekulace se hojně šířily celý den a některá média na to naskočila. Česká televize večer spekulace utnula tím, že začala citovat oficiální zdroje. Poradce na přímou otázku tehdy nevyvracel tyto varianty, zároveň ani nepotvrzoval. Česká televize se držela toho, že je nepotvrzuje. V následujících dnech se ukázalo, že ukrajinské vítězství sice bylo velké, ale 30 000 elitních ruských vojáků se přes řeku stáhlo, aniž by je Ukrajinci nějakým způsobem zasáhli a způsobili zásadní ztráty. Z ruské strany šlo o klasickou ukázkou perfektně zvládnuté logistiky. Operace trvala několik dlouhých dní a Ukrajina svým způsobem reagovala pozdě. Tady se ukázalo, že některá média prostě čekala, až zprávy budou oficiálně potvrzené, zatímco Twitter a další sociální sítě měly už dopoledne jasno v tom, že Rusové přišli o své elitní oddíly při ústupu přes řeku. Později vyšlo najevo, že to není pravda, možná i šlo o dezinformace ze strany ukrajinské tajné služby. Ukázala se síla médií a žurnalistických účtů, které tyto spekulace nešířily. Někteří lidé hold berou Twitter za zdroj, jako ověřenou žurnalistickou zprávu, což není a nikdy nebude.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru?

Já jsem na Twitteru od roku 2014, to znamená, že těch válek, o kterých jsem referoval, už bude docela dost. Twitter je pro mě jednak zdroj informací, a za druhé jakási retenční nádrž informací. Je možné tam dávat rychlé a aktuální informace či také aspekty, které se nevejdou do reportáže, protože nejsou tak podstatné. Twitter vnímám jako doplněk informací pro lidi, kteří to chtějí sledovat vedle té mojí profesionální práce na obrazovce.

Myslíte si, že informování o válce na Twitteru je nyní stejně důležité jako informování o ní ve vašich člancích/reportážích?

Ne. Pro mě, jako pro novináře, je klíčové to hlavní médium, což je v tomto případě Česká televize a pak šíření obrazových reportáží pomocí internetu. Twitter je prostředek pomocí kterého se vyjadřuji k probíhajícím relacím na Ukrajině, a který vnímám jako můj osobní servis jakožto profesionálního grafomana. Na Twitteru vyjadřuji své názory či sdílím další zdroje, které nejsou tak podstatné, ale mohou čtenáři doplnit nějaký kontext.

Berete Twitter jako způsob budování vlastního brandu?

Nijak zvlášť. Já jsem z generace, která je z internetu nadšená a stále ho objevuje. Aktuálně mám na Twitteru okolo 85 000 lidí a vím, že už to nějakou váhu má a že lidi ocení, když tam občas napíšu i něco osobního, protože je to zlidšťující. Není to však pro mě podstatné a nevnímám to a priori jako prostředek k budování brandu, ale jako prostředek k šíření informací lidem, kteří se zajímají o zprávy.

Mezi novináři panují dva názory, jeden říká, že osobní věci na Twitter nepatří a druhý tomu oponuje. Jaký je váš názor? Myslíte si, že je důležité stanovit si hranici mezi množstvím informací z osobního a pracovního života?

Můj profil je směsicí obojího a uživatele Twitteru může zajímat z titulu, že jsem reportérem České televize. To znamená, že jsem součástí nějaké věci, na druhou stranu práci reportéra dělám již dlouho a za tu dobu jsem se určitým způsobem vyprofiloval. Myslím si, že je to win-win situace, Česká televize a jakékoliv jiné médium dávají příležitost svým lidem se zviditelnit a následně ti viditelní lidi zpětně zviditelňují Českou televizi. Co se týče osobních věcí, tak jsem ve skupině lidí, kteří si dávají pozor na své soukromí, ale zbytečně to nepřeháním. Pokud tedy chci sdílet fotku se synem, tak mu začerním obličej, ale již neřeším kočku, která leží v pozadí na skříni, ve které jsou hry. Takový snímek vypovídá, že jsme rodina, která ráda hraje deskové hry. Myslím si, že se dá ten obsah regulovat, a ne vše na tu síť patří, ale je to na každém. Pokud se člověk začne propagovat a postaví se doprostřed dění, tak je to jeho věc a je to součástí jeho image. Já si ale myslím, že to práce novináře

není.

V čem vidíte hlavní výhodu Twitteru?

Je to v tuto chvíli nejrychlejší zdroj informací. Informace se řetězí počtem lidí, což z Twitteru dělá opravdu silné médium, dokonce se odhaduje, že je silnější než Facebook. Neznamená to však, že jsou informace vždy hodnověrné. Šíří se tam spousta lží, propagandy a hoaxů. Pak je na každém, jak se k těm informacím postaví a čemu bude důvěřovat.

V čem naopak nevýhodu?

Největší nevýhodu vidím v tom, že netrénovaný člověk se velmi těžko orientuje v tom množství informací a spousta lidí i institucí toho zneužívá. Lživé informace se pak šíří, protože se to řetězí přes lidi, kteří těm informacím věří. V tom si myslím, že je Twitter nesmírně nebezpečný. Dále si myslím, že je nebezpečné, že Twitter není nijak regulovaný. Podle mě by firma, která vyrostla v podstatě v monopol na určitou část komunikace, by měla být regulovaná. Věc druhá je ta, že tu společnost koupil člověk, který zaměňuje šíření hoaxů se svobodou slova, a to není dobře. Následně se pak šíří informace, které se pouze kryjí tím, že je to svoboda slova. V tomto ohledu je to neskutečně nebezpečné, protože je to neregulované a v rukou jednoho člověka, který, dle mého názoru, není normální.

Ráda bych se nyní vrátila k dezinformacím, které se šířily hlavně na začátku války. Informací se šířilo velké množství, a ne všechny byly pravdivé. Jak si informace ověřujete vy? Je to klasický model, kdy informace, které nemám ověřené ze dvou zdrojů, tak nevypouštím ven nebo máte jiný?

Na ověřování informací se nic nemění. Tohle staré pravidlo, kdy se novinářina dělala s papírem a tužkou je v zásadě stále platné, jen k tomu přibyly ty ostatní věci. Může se samozřejmě stát, že máte informaci z hodnověrného zdroje a pak je potřeba ho citovat, pokud tu informaci nemůžete ověřit. Jediné, co se změnilo, je rychlost informací a zmnohonásobil se počet zdrojů, ale práce s informacemi se nemění. Pokud si mladí novináři myslí, že to internet proměnil, tak se pletou. O to víc musí být člověk opatrný, jaké zdroje a informace použije. Tenhle válečný konflikt má dvě strany, jedna strana je agresor a je prolhaná a není možné nikdy věřit těm oficiálním zveřejňovaným zdrojům informací. Na druhé straně stojí ukrajinské zdroje, které si v rámci své bílé propagandy snaží udržet image, a především tak dodávat víru svému vojenskému personálu či veřejnosti. Ukrajina nyní prochází největší zkouškou od druhé světové války a některá zveřejňovaná čísla, jako jsou ruské ztráty, jsou dle odborníků nadnesená. Novinář se v těch informacích musí umět vyznat. A to, že Ukrajina některé informace zkresluje je nesrovnatelné s tím, co dělá Rusko.

Považuji vás za válečného experta, máte nějaký vlastní zdroj či informátora na Ukrajině nebo

věříte tomu co vydává například Reuters?

Reuters i BBC dělají maximum, informace si prověřují, to ale zároveň znamená, že jsou často pomalí. Dodávají k tomu kompilát a svoje vlastní věci. Jsou dobří, ale nejsou mými jedinými zdroji. Jako každý slušný novinář mám na místě své zdroje a jsou ukrajinská média, kterým důvěřuji více a kterým méně. To je ale součástí každého informování o válce.

První týdny války byly hektické. Pomáhali jste si napříč médii a kolegy?

To není novinkou, to se děje vždy a všude. Pomáhají si i média, která jsou za normálních okolností konkurenty. V čase války jsou všichni ohrožení a bylo by špatně kdybychom si vzájemně nepomáhali.

Máte pocit, že běžný uživatelé (uživatel, který se staví do role odborníka nebo pseudonovináře, ale jeho profese to není), kteří na Twitteru o válce také informovali, nějak ohrožují novinářskou profesi? Vidíte je jako hrozbu nejen pro budoucí novináře, ale taky z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?

Ne, hrozba to není. Když se objevilo rádio, všichni mediím prorokovali konec tisku. Poté se objevila televize a všichni prorokovali konec tisku i rozhlasu. Nakonec se objevil internet a všichni tvrdili, že skončí televize, rádia i noviny, které však nezmizely. Pouze se ty komunikační kanály rozšiřují. Redakce se rozšiřuje, ale práce novináře zůstává stále stejná. Jsou tu nové způsoby šíření informací. Občanští novináři jsou velmi užiteční lidi a mnohdy jsou hodnověrnými zdroji, jako například Tomáš Dvořák, který to dělá velmi dobře. Z lidí jako on vyrostl Bellingcat. Eliot Higgins je Tomáš Dvořák před 10 lety a Bellingcat je dnes někde mezi. Dělá práci nejenom pro novináře, ale také pro státní orgány. Je to vysoce profesionální a ceněná organizace, která dělá něco, co je k dispozici všem a má na to lidi, kteří to umí. Lidi jako Tomáš Dvořák jsou skvělým doplněním a důležitým zdrojem i pro novináře. Nemyslím si, že by ohrožovali naši práci. Já v tomhle vidím jenom pozitivita.

Myslím si, že plno lidí si neuvědomuje, že při všech těch válečných konfliktech tu vždy občanští žurnalisté byli, protože narozdíl od novinářů na tom místě byli.

Určitě, ale nevnímám to jako objevení Ameriky. Svého času byl velký objev i embedding (pozn. red. embedded journalism), který tu ale je již od doby moderní novinářiny. V Krymské válce, v polovině devatenáctého století, byli embedovaní novináři s britskými a francouzskými vojsky. Měli trochu jiná pravidla a propagovali svoji stranu. Poté se objevili během první invaze osvobozování Kuvajtu, při boji proti Iráku v roce 1991 a pak znovu, když už jsem tam byl já, v roce 2003. Je to přesně, jak říkáte. Místní zdroje byly vždy, ať už v podobě novinářů nebo nadšených amatérů. Byli to taxikáři, barmani či pošťáci, kteří byli na místě a byli schopní poskytnout informace. Vše se tehdy řešilo po telefonu. Dneska je internet a ta komunikace je o něco jednodušší. Když jsem začínal dělat války na

Blízkém východě, tak internet neexistoval. Dneska je úplně všude. Je to další zdroj a je třeba s ním umět pracovat. Internet vše zrychluje a zdrojů přibývá, ale práce s těmi lidmi je stále stejná. Nejsou to profesionální novináři a je potřeba to tak brát. Ti lidé poskytují určité svědectví z místa, kde zrovna nikdo jiný není, takže je důležité si ty informace ověřovat.

Vidíte možnou budoucí spolupráci mezi mediálními domy a běžnými uživateli?

To se dělo v syrské občanské válce. Je to 10 let starý koncept. Existoval iReportér, ale nic nenahradí profesionálního novináře, který to dělá na místě a který, když něco neví, tak to přizná a nestřílí informace od boku. Jinak by se totiž mohly šířit falešné informace, protože by tam byl člověk, který párkrát něco dobrého poslal, ale najednou zjistíme, že zas tak nezávislý není.

Obdivujete ještě někoho na Twitteru, kromě Tomáše Dvořáka, který odvádí dobrou práci? Myslím hlavně ve spojitosti s válkou na Ukrajině.

Velmi obdivuji například Eliota Higginse či Christo Grozeva.

A máte naopak nějaký odstrašující příklad? Kdo by se k dění na Ukrajině raději neměl na Twitteru vyjadřovat?

Pokud někdo takový je, tak ho jednoduše nesleduji. Problém všech těch samozvaných odborníků je ten, že si to představují jak Hurvínek válku. Reportáž od našeho skvělého reportéra Andrease Papadopulose, který je na místě a na polním převazišti natočí utrpení chlapa, kterému to zrovna urvalo ruku, tak takhle prosím vypadá opravdová válka. Válka je hnusná, špinavá, krutá, bolí, smrdí, je v ní horko a je v ní zima. Umírají tam lidé a není to o tom, který tank dostřelí dál ani o srovnávání, o tom jsou počítačové hry. Ti lidé, kteří tohle dělají, mi lezou na nervy, a to se týká nadšených amatérů i válečných zpravodajů, kteří to dělají z pohodlí redakcí v Praze.

Jaký je váš názor na Telegram? S válkou na Ukrajině se o něm začalo hovořit mnohem víc.

Ano, protože na mnoha místech v Rusku je Twitter a Facebook zablokovaný. Je to zdroj a je divoký. Je to kanál, kterým teče všechno, jak dobré informace, tak informace, které těmito sítěmi tečou normálně. Je potřeba s tím umět pracovat.

Zaznamenal jste nějakou změnu ve stylu informování na Twitteru, která vás zaujala? Jestli se novináři v něčem změnili, aby se přizpůsobili svému publiku?

Ne, to ne. Ale tím, že je válka tak blízko a ovlivňuje naše životy, tak se z řady kolegyň a kolegů stali, alespoň na čas, váleční zpravodajové. Lidé, kteří tohle dělali do roku 2022, bylo relativně málo, okolo 20, když přičteme kameramany a fotografie, tak bychom byli asi na čísle 30. Teď je těch lidí daleko více, protože tam vyjela řada lidí, která nikdy v žádné válce nebyli a museli se rychle učit úskalím válečné novinářiny. Tak tohle se změnilo. A já si myslím, že to je dobře. Česká televize se rozhodla,

že bude mít na Ukrajině neustále někoho, na začátku tam byly dva týmy, několikrát dokonce tři. To považuji za podstatné. Kéž by bylo jiného důvodu pro posílení zahraničního zpravodajství v českých médiích. Žijeme uprostřed světa a měli bychom o něm něco vědět. I naše komerční konkurence jako je Nova či Prima najednou zjistila, že zahraniční zpravodajství je důležité.

Říkal jste, že se někteří kolegové museli naučit úskalím válečné novinářiny. Co byste doporučil běžným uživatelům, kteří o válce chtějí referovat?

Ať vnímají a priori tu obrovskou lidskou společenskou tragédii. Ať se nenechají zlákat libivými technicistními detaily, které dělo kam dostřelí a podobně. Ano, je to důležité, ale je to ten antiseptický, sterilní pohled. Co je klíčové z mého pohledu a já to doporučuji a neříkám, že to je univerzální, je uvědomění, že ta válka má více narativů. V zásadě jsou dva základní. Jeden je těch lídrů, generálů, političek a politiků, kteří o dění rozhodují. Druhý patří těm, na která ta rozhodnutí dopadají. Oba póly tam musí být. Je tendence dělat jenom ten horní. Není to dobře. Jako mladý jsem to dělával také a je to arogantní a necitlivé. Podstatné jsou oba a na to musíme myslet. Ten dopad, to je ta válka. Utrpení násilně mobilizovaného mladého ruského kluka, je válka úplně stejně, jako antiseptické rozhodování toho zmetka v Kremlu, který za dlouhým bílým stolem o tomhle utrpení pro miliony lidí rozhoduje. Vyváženost, lidský pohled, jak ten král, tak ten pěšák. Obojí tam musí být.

Starší generace bere informace z televize, čte tisk či poslouchá rozhlas, ta moje generace naopak čerpá informace primárně z internetu. Myslíte si, že je v pořádku, že někteří jedinci brali Twitter jako hlavní zdroj informací a informace nikde jinde neověřovali?

To je špatně. Twitter je informační kanál a je pod obrovským tlakem. Vy jako běžný člověk se potřebujete z toho nezbáznit. Společnost tím pádem byla schopna dále fungovat, česká vláda mohla poskytnout neuvěřitelnou podporu Ukrajině a česká společnost mohla pomáhat Ukrajincům. To je klíč. Každý jeden z nás se počítá. Mimo to důvěřujme profesionálním novinářům, že vám udělají ten denní kompilát. Přečtěte si ráno noviny, které reflektují to, co se stalo, a poslechněte si veřejnoprávní rozhlas, který na základě svých profesionálů řekne, co se bude dít. Nakonec se podívejte na Českou televizi, kde máte kompilát toho, co se stalo a co se asi bude dít zítra. To stačí, je tam všechno důležité a je to udělané profesionálními novináři. Ležet v hromadách neroztříděné pošty, kterou píše banda špatných lidí a potom pár docela slušných, je nemožné se vyznat. Nejsme supermani, nemáme žádné super schopnosti, ale novinářina není něco, co může dělat každý. Stejně jako každý nemůže být holič či kuchař. Je potřeba mít určité předpoklady a zkušenosti. Víím, že si řada lidí myslí, že by na to stačili, protože jsou chytřejší než my. A možná jsou chytřejší, vzdělanější a inteligentnější, ale nebudou umět s těmi informacemi pracovat tak, jako s nimi umíme pracovat my.

Myslíte si, že by se měla ve školách zavést povinná mediální gramotnost?

Určitě by mělo. My sami se to učíme. Pro děti už je to přirozené. A nemělo by to být tak, že jim budeme říkat, co je správně, a co ne. Ale je důležité se učit kritickému myšlení. Kritické myšlení je klíčem pro celý život. To by mělo být součástí občanský výchovy nebo základu společenských věd.

Uběhl již rok od začátku války, tvrdilo se, že konflikt nebude trvat dlouho. Ukazuje se však, že tomu tak úplně nebude. Jaký názor na to máte vy, blíží se brzký konec?

Nejsou jasné válečné cíle agresora, ale jsou zcela jasně deklarované válečné cíle obránce, a to vyhnat ruské okupanty z ukrajinských území, včetně Krymu a Donbasu, nebo části Donbasu. Tyto části byly okupované již před začátkem masivní ruské invaze. V tuto chvíli to vypadá, že konflikt bude ještě dlouho pokračovat. Ukrajinci navzdory své neuvěřitelné houževnatosti a schopnosti osvobodit velkou část území, kterou Rusové dobyli, stále ještě nejsou stoprocentně připravení osvobodit ten zbytek.

Proč jste se rozhodl informovat o válce i na Twitteru a nenechal jste to jenom na svých článcích, které publikujete?

Já беру ty sociální sítě, konkrétně Twitter a Facebook, jako součást mé profese. Není to tak, že by se to sdělení omezovalo jenom na ty natáčené nebo psané věci. Mám pocit, že novinář by měl dávat vědět o tom, kde je, na čem pracuje a svým způsobem skrze ty sociální sítě na to poutat. Je tam vždy veliké riziko, abyste na ty sítě nedávali víc, než potom je v samotném materiálu, aby to skutečně byl nějaký teaser upozorňující na věci detailnější, které vyjdou potom v rámci toho média. Ale žijeme v době, která je plná sociálních sítí a myslím si, že to je přirozená součást naší práce.

Takže to, že to dáváte na ty sociální sítě, spíš berete jako možnost oslovení nového publika či nalákání čtenářů na své články?

Abych je na to upozornil. Já samozřejmě nevím, jestli všechno to, co oni zaznamenají a vidí na sociálních sítích, je přivede k tomu, aby si ty texty potom přečetli nebo se podívali na reportáže. Rozhodně to je pokus o to lidi upozornit, jednak, že ten novinář je v terénu a za druhé, že stojí za to sledovat jeho materiály na té domovském platformě.

Myslíte si, že informování o válce na Twitteru je stejně důležité jako oni informovat v těch vašich článcích? Že to má nějakou přidanou hodnotu?

Nemyslím si, že jde jedno a druhé oddělit. Rozhodně si také nemyslím, že bychom měli skončit jako twitteroví novináři, kteří považují sdělení na Twitteru za zásadní, a že všechno ostatní by od toho mělo být oddělené. Twitter, Facebook a další platformy jsou součástí naší práce, ale spíše jako upoutání na něco podstatnějšího. Kdyby to zůstalo jenom u těch sociálních sítí, tak by mi to přišla škoda.

A vidíte nějakou velkou výhodu těchto sociálních sítí, třeba nejenom Twitteru? Vidíte v tom nějakou výhodu pro vás jako novináře, kromě budování osobního brandu?

Já mám obecně takovou novinářskou zásadu v tom, že novinář má ctít publikum, ke kterému mluví. A pokud to publikum mluví mimo jiné jazykem sociálních sítí, tak by měl být schopen se ten jazyk naučit, ovládat ho a v možné míře přiblížit tu svoji práci tímto způsobem. Chtěl bych, aby to sloužilo pouze jako upoutání a nějaká možnost vstupu k materiálu, který je komplexnější, ucelenější a najdou ho potom na webové stránce nebo ve vysílání televize a rozhlasu.

Vidíte i nějaké nevýhody sociálních sítí? Že by si třeba novináři mohli svým způsobem vyjadřování nějak ublížit?

Myslím si, že sociální sítě už svojí konstrukcí algoritmu svádějí ke konfliktům. Celý ten systém, který je mimochodem velmi neprůhledný, přirozeně generuje konflikty. Jsem až nemile překvapen, kolik kolegů se do toho nechá vtáhnout a začnou najednou být velmi osobními. Já jsem se vždycky snažil oddělovat tu pracovní a osobní rovinu. Vlastně rezignovat na nějaké osobnější posty a věci, které se týkají mého soukromí nebo soukromí mé rodiny. Spíš skrze svoji osobu prezentovat mou práci a poutat na ní. Bohužel si všímám, že mnoho kolegů ujíždí, pouští se do nekonečných válek, hádek, konfliktů, což je úplně zbytečné. Druhá podstatná věc je, že ta konstrukce sociálních sítí je neprůhledná a je hrozně proměnlivá. Tím, že ty algoritmy dobře neznáme, tak vlastně vůbec nevíme, jak to Facebook nebo Twitter vyhodnotí a co posílá dál, upřednostňuje a co zase upozaduje. Někaké věci sice tušíme, ale ten algoritmus nikdo přesně nezná, a v tom vidím obrovské riziko. Zejména Facebook amplifikuje některé věci, které jsou negativní, amplifikuje konflikt a zároveň není vůbec transparentní ohledně toho, co s těmi informacemi, které získává, dělá. A druhá věc je, že se snaží ze sebe maximálně shodit jakoukoliv odpovědnost za vulgarismy, za věci, které jsou za hranou i za šíření nenávisti a další věci. Nazývá se platformou, ale de facto je to publisher v tom starém dobrém slova smyslu.

Já se ještě vrátím k tomu prvnímu bodu, co jste zmiňoval. Takže souhlasíte s tím, že by novináři měli oddělit tu profesní a osobní linku? Brát na vědomí, že jsou prostě jednou novináři, takže by se i na sociálních sítích měli vyjadřovat objektivně, nezaujatě a neměli by do toho míchat osobní věci?

Každý jsme jiný a každý k tomu asi přistupujeme jinak. Já jsem to vždycky primárně bral jako ztrátu času. Ty sítě jsou nastavené tak, že neustále usilují o vaši pozornost všemi možnými způsoby, a když si potom uvědomíte, že někteří kolegové na tomu tráví více času než na samotné práci, tak je to alarmující. Myslím si, že by dospělý a zdravý člověk měl umět oddělovat tu pracovní a osobní rovinu. Být kreativní na sítích je dobře, ale dávat jim větší důležitost a více času, než je nezbytně nutné, mi přijde kontraproduktivní.

Jakým způsobem jste se dostával k informacím z Ukrajiny? Měl jste vlastní zdroj přímo tam, nebo jste se spoléhal například na Reuters či jiná osvědčená média? Komu jste v tu chvíli věřil nejvíce?

Vždy, když jsem vyjížděl do terénu, jsem se snažil si ten prostor předem dobře zmapovat a zároveň mít pro něj základní výbavu. To znamená mluvit tím jazykem a mít tam nějaké kontakty. Vyjížděl jsem většinou do postsovětského prostoru, ve kterém jsem pracoval předtím jako humanitární pracovník a znal tam spousty kolegů. Díky tomu jsem měl sice předem nějaké informace, ale myslím si, že práci novináře není jenom sbírat nějaký materiál na místě, to je až třešnička na dortu, ale pracovat na tom ještě předtím, aby ten materiál byl co nejlepší, a co nejplastičtější. To obnáší opravdu to, že než vyjedete do té oblasti, tak si voláte s kolegy. Snažíte se jim psát po messengeru, emailu,

kdekoliv zjišťovat a propojovat se. A když pak do terénu vyjždíte natáčet reportáž, tak se snažíte být neustále kontaktní, mluvit s řidiči, taxikáři, náhodnými lidmi, kteří s vámi cestují vlakem nebo autem. Prostě hlavně mluvit s lidmi, kdekoliv je potkáte, protože to vám dává korektiv toho, co sice třeba vidíte někde na webu, ale ve skutečnosti to může být úplně jinak. Moje skvělá kolegyně Petra Procházková to vždycky popisovala tak, že člověk by měl být jak houba, která nasává co nejvíce všechny ty vjemy okolo, aby potom tu realitu dokázal, co nejlépe popsat.

Na začátku války to bylo vše poměrně hektické. Pomáhali jste si třeba i s jinými konkurenčními médii?

Určitě. Zejména ve válečném konfliktu vznikají různé novinářské skupiny. Komunikace v ní je nesmírně důležitá hlavně kvůli bezpečnosti a informacím o tom, co kde funguje, nefunguje, a na co si dát pozor. Na začátku té horké ukrajinské války, tedy od února 2022, fungovala WhatsAppová skupina, do které se lidi postupně přidávali, pokud vyjžděli na Ukrajinu. Sdělovali si tam, kde je možné nejrychleji přejet Polsko, ukrajinskou hranici nebo Slovensko-ukrajinskou, případně Maďarsko-ukrajinskou hranici. Také kam se dá ještě dojet, kde se dá ještě ubytovat, kde už to nefunguje, zda se dá ještě vyjet do Kyjeva, kterým směrem je to bezpečné, kde už je to zavřené, kde naopak došlo k nějakým incidentům a tomu místu je lepší se vyhnout, a kdo je případně kontaktní osoba. Všechny tyhle informace jsou nesmírně cenné a kdykoliv je možné spolupracovat s kolegy, tak je to jediné dobře.

S informacemi souvisí také dezinformace, kterých bylo na začátku války hodně. Není to jenom o válce na Ukrajině, ale máte nějaký zaručený postup nebo třeba osobní či externí pravidla, podle kterých se při ověřování řídíte?

Podle mě neexistuje žádný univerzální postup, protože kontext přijetí té informace je pokaždé trochu jiný. Žijeme v době, která je úplně přehlcená informacemi. Za prvé máme informace takzvaně editované, to znamená, že už prošly nějakým sítím. Jsou to informace, které nabízejí tradiční média s vlastními editoriaálními postupy. Když se koukám na Českou televizi, poslouchám Český rozhlas nebo si čtu v Hospodářských novinách a na Seznam zprávách, tak vím, že jsou zatím editoři, kteří by určitě nepustili nějakou úplně prvoplánovou falešnou zprávu. Za druhé, pokud se dívám na sociální sítě nebo obecně na internet, tak si musím být plně vědom, že se jedná o nefiltrované informace, které neprošly žádným editorským sítím. To že se něco tváří poměrně věrohodně, může být ve skutečnosti past a snaha dezinformovat. Tam jsem samozřejmě daleko ostražitější. Ostražitost obecně, stejně jako kritické myšlení a neustálá snaha hledat více zdrojů, patří k výbavě dospělého člověka. Myslím si, že sociální sítě mají obrovskou chytlavost díky tomu, že co je tam napsáno, tak se vždy tváří hrozně věrohodně a lidé na to většinou skočí strašně rychle. Kdokoliv z médií ví, že právě tyhle nejchytlavější zprávy jsou zpravidla nějak posunuté, a proto je potřeba být zdrženlivý. Rozdělení informací na ty dva základní proudy je důležité, ale i v tom relativním proudu filtrované

a editované. Je potřeba vždy hledat potvrzení v dalších věrohodných zdrojích. Spousty lidí čte Novinky a má pocit, že jim může věřit, ale i tam často vyskočí věci vytržené z kontextu. V tomhle směru je potřeba ostražitost obecně.

Nejenom informace, ale vlastně i fotky a videa prochází fotomontáží. Díky virtuální realitě si můžeme vytvořit fotku, která sice vůbec není reálná, ale my to jen těžko poznáme. Jak vlastně pracujete s touto problematikou? Ověřujete si cizí fotografie, zda nejde o fotomontáže?

Opět si myslím, že tam platí to pravidlo filtrovaného a nefiltrovaného obsahu. Pokud bych něco viděl na webu Aktuálně nebo České televize, tak si řeknu, že to video působí věrohodně a pravděpodobně věrohodné bude. Budu samozřejmě hledat další podobné zdroje, ale pokud něco uvidím na Facebooku nebo na Twitteru, tak si dám daleko větší pozor. Tam se může skutečně objevit nějaká fotomontáž, úprava, cokoliv. Na sociálních sítích lítá dneska strašně moc věcí, takže určitě hledám prvotně zdroj. Snažím se hledat potvrzení někde, kde bych měl sám za sebe pocit, že to je relevantní.

Když vezmu v potaz ještě jinou sociální síť, a to Telegram, který se hodně rozšířil právě s válkou na Ukrajině. Ukrajinská vláda si tam spustila vlastní kanál, kde se člověk přidal a jenom sledoval ty zprávy, které přidávala. Brali jste i tuhle síť, jako důvěryhodný zdroj, nebo ne?

Já bych byl s tímhle velmi opatrný. Pracoval jsem čtyři roky v Rusku jako novinář, pobýval jsem tam poměrně dlouho a pracoval jsem dlouho i na Ukrajině, takže vím, že ten postsovětský prostor nemá vůbec z hlediska novinářiny nastavené základní principy ověřování informací. Ta míra sdílení dezinformací, posunutých informací v případě konfliktů, neštěstí výbuchu, počtu obětí je na těch webech, které se tváří relativně věrohodně, veliká. Telegram je primárně sociální síť, která se používá právě v postsovětském prostoru. Byl bych opatrnější z toho hlediska, že míra přelivu mezi reálnou realitou a nějakou posunutou skutečností je veliká a ti lidé velmi často sdílejí věci, které vůbec neověřují a které se později ukážou jako falešné. Telegram bych bral jako jednu ze sociálních sítí, kde ty informace je opravdu potřeba ověřovat.

Mate pocit, že běžní uživatelé (uživatel, který se staví do role odborníka nebo pseudonovináře, ale jeho profese to není), kteří na Twitteru o válce také informovali, nějak ohrožují novinářskou profesi? Vidíte je jako hrozbu nejen pro budoucí novináře, ale taky z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?

Ohrožováním bych to nenazval. Jednak jim to člověk nebere a nechce či nemůže zakázat, na druhou stranu je dobře, že těch informačních zdrojů je více. Tihle lidé velmi často nemají, alespoň většina z nich, základy postupů editořiální práce. Mohou vypustit informace, které nejsou schopni prověřit a velmi často je vykládají komentativně nebo z nich vybírají pouze některé části, které by normálně editor nepustil dál. To, že to ti lidé dělají je jedna věc, ale druhá věc je, že jejich příspěvky čím dál

více příjemců vnímá jako totožné s publikacemi seriózních médií, které se na tom nadřely a musí si ty informace ověřovat. My riskujeme svoji reputaci a své jméno. Když to potom pustí ven nějaký bloger, člověk aktivní na Twitteru a Facebooku a tvrdí, že to je zaručená věc a později se ukáže, že to byla informace pokřivená jeho pohledem, nebo z ní vytáhl jenom určitou část, tak to sice poškodí jeho reputaci, ale zároveň ne natolik, aby to lidi nesměšovali. To mi přijde velmi nebezpečné. Podstata kvalitních a důvěryhodných médií je, že posílají ven ověřené a tím pádem důvěryhodné informace. Lidi mají tendenci směšovat internetové zdroje všeho druhu s tradičními médii, a to je potom samozřejmě pro novinářinu jako celek nebezpečné. Jako novináři musíme být schopni vysvětlit, proč není možné věřit postu na Facebooku nebo tweetu na Twitteru nějakého blogera, stejně jako článku na webu Českého rozhlasu a České televize.

Myslíte si tedy, že by se novináři měli více angažovat a přijít s nějakou osvětou, že, co si lidé přečtou na Twitteru, neznamená, že je stoprocentní pravda? Že krom sociálních sítí, by si měli umět informace vyhledat i na jiných důvěryhodných platformách?

Určitě. Pokud novináři nebudou schopni vysvětlit základy své profese a čím se odlišují od celé blogosféry a toho všeho, tak jako profese můžou zahynout. Novinářům by obecně prospělo, kdyby méně času trávili na sociálních sítích a více vysvětlovali právě svoji práci. Někteří kolegové to mají naopak a je to velká škoda. K osvětě se nějaké věci už dějí, třeba týdny Mediálního vzdělání, které pořádá Jeden svět na školách a bere novináře mezi studenty. Nebo další iniciativy, které berou novináře mezi starší i mladší publikum a snaží se vysvětlovat fenomén dezinformací a fungování kritického myšlení na sociálních sítích a internetu. Hlavně pro seniory je to obrovské téma, protože vletěli do světa, který vůbec neznají, nemají ty základní návyky a potom se těžce orientují v tom, co je pravda nebo ověřitelná skutečnost, které se dá věřit, a co naopak se jimi snaží manipulovat. Novináři by především měli poctivě dělat svoji práci a pak až být schopni ji vysvětlit, prezentovat a odlišit od té změti na internetu.

Myslíte si, že by se měl do škol zavést předmět o mediální gramotnosti? Mnoho lidí, ať už třeba z chudších poměrů, žije ve své bublině a kritické myšlení postrádají. Jestli by měl být alespoň jeden předmět, kde by si sami studenti mohli vyzkoušet, jestli poznají nebo nepoznají dezinformace, jak s nimi pracovat a z jakých internetových zdrojů čerpat?

Určitě souhlasím. Myslím si, že by to mělo patřit do základů společenských věd, kde by studenty informovali o základech kritického myšlení, ať už se to týká finanční gramotnosti nebo právě gramotnosti na sociálních sítích, internetu a vyhledávání informací. Tohle všechno jsou věci, které čím dál víc zjišťujeme, že jako společnost potřebujeme. Kdokoliv má účet na Twitteru a na Facebooku, tak je v přeneseném slova smyslu de facto novinář. Je editorem a měl by se cítit zodpovědný za obsah, který posílá dál a sdílí na svém účtu. Jedná se o publikování nějakého materiálu, dávání pomyslného razítka na to, že se jedná o něco důvěryhodného. Mnoho lidí si tohle vůbec nepřipouští,

a to je škoda, protože i tohle je součástí kritického myšlení.

Poradil byste běžným uživatelům nějaká pravidla, kterými by se mohli řídit, aby v informování byli věrohodní a úspěšní?

To nevím úplně, jestli to takhle univerzálně existuje. Kdokoliv, kdo na těch sítích něco sdílí, je de facto editorem, a proto by si měl projet úplné základy toho, jak novináři ověřují informace. Měli by se držet pravidla dvou zdrojů a brát na vědomí, že když něco někde vidí, nebo jim to někdo jiný popsal, tak to neznamená, že ten jejich úhel pohledu je jediný, který tu realitu je schopný popsat. Je to otázka toho, že se snažíte zjistit co nejvíce informací a zároveň být vůči té realitě pokorný. První dojem ještě nemusí znamenat, že to tak ve skutečnosti je. A každý novinář i člověk, který předává nějakou informaci dál, ať už v rámci soukromého média, by měl být obezřetný. Méně, je často více. A dvakrát věc ověřit je vždycky lepší než vypálit něco, co se později ukáže jako nevěrohodné.

Zaznamenal jste na Twitteru nějaké běžného uživatele, který vás svým stylem vypravování, myslím teď v dobrém slova smyslu, zaujal? Někdo, kdo to podle vás dělá dobře?

Třeba Johana Bázlerová se svým účtem Jsem v obraze. Ta mě hrozně baví. Ona mluví jiným jazykem a strukturou těch informací je pro mladší věkovou skupinu daleko srozumitelnější než dlouhé články v tradičních médiích. Určitě máme jako novináři velké mezery ve způsobu vyprávění a předávání informací této věkové skupině. Ať už třeba to předávání informací do krátkých slajdů, které si lidé projedou. Stejně tak jako TikTok je fenomén a vůbec ty kratší videa, která jsou i na Facebooku a dalších platformách. To jsou prostě všechno důležité věci, které je dobré se učit, ale není možné v nich zapomínat na tu podstatu, že tam musí být ověřitelné a kvalitní informace, na kterých to celé stojí.

To s vámi souhlasím. A je někdo, kdo vám přišel na sociálních sítích jako odstrašující příklad?

Nerad bych úplně jmenoval, konkrétně nepřilíval do ohně, ale prostě mě udivují a zaskakují kolegové, kteří jsou schopni vést nekonečné twitterové války, nadávat si s dalšími a hádat se tam o věci, které stejně nikdy nikoho nepřesvědčí. Nechápu, že se nevěnují něčemu smysluplnějšímu. Stejně jako jsem zaskakován třeba tím že, někteří kolegové sdílejí osobní věci s naivitou toho, že to něco dobrého znamená. Většinou to je jen ztráta soukromí a vlastně věc, která je spíš kontraproduktivní.

Máme rok od války. Mě by zajímalo, jestli se za tu dobu něco změnilo ve stylu informování o válce? Něco, co vás zaujalo, ať už přístup lidí nebo i v novinářské profesi nastal nějaký posun?

Informování o válce, anebo té podstaty toho, je zákonitost každé války a každého konfliktu, prostě ta, že na začátku máte obrovskou pozornost, ale ta logicky z lidské přirozenosti začne opadávat. Takže to, co bylo takzvaně atraktivní, nebo to, čemu lidi věnovali masovou pozornost na začátku, se

postupně vytrácí. Vy se jako novinář snažíte zachytit co nejvíce lidských příběhů, které nějak ilustrují to, že se válka mění a posouvá někam dál. Dneska, po roce války, je přinést něco, co by lidi přitáhlo stejně jako před rokem strašně těžké. Je to logické, všichni jsme válkou a jejími dopady přesyceni, takže to není ani úplně překvapující. Co mě ale potěšilo, jak velkou pozornost tomu česká společnost jako celek věnuje. To je prostě mimořádné. Odrazilo se to mimo jiné i v tom, jak štedří byli Češi v humanitárních sbírkách a v poskytování konkrétní pomoci ukrajinským uprchlíkům. A co mě těší jako novináře, že lidi během války docenili kvalitní média. Začali vyhledávat zdroje, které jsou kvalitní, tím myslím nejenom veřejnoprávní, ale že vyselektovali média, o které se mohou opřít a zaslouží si pozornost, protože přináší původní informace a zároveň kvalitně zpracované. Bylo to vidět na všech frontách, že v ratingu důvěryhodnosti šla nahoru ta média, která přinášela kvalitní a ověřené informace.

Mám jednu osobní otázku, jak dlouho si myslíte, že ještě bude válka trvat?

Já jsem hodně opatrný v těch predikcích. Úplně na začátku jsem podobně jako řada dalších lidí říkal, že je nelogické, aby se do takové operace Putin pustil, protože to prostě nedává smysl ani z jeho úzce vymezených zájmů. Pak jsem pochopil, že už opravdu čelíme realitě, která je úplně posunutá mimo nějakou logiku. Takže strašně těžko se mi předvídá. Myslím si, že naděje na to, že ten konflikt skončí nějak brzo je iluzorní. Bude mít asi různé fáze. Možná ta horká fáze se posune do něčeho, co se zmrazí, nebo se posune. Ale představa, že do pár měsíců buď Ukrajinci vyhrají, nebo se naopak stane něco zásadně jiného je méně pravděpodobná než to, že to zůstane u přetahované v podobě ostřelování z jedné a druhé strany. Je daleko pravděpodobnější, že se ten konflikt roztáhne na několik let.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru, a nestačilo vám publikovat články pouze v médiu, kde pracujete? Jaký byl ten hlavní podnět?

Mou prací je primárně psát články, reportáže, analýzy týkající se dění na Ukrajině a ruské agrese. Většina mé práce se objevila v tištěném Respektu, anebo na webu Respektu. Pak jsem se rozhodl na to upozorňovat na sociálních sítích jako Twitter, Facebook a Instagram. Na Twitteru mě sleduje nejvíc lidí, asi přes 44 000, takže tam je největší šance, že si ty články někdo přečte, koupí nebo předplatí. Zároveň to dává možnost udržování komunikace se čtenáři primárně na toto téma. Na sociálních sítích jsem tedy poměrně aktivní a považuji to za součást novinářské práce. Mou hlavní činností je články psát, nechci celou novinářinu přesouvat na Twitter.

Takže Twitter berete spíš k upoutání pozornosti čtenářů, kteří vás pravidelně nečtou, ale chtěl byste je nalákat na svůj plnohodnotný článek, anebo oslovili i novou skupinu lidí?

Asi všechno dohromady. Když jsem před dvaceti lety začínal s novinářinou, tak neexistovala žádná sociální síť ani interakce mimo ni. U nás v redakci jsme měli pravidelné služby na telefonu, kam nám mohli čtenáři volat. Byli jsme denně k dispozici dvě nebo tři hodiny a oni nám volali své připomínky. Ta práce se dramaticky proměnila v mnoha směrech, takže si myslím, že dneska je tak trochu nezbytné být na sociálních sítích. Pro část lidí, když nejste na sociálních sítích, tak v podstatě neexistujete. Oni by se třeba vůbec nedozvěděli, že jsme s Respektem na Ukrajině, že o tom píšeme články, jak jsou detailní, ani to, jak se na ně dlouho připravujeme. Pro mě to je způsob, jak přitáhnout pozornost k našim článkům a zároveň být do určité míry k dispozici čtenářům.

Na Twitteru jsou dvě skupiny novinářů, jedni, co ho používají pouze k nalákání na svou práci a pak ti, co hojně sdílejí věci z osobního života. Měl by podle vás zůstat na Twitteru novinář objektivní, nebo je zde prostor na soukromé věci?

Záleží, co pro vás znamená objektivní. Já si myslím, že Rusko se chová dlouhodobě zločinně a agresivně. Ruská agrese na Ukrajině je černobílá válka, kde je pro mě jasné, co je zlo a co dobro. Viděl jsem to na vlastní oči a vím, o čem mluvím. Nepotřebuji být na sociálních sítích objektivní za každou cenu. Mnohem důležitější je, co napíšu, upozorňování na výsledek mé nebo cizí práce než zaplavovat veřejný prostor dalším názorem. Dřív jsem se vyjadřoval často, ale zpětně si říkám, jak moc to bylo nutné.

Kdybyste měl jmenovat jednu výhodu Twitteru?

Všechny, co jsem teď zmínil.

A nevýhodu?

Žere vám to čas a zasahuje do osobního života, v mém případě. Někdy tam strávíte zbytečně moc času sledováním něčeho, co ve skutečnosti není tak důležité, jako kdybyste se místo toho věnovala dětem, přečetla si knížku nebo šla dělat cokoliv jiného.

Jakým způsobem jste získával informace ohledně situace na Ukrajině? Máte tam vlastního informátora nebo jste se spoléhal na velké tiskový agentury jako Reuters?

Dost tam jezdím. Minulý rok jsem byl na Ukrajině šestkrát, takže jsem tam dohromady strávil třeba pět týdnů. Většinu věcí jsem psal na základě toho, co jsem sám viděl nebo slyšel, když jsme s někým mluvil. Byly to moje informace a materiály na základě mého novinářského svědectví z toho místa. Když píšu články a analýzy ohledně vývoje bojů, snažím se kromě klasické rešerše ještě mluvit s lidmi, kteří mají odbornou expertizu, odbornost či znalost.

S válkou na Ukrajině souvisí také dezinformace. Myslíte si, že museli být novináři mnohem opatrnější, zejména pak na Twitteru, nebo byla situace stejná jako před válkou?

Co se týče samotné Ukrajiny, mám pocit, že ty dezinformace chodí ve vlnách. Ten konflikt trvá mnohem déle než rok, osobně považuji za začátek rok 2014. Ještě několik let před tím byla Ukrajina v západních médiích líčená jako rozvrácený, nefungující, zkorumpovaný a neschopný stát, což bylo výsledkem ruské dezinformační kampaně. Do západních médií se dostávaly zprávy o Ukrajině s cílem vylíčit ji jako totálně neschopnou zemi, které nemá cenu pomáhat. Zmiňuji minulost, protože ty vlny dezinformací kolem Ukrajiny na začátku minulého roku nepovažuji za něco nového. Je to tady dlouho, někdy je to intenzivnější, někdy zase míň a samozřejmě to má občas reálný základ. Mám pocit, že teď je další taková vlna, kdy se v západních médiích objevují informace o úplně vysílené ukrajinské armádě, které už nebudeme pomáhat. Zejména v Americe se drolí podpora Ukrajiny, a těch informací je fakt hodně. Zprávy, které se v novinách objevují mají reálný základ, pak je tam kupa věcí, které na to jsou navěšené a vzbuzují celkový pocit, že už to vlastně nemá úplně cenu. To prostě neodpovídá realitě. Například předminulý týden se objevila zpráva o tom, že za výbuchem plynovodu v Baltském moři stojí Ukrajinci. Tahle zpráva se objevila, teď nevím přesně, v jakém média, ale byla dost nekonkrétní. Tak je otázkou, kdo je zdrojem a jestli to tak je, co o tom víme? A když se to dostane v téhle nekonkrétní podobě na veřejnost, tak to zároveň formuje veřejné mínění. Neříkám, že jsou tyhle informace automaticky podstrčené Rusy, ty zdroje informací můžou mít různé zájmy, ale je zajímavé nad tím přemýšlet.

Takže se neví přesný důvod, proč to chodí ve vlnách?

Vysvětlení je asi vždy trochu jiné, ale cíl mi přijde pořád stejný. Na Tchaj-wanu se taky objevuje velké množství dezinformací z Číny. Hlavním cílem je Tchaj-wancům vnutit pocit, že nemá cenu se bránit, kdyby se něco stalo a že se mají přimknout k Číně, protože ona je jejich matka, která je ochrání a s ní to bude nejlepší. A na Ukrajině mi to přijde podobné. Cíl je podobný, zároveň mohou mít

západní politici nebo lidi v systému pocit, že by ta válka mohla už ukončit. Takže se pak mohou objevovat zprávy, který mají pohnout veřejným míněním a přes něj vytvořit tlak na politiky, aby Ukrajině přestali pomáhat.

Na Twitteru se k válce můžeme vyjadřovat všichni a díky algoritmům většinou sledujeme svoji vlastní sociální bublinu, takže se ve finále dostaneme k informacím, ke kterým se dostat chceme. Nemůže v tom kvantu informací normální člověk přehlédnout dezinformaci? Mnoho lidí si informace už dál neověřuje a věří tomu, co si přečte. Vnímáte sociální sítě, jako hrozbu tradiční žurnalistiku?

Twitter je možná nejmenší problém ze všech těch sociálních sítích, o kterých jsme se bavili. Na Facebooku, Instagramu a TikToku se objevuje daleko větší množství dezinformací. Dnešní doba je zajímavá v mnoha směrech, ale i tím, jakým způsobem se mění nálady a pocity lidí při konzumaci informací. Podle dat jsou lidi čím dál tím méně ochotni si za informace platit. Zároveň mají pocit, že nepotřebují kvalitnější informace, než kterým se jim dostává. Když na Seznamu někdo vytvoří srandovní video, kde imituje prezidenta při hledání štěnic na Hradě, tak to vzbudí větší rezonance a zásah, než náš článek či reportáž z Ukrajiny. Pokud chtějí novináři v dnešní době dělat solidní žurnalistiku, musí si daleko více lámat hlavu nad tím, jak ty věci psát, upozorňovat na ně a jak ve finále přesvědčit čtenáře, aby měli pocit, že je pro ně tento obsah relevantní a důležitý. Těch lidí ubývá a bez nich zároveň takovou novinářinu dlouhodobě dělat nejde. Čelíme velké a obtížné výzvě v tom, jak dobře zaujmout čtenáře.

Zaujmout mou nebo ještě mladší generaci je čím dál tím těžší. Lidi nechtějí číst, a právě díky tomu je velmi populární TikTok a jeho pár sekundová videa. Má se takhle seriózní médium snížit k nahrávání krátkých videí, aby zaujmo i mladší publikum?

Nic proti TikToku, ale jde o to, jak to děláte. Já doufám, že Respekt taky bude časem na TikToku, ale teď jde o to, jestli to budete dělat trapně, blbě, hloupě, anebo vtipně a inteligentně. Pokud to dokáže někoho navést k tomu, aby si Respekt koupil, tak proč ne, nic proti tomu nemám. Jde spíš o tu formu prezentování a ta mi často přijde nablblá. Na druhou stranu se najdou účty, které mě formou prezentování aktualit pozitivně překvapily, např. Jsem v obraze. Johana Bázlerová to nepochybně dělá dobře a ty informace dokáže dostat k mladým lidem, kteří by se k nim za normálních okolností třeba ani nedostali. A všeobecně je strašně těžké zaujmout publikum. Teď mě neberte úplně za slovo, ale pokud se nemýlím, tak nejčtenější článek na Aktuálně byl s titulkem "Kolik otvorů má žena tam dole?". Úplně absurdní a pro mě hnus, ale přitáhlo jim to nekonečné množství čtenářů. A vedle tohohle se snažte dělat solidní žurnalistiku. Není to stížnost, spíš zamyšlení nad tím, jakým stylem příběhy z Ukrajiny vyprávět a jak na ně na sociálních sítích upozornit, protože po roce války už mají lidi pocit, že viděli a slyšeli všechno.

Máte pocit, že běžní uživatelé, kteří na Twitteru o válce také informovali, nějak ohrožují novinářskou profesi? Vidíte je jako hrozbu nejen pro budoucí novináře, ale taky z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?

Asi bych to nenazýval tak, že mě ohrožují, ale samozřejmě na sebe mohou strhnout větší pozornost. Zároveň platí, že někteří se tomu věnují poctivě a mají o té situaci celkem dost načteno. Dříve se tématu na Ukrajině hodně věnoval, teď už méně, Martin Svárovský. Jeho analýzy mi přišli kompetentní, protože si k tomu něco načetl a zároveň měl vlastní informace. Podařilo se mu vzbudit pozornost lidí a média si ho zvala do relací na komentování témat.

Mohla by podle vás do budoucna fungovat kooperace s úspěšnějšími uživateli Twitteru, kteří se novinářinou neživí?

Vzájemná spolupráce mezi Respektem a běžným uživatelem proběhla s Johanou Bázlerovou. Byli jsme s ní na Ukrajině, kde upozorňovala na naši práci a my zas na její. Takže spolupráce vidím pozitivně a podle mě to bude do budoucna nezbytné. V amerických médiích mají běžně zaměstnance na správu TikToku či Twitteru. Ale na zaměstnání tady těch lidí potřebujete peníze, které v médiích často chybí.

Mimo uživatele, kteří to dělají dobře máme také účty, které se snaží dezinformovat a vzbuzovat v lidech paniku. Měl by se podle vás novináři snažit o nějakou osvětu?

Novináři to už dělají, i o tom mluví. Máte různé platformy, kde se vyvracejí dezinformace. Například Český rozhlas měl nebo stále má pravidelnou rubriku, kde vyvracel dezinformace ze sociálních sítí. Velkou část mé práce zabírají veřejné debaty, ale na ně taky nepřijdou všichni. A už vůbec ne lidi s jiným názorem nebo dezinformátoři, kteří nejsou ochotni debatovat. Změna může zároveň nastat už ve školství. Byl bych daleko víc rád, kdyby se moje děti učily základy ústavy, fungování státu, kritickou debatu, ale i to, jak poznat dezinformace. Záleží také na ochotě jednotlivých učitelů se s nimi o tom bavit.

Je nějaká změna ve stylu informování o válce na sociálních sítích, která vás překvapila či zaskočila?

Víc vláken nabitých informacemi o válce. Nic dalšího mě nenapadá. Zároveň jsem rád, že hodně českých novinářů a novinářek na Ukrajinu jezdí. Přibližně 20 novinářů z různých českých médií se tam pravidelně točí. Těší mě, že je tomu v médiích pořád věnovaná pozornost, i přesto, že zájem o to v publiku postupně upadá. Hlad po nejnovějších informacích trval pouze několik týdnů, pak to lidi přestalo zajímat. Když jsem udělal rozhovor s paní Zelenskou, kde jsme se bavili o osobních věcech a proč s manželem neutekli z Ukrajiny, tak jsem si myslel, že to lidi zaujme. Dali jsme její fotku na titulní obálku, i tak se to na prodeji absolutně neukázalo.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na twitteru? Jaký byl ten hlavní podnět?

Sociální sítě jsou dneska nezbytnou součástí. Všechny média se tam prezentují a podle mě by měli i sami novináři. Je spíš otázka míry, jak moc často tam přispívat.

Myslíte si, že informování o válce na Twitteru je nyní stejně důležité jako informování o ní ve vašich člancích?

Myslím, že ne, protože se podle mě Twitter trochu přeceňuje. V Česku těch uživatelů není tolik, i přesto někdo propadá přesvědčení, že když dá něco na Twitter, tak to ví celá republika, což je nesmysl.

V čem teda vidíte z pohledu novináře výhody této sociální sítě?

Oslovím lidi, kteří by jinak na moje články nepřišli nebo přicházejí, ale pouze na některé. Existuje určitá skupina lidí, asi ne moc početná, která se k informacím dostává pouze skrze sociální sítě. Když je svým článkem zaujmete tam, je větší šance, že je dostanete na hlavní médium.

A nevýhodu? Jak pro novináře, tak pro běžné uživatele?

Když to srovnám s érou před rozvojem sociálních sítí, cca 15 let dozadu, tak určitě sociální sítě připravily média o část čtenářů. V neposlední řadě je taky připravily o část příjmů, což je případ hlavně Facebooku. Jako uživatel si tam vyhledávám informace minimálně. Samozřejmě tam sleduji nějaké účty, ale jsou to lidi, které sleduji kvůli jejich názorům nebo kteří tam dávají souvislosti.

Měli by podle vás novináři vystupovat na sítích jako reprezentanti daného média nebo čistě za sebe a sdílet třeba i osobní věci? Patří to tam, nebo ne?

Podle mě tam může novinář fungovat, jak chce. Neměl by se akorát chovat vulgárně, útočit na lidi nebo se nechat strhnout k vulgární diskusi třeba s anonymem. Ale pokud pracuje v médiu, které nemá problém s tím, aby na svém účtu prezentoval svůj názor, tak v tom žádný problém nevidím. Jiná je situace u veřejnoprávních médií. Novinář takového média je placený z veřejných prostředků, takže jeho názory by měli být korigované.

Máte v Aktuálně.cz předepsané doporučení, jak se chovat na sociálních sítích?

Pokud vím, tak to není nijak oficiálně stanovené. Měli jsem akorát problém s jedním redaktorem, který na svém účtu sdílel hodně osobní věci a na své chování byl následně upozorněn.

Jakým způsobem jste získával informace ohledně války na Ukrajině? Máte vlastní zdroj přímo tam nebo jste se spoléhal na tradiční média?

Čerpal jsem hlavně z ukrajinských webů. Umím rusky a trochu i ukrajinsky, což považuji za jednu z výhod. Samozřejmě je obtížné psát něco, co říkají Ukrajinci, ale občas to dát musíte. Typickým příkladem je sestřelení křižníku Moskva. Vypadalo velmi pravděpodobně, že se to stalo, ale nebylo to potvrzené. Takže jsme zprávu vydali se slovy: "Ukrajinci tvrdí, že sestřelili křižník Moskva, ale zatím to není oficiálně potvrzeno". Pokud jsem si téměř jistý, že k něčemu došlo, ale nemám to oficiálně potvrzené, tak je třeba s takovou informací nakládat opatrně. A k těm zdrojům. Každý novinář má vlastní zdroje, kterým věří, pro mě to je agentura Reuters, která by nepustila ven něco, co nebylo potvrzené. Velmi slušný zdroj je také americký The Wall Street Journal a v zásadě i BBC.

S válkou na Ukrajině jsou ve velké míře spojené i dezinformace. Jak si informace ověřujete vy?

Každou informaci se snažím ještě potvrdit z jiného ověřeného zdroje. Ale je to i o citu, když někde vidím zprávu, která vypadá hodně nepravděpodobně, nechám ji být a počkám, jak se situace vyvine. Například na podzim během ukrajinské protiofenzívy se Ukrajincům podařilo dobýt oblast pod Charkovem. Hned na to se začaly šířit zprávy, že jdou Ukrajinci dál a nachází se před doněckým letištěm. Šířily to účty jako War Monitor nebo Kyjev Independent, kteří občas pravdu mají, ale někdy dost přehání. Bylo mi hned jasné, že je taková situace nepravděpodobná, protože to letiště bylo zaminované a jednalo se o ruskou pevnost. Takže jsem tuhle zprávu v podstatě ignoroval a záhy se pravda ukázala.

Stalo se vám někdy, že jste informaci špatně ověřili a vypustili ven něco, co nebyla úplně pravda?

Párkrát se nám stalo, že jsme v titulku trošku ujeli a zveřejnili nějakou informaci předčasně. Snažíme se těmhle chybám vyvarovat a mezi kolegy si navzájem pomáháme. Takže pokud u někoho vidím informaci, která se mi nezdá, tak se dotyčného radši ještě zeptám, zda to pořádně ověřil a nebude třeba lepší tu větu dočasně smazat. Máme jedno nepsané pravidlo, že se v zásadě vyhýbáme používání a citování Daily Mailu. Ti už zveřejnili takových blbostí, bohužel se na to pár novinářů chytlo. Nedávno vydali zprávu, že Rusové stahují Wagnerovu skupinu z Ukrajiny, což byl nesmysl. Takových případů bylo víc, a proto máme zásadu z tohoto zdroje nic nečíst ani nebrat.

Když se ještě vrátím k těm dezinformacím, bavíte se o nich s mladými novináři, kteří třeba nemají zatím takový všeobecný přehled jako vy a dezinformaci by snadno přehlédli? Co byste jim poradil?

Když si nejsou jistí, ať se poradí se zkušeným kolegou. Ale k nám chodí novináři, kteří o tom tématu už základní podvědomí mají. Máme i redaktorky mladší třiceti let a ty mají na odhalování dezinformací cit.

Máte pocit, že běžný uživatelé, kteří na Twitteru o válce také informovali, ohrožují novinářskou profesi? Vidíte je jako hrozbu nejen pro budoucí novináře, ale taky z hlediska jejich síly ovlivnit masu lidí, jenž je sleduje?

No, asi jak kteří. Třeba Andrej Poleščuk podle mě nezveřejňuje blbosti. Je to člověk, který se v té problematice celkem orientuje a zároveň si nehraje na novináře. Otevřeně říká, že je fanda Ukrajiny. Na těch příspěvcích je pak poznat přání otcem myšlenky. Jsou to většinou lidi, kteří si přejí vítězství Ukrajiny, nebo naopak tací, kteří hltají ruskou propagandu a hrnou to na sítě. Je třeba rozlišovat mezi jednotlivci a nebrat to všeobecně.

Myslíte si, že by do budoucna mohla existovat spolupráce mezi mediálními domy a influencery? Nebo by podle vás tuhle práci neměl dělat nikdo, kdo o novinářině absolutně nic neví?

Zatím si to neumím moc představit. Napsat dvě věty do tweetu nebo napsat rozsáhlou reportáž, to jsou dvě velmi odlišné věci. Možná se to jednou stane, záleží, zda budou média víc konvergovat k sociálním sítím nebo ne. Ten rozvoj je tak bouřlivý, že sami nevíme, co bude za tři roky. V tomto směru se nedovazují do vzdálené budoucnosti nic predikovat.

A jaký máte názor na TikTok? O válce na Ukrajině se přeci jen mluví jako o první válce na TikToku.

Před časem jsme vedli debatu, jestli by Aktuálně nemělo TikTok začít používat, i vzhledem ke snaze ulovit náctileté čtenáře. Nakonec se k žádnému finálnímu rozhodnutí nedošlo. Osobně TikTok nepoužívám, ale dostali se ke mně videa ukrajinských vojáků, kteří tam sdíleli záběry z fronty, což může mít nějakou formu zpravodajské výpovědi. I tak si myslím, že pro seriózní novináře má mnohem větší uplatnění Twitter.

A co Telegram?

Já samozřejmě jako novinář pokrývající Ukrajinu Telegram sleduji, je to nezbytnost. Sleduji jak ukrajinské, tak ruské skupiny hlavně proto, abych měl komplexní obraz války. Během války se tam komunikace rozjela ve velkém, ale jak říkám, používají ji hlavně obyvatelé postsovětských států. V západním světě používají Telegram lidi, kteří se nějakým způsobem zabývají východem. Takže pokud by si tam třeba Aktuálně založilo vlastní kanál, tak by mu to ve výsledku nic moc nepřineslo.

Používali jste fotografie a videa ze sociálních sítí, nebo jste se tomu radši vyhýbali?

Tak bylo tady mnoho záběrů a fotek z dronů. Někteří ukrajinští vojáci používají GoPro kamery na helmách, což je věc poměrně nevídaná. Když Ukrajinci zveřejní záběr z GoPro kamery, kde je vidět z vojenského pohledu odstřelování tanků, tak my nemáme jistotu pravosti ani nevíme, kde přesně se to video vzalo. Nedávno někdo zveřejnil záběr, na kterém tvrdil, že se jedná o zničený tank Leopard na Ukrajině. Později se ukázalo, že šlo o staré video ze Sýrie. Takže je těžký s tímhle pracovat a

člověk musí být opatrný. Pokud mám jistotu, že je video nepravé, do online ho nedáme.

Zaregistroval jste na Twitteru nějakého běžného uživatele, který vás svým stylem informování o válce zaujal? A proč?

V Česku to byl Andrej Poleščuk, ten to podle mě dělá dobře. Jinak v Česku nikoho moc nesleduji, ne z důvodu nějaké konkurence, ale spíš pro to, že mě to ani moc nezajímá. Z cizích účtů pak sleduji Estonce, který vystupuje pod jménem Dimitrij a sdílí překlady z ruských nebo z ukrajinských médií. Zbytečně nepřehání a nesdílí zavádějící informace.

A nějaký odstrašující případ?

Občas politik Tomáš Zdechovský, který sdílí informace z podezřelých účtů jako Visegrád 24 apod. Jinak mě nikdo jiný nenapadá, čeští politici si většinou dávají pozor.

Jo nějaká změna ve stylu informování o válce, která nastala během tohoto roku a překvapila vás nebo zaujala?

Snad poprvé jde o typ události, kde se akceptuje, že není možná stoprocentní objektivita. Stejně jako kdybyste chtěla objektivně popisovat vyvražďování Židů Hitlerem, kde je jasný agresor a jeho oběť. Spousta novinářů si dříve dávala pozor a snažila se být objektivní za každou cenu, což v tomhle konfliktu nejde. Agrese je agrese. Bombardování civilistů je bombardování civilistů. Tady nelze být objektivní v tom smyslu, že neřeknete o někom, že je agresor nebo vrah. Plus jeden reportérský postřeh, v čem teda není ten konflikt specifický, ale když vyjedete přímo do terénu, tak to často zblízka vypadá lépe, než jak líčí média. Byl jsem v Charkově a v Mykolajivě, kde jsou části města opravdu totálně zničené a nic tam není. A pak jsou části, kde se lidé snaží normálně žít a pohled na ně je optimističtější než ten z televize.

Jak dlouho si myslíte, že bude konflikt na Ukrajině ještě trvat? Z původně tří denní ruské operace máme válku, která trvá již přes rok.

Kéž bych to věděl, ale nevím. Možná to nebudou roky, ale rozhodně to bude ještě větší část tohoto roku. Myslím si, že Ukrajina se jako stát ubrání, ale jestli získá zpátky všechny okupovaná území, to si netroufám tvrdit. Otázkou je, v jakém rozsahu a podobě, ale i to bude úspěch. Shodou okolností jsem byl zrovna v Kyjevě, když invaze začala. Potom, co jsem viděl, jak se ruská armáda valí na Kyjev, tak jsem chvíli věřil tomu, že hlavní město padne. Nikdo ale nečekal, že si Rusové povedou tak blbě, a naopak Ukrajinci tak dobře. Začátek invaze a ruské agrese byl pro celý svět naprosto nepochopitelný. Oni žijí v jiném světě, kterému my nemůžeme nikdy porozumět. Putin a jeho lidi uvažují jak v devatenáctém století, kdy se území získávala vojensky.

Novinář nejste. Čím se tedy v běžném životě živíte?

Mám právní vzdělání a momentálně pracuji v analytickém Bezpečnostním centru Evropské hodnoty jako analytik.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru, i když vaší profesí novinářina není? Jaký byl ten první podmět?

Protože Twitter je nejjednodušší platforma, nebo byla, než ji převzal Elon Musk. V té době bylo strašně jednoduché napsat tweet. Veškeré dění se odehrávalo na Twitteru a bylo tam vlastně všechno a všichni.

Jaký byl ten váš hlavní podmět, že jste si řekl, teď budu o válce informovat?

Mám spousty ukrajinských kamarádů a zároveň jsem Bělorus. Pro mě je to částečně osobní, protože Bělorusko je součástí té války. Zároveň jsem nechtěl zůstat sedět, ani jít bojovat, protože nemám bojové zkušenosti. Takže tohle mi přišlo jako docela dobrá forma pomoci. Potom se to zvrtilo z informování do různé humanitární pomoci a sbírek, což jsem původně ani nezamýšlel.

Takže jste to spíš dělal z vlastního přesvědčení, abyste i takhle na dálku nějak pomohl?

Jasně, tak ono to bez toho ani moc nešlo, protože pokud člověk není úplný diletant, tak chápe, že ta válka není jenom o Ukrajině, ale o celém západě. Pokud my rezignujeme na pomoc Ukrajině, tak budeme za chvíli všichni ležet někde v zákopech v Polsku nebo Estonsku.

Vnímáte se jako influencer? Vnímáte i to, že vaše příspěvky mohou ovlivnit velký množství lidí, které vás na Twitteru sledují?

Ne, nevnímám se jako influencer. Samozřejmě je jednodušší něčeho dosáhnout, pokud jste někdo, koho sleduje hodně lidí, politiků, novinářů. Ale já vlastně ani pořádně nevím, co pojem influencer znamená. Za influencera se dneska vydává každý druhý a ten pojem jako takový se vyprázdnil. Já se tak prostě nevnímám. Jsem bohužel jen člověk, který se snaží pomáhat.

Stalo se vám třeba někdy, že vám někdo napsal ošklivé komentáře? Setkal jste se s nějakou negativitou na Twitteru?

S tím se setkáte vždycky, protože je to sociální síť. Záleží na tom, jaké lidi kolem sebe sbíráte a na jaké vlně jedete. Pokud se rozhodnete otevřít nepopulární téma, které polarizuje společnost, tak samozřejmě těch negativních komentářů tam bude velké množství. Na druhou stranu, u mě na sociálních sítích jsou lidi, které ta válka zajímá, a kteří jsou ochotni pomáhat. Takže se ta negativita,

pokud se objevuje, tak jen v individuálních případech a ty jsou řešeny blokadí. Jakmile zkrátka píšete o těchto věcech, píšete o tom delší dobu, tak nechcete ztrácet čas dohodami. Většinou to jsou lidi, kteří jsou buď trollové, anebo je pro ně zkrátka ruská strana přijatelnější a takové lidi nemám zájem přesvědčovat vůbec o ničem.

Proč jste si pro informování vybral zrovna Twitter, a ne třeba Facebook? Víím, že tam je třeba jiná bublina, tak jestli třeba to byl ten důvod?

Můj původní záměr bylo odejít ze všech sociálních sítí úplně. Před rokem a půl jsem si smazal Facebook i Instagram a Twitter byl vlastně poslední platforma, která mi zůstala. V lednu 2022 jsem psal ještě o událostech v Kazachstánu, kde došlo k potlačení protestů a následně to začalo smrdět válkou. Tak jsem si říkal, že něco málo budu psát a pak ta válka opravdu přišla. Začal jsem psát o tom, co se momentálně děje a za týden tam najednou bylo 80 000 lidí, a z toho už nešlo úplně vystoupit.

Takže jste viděl, že ty lidi furt chodí, čtou si vaše příspěvky a už z toho nešlo vystoupit?

Ono se to pak "zvrtilo" v pozitivním slova smyslu. Vzniklo z toho spousty dobrých věcí a pomoci nejenom ode mě, ale i od dalších lidí. Dokázal jsem pak lidi propojit, nebo se propojili skrze komentáře pod mými tweety. Pomáhal jsem lidem propojit při evakuacích, sbírkách peněz a při různých projektech. Nejsem si úplně jistý, že bych podobného efektu dosáhl i na Facebooku.

Na Twitteru je rozhodně jiná bublina lidí než na Facebooku, trůfám si říct.

Já analytiku moc nesleduji, ale je to možné. Mně je to ve výsledku jedno a neřeším to. Teď to funguje jako informační zdroj a zároveň jako zdroj pomoci. Takže ať už je to Twitter nebo Facebook, je mi jedno, kdo na té síti je, dokavad je slušný a neříká blbosti nebo záměrně netrolí.

Když jsme u těch zdrojů. Myslíte si nebo vnímáte Twitter jako hlavní zdroj informací?

Jo to asi jo, popravdě, protože tady je ta platforma využívána milionem lidí. Pro spoustu lidí a novinářů to může být dobrý zdroj informací, problém je samozřejmě s jejich ověřováním. Ale je to válka, tam nevěříte ničemu, i když tam jste, tak je to stejně neuvěřitelný. V českém rybníčku je Twitter určitě zdrojem informací, ve východoevropském prostoru je to masově využíváný Telegram.

V čem vidíte hlavní výhodu Twitteru?

Algoritmus. Algoritmus, který si můžete personalizovat, což na Facebooku nemůžete, tam se zobrazuje všechno. Hlavně příspěvky, které vyvolávají nějakou antipatii. Na Twitteru si můžete nastavit, že když sledujete určitých 100 lidí, tak se vám nebude zobrazovat nic jiného. To je podle mě největší výhoda.

A nevýhoda, nebo nějaká hrozba?

Nevýhodou byl počet znaků. Zjistil jsem, že někdy to bylo opravdu málo na to, abyste mohli popsat určitou věc. Ted' se pro předplatile zvýšil počet znaků na 4000, a to už se dá rozepsat. Ale s tímhle vy na tu sociální síť vstupuje, takže se v těch 280 znacích naučíte psát a formulovat věty tak, aby tam ta jasná informace byla. Je to taková výhoda nevýhoda.

V krátké větě mají tu hlavní informaci. Nepomohli k rozepsání i vlákna, která vy tvoříte?

Paradoxem je, že ty vlákna považuje Twitter za normální příspěvek. Takže pokud budete psát hodně příspěvků denně, váš dosah bude menší, ale když budete psát jedno vlákno, je větší šance, že vás algoritmus protlačí i k lidem, kteří vás nesledují.

Vaší hlavní výhodou při získávání informací je znalost jazyka. Jak jste informace přesně získával? Přes kamarády nebo jste měl vlastní zdroj na Ukrajině?

Když tam člověk jede, tak se seznámí s lidmi. Hodně propojoval i internet. Já mám hodně informací z Telegramu z různých zajímavých profilů a potom samozřejmě od kluků, co jsou na frontě.

Na Telegramu jste čerpal, z jakých účtů?

To se ani nedá popsat. Třeba Caplienko, což je ukrajinský novinář, lidi z vojenských a civilních administrativ a ukrajinské ministerstvo obrany. Zároveň se neomezují pouze na ukrajinské zdroje, sledují i ty ruské. To znamená profily, které jsou spojeny s Vágnerovcemi, ruskou armádou, tzv. "separatisty" ve velkých uvozovkách, protože to nejsou separatisti, ale teroristi.

To musí být opravdu výživné tyhle skupiny sledovat, ne?

Nebudete tomu věřit, ale oni umí velmi dobře psát. Zároveň tam člověk narazí na zajímavou analytickou práci, protože lidi, kteří tam píšou, jsou velmi chytrí, byť stojí na té druhé straně.

Když se ještě vrátím k tomu největšímu problému, a to jsou dezinformace. Když jste získal nějakou informaci, ověřoval jste si ji ještě někde jinde?

Samozřejmě. Ted' už to ale moc dělat nemusím, protože sleduji profily, které nepublikují fake news. Po roční zkušenosti už vím, komu můžu věřit, kdo je pochybný profil anebo kdo relevantní. Člověk samozřejmě hledá další informace a ty se snaží nějakým způsobem potvrdit i z jiného zdroje. Problém je ten, že je to válka. Takže ve válce můžete mít jeden zdroj a buď mu věříte, nebo nevěříte. A nějaký fact-checking nebo dvojité ověřování zpráv, jako to dělají novináři, moc nedělám, protože novinář úplně nejsem.

Stalo se vám třeba někdy, že ta informace sice byla na více zdrojích, ale když jste ji publikoval, tak se pak ukázalo, že je mylná?

Ano a stalo se to několikrát. Není to časté díky bohu, ale stalo se. Já pak nemám problém napsat, že to byl fake, že se to ukázalo jako nepravdivé a omluvit se za to. Naštěstí se to nestávalo moc často,

v poslední době snad ani jednou.

A stavíte se k tomu někdy i tak, že radši chvíli počkáte, než tu horkou novinku publikujete a sledujete mezitím, jak se to dále vyvine?

Je to jedna z možností. Samozřejmě záleží, o jaký typ informací jde. Pak jsou vojenské věci, s kterými přijde člověk do styku s jako informacemi neveřejnými. Ty je lepší vůbec nevypouštět, dokud je nevypustí samy oficiální zdroje. Takže já vím, co se děje na frontě, ale nepíšu o tom. Nechci svým profilem způsobit škodu, ale naopak užitek. Někdy je lepší nepsat hned, nebo nepsat vůbec.

Kolik hodin denně vám cca zabralo posbírat informace a vyprodukovat z nich finální tweet?

Na začátku války dlouho, někdy třeba i 8–10 hodin denně. Teď už je to jednodušší, tak 4–5 hodin zhruba.

Nemáte někdy pocit, že tím, jak o válce informujete a máte svoji základnu fanoušků, tak můžete nějak ohrožovat i novináře, kteří se tím živí? Pro ně je to povolání, za které jsou placeni, ale vy jejich práci děláte zadarmo.

Pokud je kvůli tomu někdo ublížený, tak mě to mrzí. Ale nemyslím si, že bych jim bral práci. Novinář si taky může založit Twitter a dělat to samé. Já nad tím takhle osobně moc nepřemýšlím.

Všech pěti novinářů, kterých jsem se ptala, tak v tom hrozbu nevidí. Děsí je spíš profily, které to dělají špatně a naschvál roznáší mylné informace.

To chápu. Na Twitteru máte pár lidí, kteří třeba tvrdí, že žádné zbraně na západní Ukrajině nejsou. Tohle je pak velký špatný. Já naopak беру Twitter jako doplnění a ne konkurenci, protože nikdo z nás není schopen psát velké analýzy. To je práce novinářů, aby ty informace dávali do kontextu a ucelené formy.

Už vás nějaké velké médium požádalo o spolupráci?

O spolupráci přímo ne, ale různé formy rozhovorů proběhly. Popravdě, já o to vlastně asi úplně ani nemám zájem. Mám svoji práci a do toho ještě vlastní blog a Twitter. Takže by na to stejně nebyl prostor.

Takže se třeba jednou nechcete stát novinářem? Válečným reportérem?

Ježíš, chraň bůh. Ne, ne.

A proč ne?

Já jsem nestudoval novinařinu. Umím psát analytické věci a zkrátka novinařinu dělat nechci, není to pro mě.

Myslíte si, že by mohla do budoucna existovat nějaká forma spolupráce mezi vámi blogery a mediálními domy? Ve světě využívají mediální domy influencery či blogery, aby jim přitáhli nové sledující.

Takhle, já si umím představit úplně všechno. Osobně si pro to aktivně nejdu, takže, co budoucnost přinese to přinese.

Sledoval jste na Twitteru nějakého novináře, který vás svým stylem informování zaujal? Myslím teď z českého rybníčku.

Možná Filipa Horkého, ale on už nevystupuje jako novinář. Spíš zahraniční novináře, ale nikdy ne nějak systematicky, protože zkrátka vlastně nechci. Nechci, aby to vyznělo špatně, ale ti novináři ve výsledku přibírají stejné informace jako já. Takže je tam podle mě obrovsky překryv a úplně nemá smysl dělat dvakrát tu samou práci.

A některý běžný uživatel vás zaujal?

Třeba War monitor, který má kontakty na různé ukrajinské brigády. Pak různé vojenské profily atd. Spíš ale na Telegramu než na Twitteru.

Když se ještě vrátím k tomu Telegramu. To je taky dost specifická platforma. Její zakladatel je Rus a je spíš využívána na východě než na západě. Jaký na ní máte názor i z toho pohledu, že nepodléhá žádné cenzuře?

Telegram je hodně o nastavení. Může si třeba nastavit, že se vám automaticky nebudou zobrazovat určité věci nebo informace. Můžete si s tím pohrát. Zároveň záleží na tom, s jakým typem informací pracujete. Pokud to nejsou morbidní věci, tak je Telegram super věc, byť tam samozřejmě vyskakují bezpečnostní otazníky. Člověk k té sociální síti musí přistupovat s obrovskou rezervou.

Může mít Telegram celosvětový potenciál, jako má třeba Twitter? Už z toho důvodu, že tam není žádná cenzura?

To nevím. Ale podle mého odhadu spíš ne. Telegram je dost specifický právě pro východní a střední Evropu.

Máme rok od války. Změnil se nějak váš styl informování, kromě tvoření vláken? Udělal byste třeba něco jinak?

Ne. Jak už jsem řekl, nedával jsem extrémně morbidní věci a toho se držím i teď. Moje vnímání války je trochu pokrouceno díky vlastní zkušenosti z válečné zóny, kde jsem několikrát byl. Takže občas mohou být moje tweety a vlákna trošku drsnější než u normálních novinářů. To je ale zkrátka podmíněno mému osobnímu pocitu a vztahu k ruským vojákům.

Vedly si podle vás česká média dobře? Informovaly o válce kvalitně, nebo by se ještě měly něco

málo přiučit od celosvětových médiích?

Popravdě, já zas tolik médií nesleduji, abych se přiznal. Málokdy si něco přečtu, ale spíš se snažím ty věci obecně nečíst. Sám toho vidím dost a už nemám zájem je dál vyhledávat.

Máte v plánu se i takhle do budoucna nadále angažovat a informovat o dění ve světě, nebo si Twitter po skončení války zrušíte, jak bylo původně v plánu?

Zatím nevím. Bude záležet na tom, jak to celé skončí a kdy to skončí. Pak se rozhodnu.

Jedna osobní otázka. Kdy si myslíte, že válka skončí, jestli vůbec někdy skončí?

Těžko říct. Podle mě v nejbližším roce ne, možná za rok a půl, ale nechci dělat predikce. To je jedna z častých chyb některých lidí, kteří o válce píšou a dávají unáhlené predikce, které se nemůžou naplnit. Zkrátka ty lidi mají nějaké osobní zkresení a myslí si, že o společnosti vědí víc, než vědí. Z toho potom vznikají různé nedorozumění a faux pa.

Příloha č. 7: Rozhovor Dana Drábová

Proč jste se rozhodla informovat o válce zrovna na Twitteru, i když vaší profesí není novinářina? Jaký byl ten hlavní podnět?

Sociální sítě, a Twitter zejména, jsou výborným nástrojem pro rychlé šíření informací. Proto jsem se již před několika lety rozhodla, že mnou vedený SÚJB i já osobně budeme budovat profily, které by v případě potřeby mohly sloužit k informování lidí o událostech vzbuzující obavy v souvislosti s jadernou energetikou a radiací.

Bylo vaším hlavním cílem uklidnit lidi ohledně radiální situace nebo za tím bylo něco víc?

Primárně vůbec neinformuji o válce. Když 24. 2. 2022 ruští okupanti obsadili areál jaderné elektrárny Černobyl, ihned jsme zaznamenali obavy lidí z opakování katastrofy z roku 1986. Snažili jsme se vysvětlit, že nic takového není možné. A ukázali jsme i zdroje on-line informací o radiální situaci na Ukrajině a v celé Evropě včetně Česka. Vážnější obavy právem vzbudilo obsazení Záporožské elektrárny ruskými vojáky 4.3.2022, kde od té doby kvůli jejich aktivitám v areálu elektrárny a okolí visí průšvih na vlásku. Informace o radiální situaci tedy zůstává předmětem zájmu přinejmenším několika tisíců lidí, kteří na můj ranní tweet čekají. Soudím tak z jejich reakcí.

Vnímáte se jako Influencer? Berete v potaz, že vaše příspěvky mohou ovlivnit velké množství lidí?

Nikdy jsem nezamýšlela být to, čemu se říká influencer. Snažím se poskytovat fakta radiální situaci, která snad přispívají k částečnému uklidnění řady lidí. Aby to nebyla každé ráno jen ta suchá a prakticky holá věta, doplňuji jí něčím, co mě zaujalo ve zpravodajství profesionálních novinářů či v jejich komentářích.

Proč jste si pro informování vybrala zrovna Twitter?

Twitter je obzvláště efektivní, protože ho sledují prakticky všichni relevantní novináři.

Vnímáte Twitter během války na Ukrajině ho jako hlavní zdroj informací?

To jistě ne. Je to jeden ze zdrojů, práci médií nemůže nahradit.

V čem vidíte hlavní výhody těchto sociálních sítí?

V rychlosti, s jakou se informace rozšíří.

A v čem nevýhody/hrozbu?

Bohužel stejně rychle sítě šíří i bláboly a dezinformace.

Jakým způsobem jste informace získávala? Měl jste např. vlastní zdroj na Ukrajině nebo jste se spoléhala na větší média a od nich informace přebírala?

Informace o stavu jaderných elektráren a o radiační situaci na Ukrajině získáváme od ukrajinských kolegů, Mezinárodní atomové agentury ve Vídni a z on-line monitorování. Ostatní útržky informací, kterými zprávu o radiační situaci uvozují, si vybírám ve zpravodajství agentur či renomovaných médií (BBC, CNN, AFP, AP a podobně). Z českých ráda používám zpravodajství a komentáře Deníku N. Občas použiji i myšlenku či citát, který s Ukrajinou nijak nesouvisí.

Dezinformace jsou během války velmi časté a hlavně nebezpečné. Jak si informace ověřuje vy? Máte pro to vytvořený vlastní systém?

Snažím se vybírat ze zpravodajství médií, která jsou známa pečlivým ověřováním informací. Občas použiji i informaci z analýzy některého think-tanku (zejména ISW), který má punc seriózně odváděné práce. Je však třeba mít stále na paměti, že informace a dezinformace jsou ve válce jednou z účinných zbraní, používají je obě strany a je třeba k nim vždy přistupovat s rezervou.

Kolik času jste nad vymýšlením a následným zpracováním příspěvků na Twitter denně trávila?

Ráno vstanu, uvařím si kafe, kouknu na stav radiační situace, kouknu do zpravodajství a nějakou úvodní větu vyberu. Celkem to zabere tak 20 minut. Občas mám úvodní větu připravenou už z předchozího dne, pak to zabere méně.

Nemáte pocit, že svým vystupováním/podáváním informací můžete ohrožovat novináře, kteří se informováním živí? Tzv., že jim přebíráte jejich práci, i když za to nejste placena?

Vůbec ne. Zpravodajství, kromě informace o radiační situaci, se ani nesnažím poskytovat. Naopak, spoléhám na novináře, že si u nich tu úvodní větu nebo odstavec najdu.

Poradila byste několik pravidel, co a jak publikovat na Twitteru, aby i běžný uživatel byl pro publikum věrohodný a úspěšný?

Snad jedno. Je třeba mít téma, které lidi zajímá, psát o něm poctivě a otevřeně.

Máme rok od války. Jak se podle vás během této doby změnil váš styl informování? Udělala byste něco jinak?

Mám za to, že se nezměnil a měnit jej nepotřebuji.

Máte v plánu se i do budoucna takto nadále veřejně angažovat a informovat o dění ve světě?

Twitter pro mě zůstane nástrojem, jak rychle dostat potřebnou informaci mezi lidi. Budu se tedy snažit udržet sledovanost svého profilu zejména u novinářů. Za úspěch považuji, že se podařilo vybudovat i velmi slušnou sledovanost oficiálního účtu Státního úřadu pro jadernou bezpečnost

(@SUJBofficial, cca 15 tisíc sledujících), to je místo, kde lidi aktuální informaci o radiační situaci najdou i kdybych nebyla k dispozici. Velmi se těším na dobu, až Rus z Ukrajiny vypadne, a budu moci přejít k nižší frekvenci tweetů.

Nemyslíte si, že některé účty na Twitteru slouží pouze k vystrašení lidí a šíření poplašných zpráv a paniky? Neměl by Twitter nějak zakročit?

Ano, dozajista. Je to částečně zbraň v hybridní válce, kterou proti nám Rusko už řadu let vede. Částečně slouží i k jisté seberealizaci lidí, kterým to posiluje jinak chabé sebevědomí. Nebo léčí frustrace. Zakročit proti tomu? Podle mě je třeba trpělivě předkládat a vysvětlovat fakta, většina lidí je schopna si udělat vlastní názor. Nějaké zákazy a omezení nemají dlouhodobou šanci na úspěch. Jako jsme se v minulosti naučili žít s novinami, rozhlasem a televizí, neučíme se žít i se sociálními sítěmi.

Je nějaká všeobecná změna ve stylu informování o válce, která vás překvapila či zaskočila?

Intenzita a propracovanost ruské propagandy.

Příloha č. 8: Rozhovor Roman Máca

Novinář nejste, čím se tedy v běžném životě živíte?

Momentálně jsem ve výpovědní lhůtě, ale pracoval jsem jako analytik. Zabýval jsem se bezpečnostní problematikou jako kybernetickou bezpečností, hybridní hrozby, dezinformace, ale i vojenskou obranou.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru, i když vaší profesí není novinářina? Jaký byl hlavní podnět?

Věnuji se problematice informační bezpečnosti přes 10 let. Tehdy to byla témata jako bezpečnost na internetu, kyberšikana, seznamování na internetu, podvody, důchodci atd. Když v roce 2014 začala válka na Ukrajině, začaly se hojně objevovat různé proruské weby. V té době jsem byl zapojený do jedné z iniciativ Rady Evropy, kde jsem se seznámil s pár Ukrajinci a v roce 2015 s nimi odjel na Donbas. Tam pak vidíš, jaká je realita, a co hlásí ruská propaganda. Navštívili jsem také Slovjansk, jedno z měst, kde válka v roce 2014 začínala a jednalo se o jednu z největších bitev. Lidi tam vedli celkem normální život a stopy války musel člověk hledat, ale na českých alternativních webech jsem četl, jak Slovjansk neexistuje a je srovnán se zemí. Když je pak člověk konfrontovaný realitou, má motivaci sdělit světu pravdu. Objel jsem na Ukrajině několik měst a začal psát články na blok iDNES. Zaměřoval jsem se na příběhy Ukrajinců, s kterými jsem se na cestách potkal a bavil. Na Ukrajinu jsem se několikrát vrátil a procestoval ji včetně Donbasu. Když pak člověk pozná osudy místních lidí, má po návratu potřebu se k tomu vyjádřit, a ne to nechat být. Zároveň jsem si tam udělal kamarády, kterým se obrátil život vzhůru nohama a o vše přišli. Za druhé má člověk potřebu vyvracet ruské dezinformace a nějakým způsobem proti tomu bojovat.

Máte na Twitteru poměrně dost sledujících. Vnímáte se jako influencer?

Jako influencer se rozhodně nevnímám. Pokud mám zajímavou či investigativní věc, tak ji na ten Twitter prostě dám. Pak mám třeba statisícové dosahy a chytají se toho média, ale pro to to nedělám. Pro mě je to platforma, kterou využívám pro sdílení zajímavých a důležitých témat a objevů, které chci dostat do širšího povědomí nebo o nich rozprout diskusi.

Vnímáte i to, že svým vystupováním můžete ovlivnit lidi, kteří vás sledují?

Já nechci nikoho ovlivňovat ani přesvědčovat. Navíc přesvědčovat přesvědčený nemá nejmenší smysl. Pak je pár lidí v šedé zóně, kterým se snažís podat trošičku jiné informace, než které se k nim dostanou ze strany dezolátů. Mým cílem je upozornit je na různé nesrovnalosti, které nedůvěryhodné skupiny sdílí.

Proč jste si pro informování vybral zrovna Twitter, a ne jinou platformu?

Využívám Twitter a Facebook, kde v podstatě dubluji obsah. Zároveň jsem starý na TikTok a Instagram, abych točil videa. Na každé platformě míříš na jiný cíl. Co funguje na Twitteru, tak nefunguje na Facebooku a opačně. Zatímco Tomio Okamura je populární na Facebooku, kde najde cílovou skupinu SPD, na Twitteru by takový úspěch neměl. Twitterové publikum chce informace s přidanou hodnotou a vyhnout se zbytečným facebookovým hádkám a trollům.

Jakou vidíte hlavní výhodu Twitteru?

Já vnímám přidanou hodnotu v těch informacích. Tím, že jsou tweety kratší než statusy na Facebooku, tak to vyžaduje určitou kompresi informace. Není místo na zbytečnosti, což je podle mě určitě dobrá věc. Twitter považuji za jeden z dobrých zdrojů informací a obecně vnímám trend twitterové žurnalistiky. Namísto média můžete sledovat konkrétního novináře, který se věnuje vámi blízkému tématu, a tak získáte informace přímo od něj.

Vnímali jste Twitter během války na Ukrajině jako hlavní zdroj informací?

Za hlavní zdroj informací vnímám to, co jsem sám viděl a zažil na vlastní kůži. Díky tomu i vím, že když někdo napíše, jak Rusy na Ukrajině radostně vítají, že je to blbost. V těch místech jsem byl a znám nálady lidí i jejich pohled na celou situaci. Když vám někdo rozbombarduje barák, tak ho určitě jako osvoboditele nevnímáte. Takže jednak to je zkušenost, která ti vytváří kontext, a za druhé to jsou osobní kontakty a kamarádi, které jsem během cest získal. V Irpiňi jsem měl kamarádku, která mi hned na začátku psala, že nechápe, co se to v její zemi děje. Byla deset dní bez jídla, topení, elektřiny a až pak se jí povedlo dostat na západ Ukrajiny. Tak samozřejmě, že jsem ji věřil, ale mohli jsem ji napsat, že ji neodstřelovala ruská armáda, ale ta ukrajinská, protože to psali na Facebooku. Na sítích se objevují názory dezinformátorů, že pravda je někde na půl, a tak bychom ji měli vnímat. To bychom stejně mohli tvrdit, že na Pearl Harbour zaútočili Američani, Lidice vypálili Češi a při obléhání Leningradu hráli mrtvé na ulici herci, jak to teď o Ukrajincích tvrdí sami Rusové.

Informace jste tedy získával z vlastních zdrojů, nebo jste čerpal i od světových médiích?

Většinu informací mám od lidí, které znám osobně. Jsou to Ukrajinci, kteří utekli z okupované části na západ Ukrajiny, a ti zas mají své kontakty do těch okupovaných částí. Například tam zůstal jejich soused, který jim o situaci referuje. Z mé vlastní zkušenosti vím, že největším zdrojem informací na Ukrajině byla paní prodavačka v kiosku na autobusovém nádraží, ta věděla všechno. Pak jsem čerpal také z Twitteru, protože tam jsou rychlé a krátké informace. Mám tam okruh lidí, který znám osobně, mám k nim určitý respekt a vím, že jim na důvěryhodnosti informací záleží. Osobně jsem se doptával známých na Ukrajině, abych získal dovysvětlení k celé situaci. Když pak čtu zpravodajskou zprávu, že je po celé Ukrajině vyhlášený letecký poplach, tak kvůli tomu už nikomu psát nemusím a té informaci věřím. Samozřejmě čerpám i z českých veřejnoprávních médií, kterým důvěřuji a podle mě odvádí velmi dobrou práci.

Když jsme se bavili o dezinformacích a dezinformačních webech. Jak s dezinformacemi pracujete vy? Ověřujete si informace nebo čistě důvěřujete tomu, co si přečtete od svých zdrojů?

Co se týče investigativních věcí, tak vycházím většinou z otevřených zdrojů. Jsou věci, které jsou naprosto očividné a můžeš si je buď spojit s fotkou, videem nebo je vyčteš v insolvenčním rejstříku apod. Takže si samozřejmě informace vždy ověřuji, a pokud narazím na něco, co se mi nezdá, tak radši vyčkám a nezveřejním to hned. To byl případ ruské rakety, která doletěla do Polska a zabila dva lidi. Někteří se toho chytli a začali hlásat, že Rusko napadlo Polsko a dožadovali se Článku 5. Já jsem v tomhle ohledu zdrženlivější a radši počkám, jak se to vyvrbí. Radši se zaměřuji na věci, které jsou nezpochybnitelné.

Stalo se vám někdy, že jste vypustil tweet s informací, kterou jste si ověřil, ale i tak se později ukázala jako mylná?

Co si vybavuji, tak se mi stalo, že sem jedné dezinformaci uvěřil, možná jich bylo víc, ale ty si už nevybavím, a vypustil ji ven. Snažím se tomu předejít zdrženlivostí, takže když si o tom nejsem stoprocentně jistý, tak to ven nedám, anebo počkám. Před lety takhle přišla zpráva, že ruský opoziční novinář Arkadij Babčenko byl zavražděn v Kyjevě. Celý svět tomu věřil, včetně mě, protože se společně s informací objevily také fotky, kde ležel v kaluži krve. Nakonec vyšlo najevo, že šlo o operaci ukrajinských tajných služeb a Babčenko žije. To je ale extrémní příklad.

Jak jste pracoval s fotografiemi a videi? Přeci jen je v dnešní době těžké poznat, zda byla fotografie upravená nebo ne, nepomáhá tomu ani umělá inteligence. Přebíral jste je z ověřených médiích nebo i jinde?

Upravené fotografie jsou součástí každé propagandy. Rusové například vzali fotku z nějakého válečného filmu, uprostřed trosek posadili brečící holčičku a vydávali to se slovy, jak ukrajinští fašisti vraždí děti. Zrovna u nich je to velmi častý jev. Nedávno vypustili video, kde holčička v poušti anglicky nadává ruskému vojákovvi, akorát to v Rusku prolítlo médií s tím, že za videm stojí západní média. Ten záběr logicky nedával smysl, proč by ukrajinská holčička nadávala ruskému vojákovvi anglicky? Nesedělo ani počasí, protože video vyšlo ven v zimě, a ne v létě. Takže ruská média přiřkla západním médiím něco, co ani neudělaly, ale co vylžou, že dělaly, tak na to zaútočily. Dost se toho také objevuje na ruských sociálních sítích, ale většinou se jedná o věci vytržené z kontextu.

Na Telegramu se objevovaly fotografie bez cenzury, které se následně objevovaly i na Twitteru. Měl by Twitter nějak zasáhnout a automaticky tyto videa mazat?

Existují dva extrémní protipóly, buďto to nechat, nebo hned smazat. Že se to nezobrazí hned a upozorní na drastický obsah mi přijde jako zlatá střední cesta. Záleží, jak funguje algoritmus na

vyhodnocování videí, co ponechá a co schová. Ale kdyby se jednalo o potenciálně nebezpečné video, které by vybízelo k dalšímu nebezpečnému jednání, určitě bych ho nechal hned smazat. Akorát drastické záběry k válce patří a lidi by je podle mě měli vidět. Kdo válku nezažije na vlastní kůži, tak ji samo sebou nemůže pochopit.

Kolik času denně jste trávil nad tvorbou tweetů?

Já nedělám žádné online přenosy, takže sbírám informace postupně a pak z nich nějaký tweet vytvořím a když je čas, dám ho na Twitter.

A váš názor na Telegram?

Telegram založil Pavel Durov, což je také zakladatel ruské sociální sítě V kontakte. V Rusku jde podle mě o nejpopulárnější sociální síť. Durov víceméně zkopíroval Facebook dřív, než tam vůbec stihl dojít. Během Majdanu v roce 2014 ho používali také Ukrajinci a další postsovětské státy. Problém nastal, když ruské tajné služby chtěli po Durovi přístup ke všem kontaktům. Síť mu sebrali a on utekl do Ameriky. V současnosti ovládá V kontakte holding, který vlastní Putinův oligarcha. Durov pak v Americe založil Telegram, který se ihned stal populárním. Během války se dá považovat za jediný zdroj informací, kde se dá sehnat také něco jiného než v propagandistických ruských médiích řízených Kremlem. Všechno ostatní bylo v Rusko vypnuto – Twitter, Facebook, Instagram i nezávislá témata a zbylo jen vládou kontrolované V kontakte. Samozřejmě i na Telegramu jede ruská propaganda a svůj účet tam má i Medvěděv, takže ho nezakázali i z tohoto důvodu.

Máte pocit, že svým informováním o válce na Twitteru přebíráte práci novinářům? Že by se mohli cítit ohroženi a brát vás jako konkurenci?

To si nemyslím. Podle mě tam funguje nějaká symbióza. Dost věcí, které někde vypátrám a vím, že jsou ve veřejném zájmu, tak se o ně podělím s novináři. Mým hlavním cílem je, aby se to téma celospolečensky řešilo. Některé informace dám na Twitter a v médiích se objeví s dodatkem: "Upozornil na svém twitterovém účtu Roman Máca", ale pak jsou obsáhlejší věci, které je lepší, aby zpracoval zkušený novinář. Takže pokud se dostanu k zajímavé informaci nebo vypátrám něco podstatného, napíšu o tom novinářovi, aby se na to podíval. Z mé strany to rozhodně není konkurenční. Nejde mi o peníze ani o slávu, rád někdy svou práci přenechám zkušenějším.

Máte v plánu se i nadále takhle veřejně angažovat a informovat o dění ve světě?

Určitě. Když se jednou vydáš na tuhle cestu, tak z ní jen tak neslezeš. Je to věčný boj za něco, nejdřív uprchlíci, pak covid a teď Ukrajina. Pro mě je důležité bojovat za principy, kterým věřím a následně je bránit. Protože, jak se říká: "Když usneme v demokracii, probudíme se v totalitě".

Novinář nejste. Čím se tedy v běžném životě živíte?

Jsem odborným asistentem Fakulty sociálních věd s tím, že se zabývám dominantně válkou, ozbrojenými konflikty a hodně metodologií, to tak nějak zbylo.

Proč jste se rozhodl informovat o válce zrovna na Twitteru, i když vaší profesí není novinářina? Jaký byl ten hlavní podnět?

Tady je to celkem jednoznačné. Když tu máme válku, něco, čemu se člověk věnuje a ty války v naší blízkosti nejsou úplně tak časté, tak by bylo velmi divné, kdyby se k tomu člověk čas od času nevyjádřil. Je to rovněž předmět mého výzkumného zájmu. Takže si myslím, že v mnoha ohledech mám k tomu výrazně blíže než 2/3 novinářů. Většina novinářů se válkou nezabývá, berou to jako něco, co teďka táhne nebo táhlo. Logicky se k tomu taky vyjadřují, ale kdyby ta válka byla dál, tak vlastně by to asi nebyl hlavní předmět jejich zájmu a možná by to vůbec neřešili.

Takže ten důvod je spíš takový, že se té problematice dlouhodobě věnujete a chcete lidi informovat z toho vlastního pohledu?

Máme tu alternativy. Do odborného článku, pokud nejste studentem nebo zaměstnancem univerzity, se nedostanete. Respektive jsou podle mě pro lidi příliš drahé. Stojí kolem 30, 40 nebo taky 50 USD, což většina lidí není ochotná dát. Zároveň to je pro ně příliš složité. Dlouho trvá i recenzní řízení, co se napíše dneska, tak když bude mít hodně velké štěstí, vyjde za rok a půl. Realita je kolem 2-5 let. Pak tu máme média. Když napíšu něco zajímavého na Twitter, tak se někdy ozve novinář, jestli bych to nerozvedl do podoby článku. Nejsem jako oni omezený redakční politikou, ale zase jsem omezený tou platformou. Twitter jsem si vybral, protože Facebook je s prominutím žumpa. Navíc tam mám lidi, které osobně znám, a to je základní rozdíl mezi Facebookem a Twitterem. Na Twitteru drtivou většinu lidí, které sledujete nebo oni sledují vás, tak vlastně neznáte. Facebook vede k ukecanosti, Twitter je přece jenom úspornější.

Když už jsme u toho Twitteru. V čem vidíte hlavní výhodu této sociální sítě?

Jak už jsem řekl, není to na rozdíl od toho Facebooku taková žumpa a není to tak ukecané. Když už mi někdo napíše na Facebooku, byť ho reálně nepoužívám, tak tam standardně bývají různé vulgarismy. Občas se to stane taky na Twitteru, ale když vezmu v potaz rozdíl v počtu sledujících, tak ten Twitter je úplně někde jinde.

A v čem vidíte nevýhodu této sociální sítě?

Tak je to žrout času. Samozřejmě z pohledu lidí, kteří to mají jako součást podnikání, tak ten Twitter

nabízí jistou formu sebe prezentace. Je to pro ně reklama zadarmo. U mě nic takového nefunguje. Takže je otázkou, jestli ten vynaložený čas za to vůbec nakonec stojí. Kdybych byl v práci zčásti hodnocený za své vystupování a bylo by to bráno jako součást marketingu školy, tak budiž, ale není tomu tak.

Berete se jako influencer? Vnímáte, že tím, co vy tam napíšete, můžete ovlivnit sortu lidí, která vás sleduje?

Těch sledujících nemám zas tolik, ale to asi není podstatné. To téma války je samo o sobě specifické a na Twitteru máte kolem sebe lidi s nějakým mentálním přednastavením, kteří jsou otevřeni určitému typu informací. Zároveň nevěřím tomu, že dokážu mírně inteligentního člověka přesvědčit třeba k tomu, že Obama nenávidí demokraty nebo republikány. Ve výsledku má i ta nejdebilnější zpráva šanci na to, že u vás zarezonuje. Podle mě na Twitteru velmi omezeně ovlivňujete. Je strašně těžké, zejména když na něco už existuje vyhraněný názor, nějakým způsobem s tím názorem pohnout. To, co můžete samozřejmě udělat je, že pomůžete někomu artikulovat jeho vlastní názor nebo mu pomůžete si ho ujasnit, pokud ho ještě nemá. Jakmile lidi začnou mít názor, tak už se ho nechtějí vzdát. Čím víc je ten názor propracovaný a žitý, tím těžší to je.

Myslíte si, že česká média o válce dobře informovaly?

Podle mě ano. Jde samozřejmě najít individuální případy, kde se něco nepovedlo. Obecně bych ale řekl, že to média zvládla. Česká televize je třeba schopná, protože má lidi a řešeršisty, co se na ty reportáže dopředu velmi dobře připraví. To Prima třeba nemá, tam to stojí na jednom člověku. Pak když ten tým chybí, tak jde kvalita sama sebou dolů. Zároveň si nemyslím, že by média nějak záměrně vyvolávala strach, anebo tu situaci banalizovala. Najdou se konkrétní hosti, kteří vám budou tvrdit, že je Rusko už dávno poražené, nebo že tu třeba všichni umrzeme. Pokud se tohle čas od času stane, že tam vystoupí podivuhodně optimistický nebo pesimistický názor, který se s realitou nijak nekryje, tak si nemyslím, že to je principiálně špatně. Mají zaznívat různé názory a nemá smysl to omezovat. Řekl bych, že to mediálně pokrytí bylo dobré a relativně kompetentní.

Záleží i na moderátorech, jestli dokážou ty lidi zkorigovat a vést je směrem, kterým chtějí.

Tam pak může být problém, že jde vidět určitý typ názorů – implicitně preferovaný. To se samozřejmě děje a je to běžné. Přiznejme si, že v tomhle konfliktu stojíme na jedné straně, je to tak. Pokud to nenabude extrémního rysu, tak bych to neviděl jako velký problém. Byť je potřeba si dávat pozor, ale to už je otázka pro ty média, aby vypustily z něčeho, co je mírně vyostřené na jednu stranu, aby to nepřešlo do extrému. Extrému, který nám je relativně sympatický. Ono bylo vidět, že máme velkou tendenci nazývat jakýkoliv ruský útok či zásah válečným zločinem. A moderátoři vás do toho tak trošku sami táhnou. Přitom vy třeba u raketových útoků vlastně nevíte, na co oni mířili. Vy nevíte, jestli zasáhli civilní cíl, protože na něj opravdu mířili, což by byl válečný zločin, nebo jestli mířili na

jiný cíl a netrefili se, což se taky může stát. Další možností je, že tam třeba kdysi byl vojenský cíl, ale u nich probíhá strašně zpomalená zpětná vazba. Běžně se stává, že targeting proběhl jindy, než co proběhl samotný úder. Kdybychom měli říct, jestli to je nebo není válečný zločin, tak bychom museli hodně přesně vážit na miskách vah, protože tam je nějaká zásada proporcionality. Kvůli tomu, že se v ulici vyskytuje jeden voják a vy nemáte důvod si myslet, že je tam ještě další, tak byste neměla zbourat polovinu ulice. Tohle se pak ale velmi těžko dokazuje. Taky byly případy, že Rusové zasáhli nějaký cíl, kde se později ukázalo, že byla vojenská technika, ale v prvních okamžicích to ty média prezentovala jako útok na civilní cíle. Zrovna v tomhle případě to ale byl naprosto legitimní cíl, protože tam Ukrajinci tu techniku opravdu měli. Tyhle informace většinou v médiích už chybí. Prostě stojíme na nějaké straně a je normální, že média informují způsobem, který není stoprocentně vyvážený. Podle mě v téhle situaci ani být nemůže.

Spolupracoval jste i nějak s médii?

Jen formou rozhovorů a vyjadřování k situacím. Novináři mají strašně rádi vojenskou techniku a permanentně se na ní ptají. A proč? No, protože tu techniku ukážete, dáte k tomu tabulku se zajímavými čísly a hezky to vypadá. Přitom výcvik je mnohem podstatnější než technologická úroveň, ale jak ho budete ukazovat? Ukážete divákům skupinu lidí roztroušených po poli, které pořádně nevidíte, protože se maskují. Takže to není tak hezký záběr jako tanky nebo vojenská letadla.

Vím, že se válečným konfliktům dlouhodobě věnujete, ale kde berete aktuální informace? Z jakých zdrojů čerpáte? Nebo máte vlastní zdroj na Ukrajině?

Mě zas tak pění dní nezajímá. To je hlavní rozdíl mezi novinářem a mnou. Zatímco pro novináře je podstatné, co se stane dneska ve tři hodiny, mně je to úplně jedno. V 99 % případů mě to nezajímá a nemá smysl to řešit. Mě zajímají věci obecnější povahy. Ve většině případů neřeším, co se tam děje právě dneska nebo co se bude dít zítra. My nějaké zdroje samozřejmě máme a můžeme se na ně podívat, třeba na účty se seznamem zničené techniky. Ty ale nikdy nebudou stoprocentně kompletní a můžeme si klást otázku, jestli je stejná přesnost pokrytí ztrát Rusů a Ukrajinců. Od začátku tu bylo jedno nepsané pravidlo, a to že se úplně nemotáme do toho, jak velké ztráty Ukrajinci mají. Relativně dobré zdroje jsou některé ruské telegramové účty. Byť v posledním půlroce ruská vláda hodně omezuje, co se může psát. V průběhu léta se tam vyskytovaly překvapivě zajímavé úvahy nebo myšlenky, dneska už tolik ne. Je nutné být opatrný, něco zajímavého se tam samozřejmě dozvíte, to ale neznamená, že všechno, co říkají jsou nesmysly. Např. když Rusové přicházejí o území a v kanálu přiznají, že něco ztratili, tak vy máte docela velkou jistotu, že to tak bude. Ale nefunguje to naopak. Když postupují, tak aby i podpořili paniku, píšou, že už jsou tady a něco získali. Pokud tam chybí vizuální prvek, tak se tomu nedá úplně věřit, protože doufají, že se to dozví vojáci na frontě, rozproudí se panika a boj bude snazší. To samé platí v zásadě i pro Ukrajince. I oni čas od času zveřejní přibarvené zprávy, např. že vztyčili vlajku a překročili Dněpr. Dněpr překročilo šest lidí na

dvou malých člunech, zakotvili na neobývaném ostrově, vytáhli vlajku a rychle ujeli zpátky. A tady to půl dne žije, že se Ukrajincům podařilo zahájit ofenzívu přes Dněpr. Bohužel jsou lidi, kteří tomu věří. Důležité je také říct, že když se novináři dostanou na frontu, tak pochopitelně vidí a zažívají tu situaci. Oni vás ale pochopitelně nepustí úplně všude, vyberou si kam. Takže se můžete dostat do úseku, kde se vedou těžké boje, ale o 10 km dál to bude v klidu. To platí i opačně. Dostanete se do kontaktu s vojáky, kteří mají šílenou depresi a už se jim nechce bojovat. Vy ale nevíte, jak dlouho je ten prapor na frontě. Může tam být měsíc, čelit přesile a mít velké ztráty. O desítky kilometrů dál najdete prapor úplně v pohodě, který vám bude tvrdit, že se teprve připravuje na ofenzívu. Novináři vidí jenom výsek událostí, ale není to jejich vina. Pak je těžké si vytvořit názor, který bude reprezentativní.

Souhlasím s tím, že pokud se novinář dostane přímo na frontu a vidí lidi umírat, semele ho to. Pak je samozřejmě těžké zůstat objektivní.

Co prodává zpravodajství? Lidské příběhy. Novinář chce v tom příběhu člověka, což není špatně a je to naprosto pochopitelné. Diváci se lépe ztotožní s lidským příběhem než s náročnými daty. Já jsem analytik a lidské příběhy nepotřebuji. Když bych ale v televizi vytáhl formální model analýzy a řekl: Podívejte se, ze 30 % případů, tady je možné udělat průlom do tolika dnů a ztráty budou takové," tak tomu 95 % lidí neporozumí.

S válkou jsou spojené i dezinformace. Oproti novinářům vás netlačí čas a rychlost zveřejnění. Jak s dezinformacemi pracujete? Ověřujete si informace nebo je radši nezveřejníte, když si nejste jistý?

Největší dezinformace jsou typicky kolem aktuálního dění, u kterých je strašně těžké rozklíčovat, jestli by to mohla být pravda, nebo ne. Na obou stranách se člověk setkává s neověřenými zprávami, věcmi, které nedávají úplně smysl nebo s hodně odvážnou interpretací. U ruských serióznějších účtů se spíš děje, že je problém v interpretaci. Často používají slovíčko průlom, ale vojenský průlom má velmi specifický význam. Vojska budují obranu v řádu mnoha kilometrů. Průlom neznamená, že jste se dostal přes jedno pole do vesnice, ale aby to byl průlom, musela by se tahle akce zopakovat minimálně šestkrát. Občas se taky stane, že nesedí obce, ale to je spíš problém novinářů, kteří musí rychle reagovat, ne můj. Já na tyhle věci nemusím reagovat, komentovat je ani zveřejňovat.

Rusové rádi zveličují. Když tvrdí, že mají v Bachmutu šest brigád, tak mě jako vojenskému analytikovi dojde, že to není možné. Existují předpisy, které vám říkají, jak širokou frontovou linii má držet prapor o 500 lidech. Jeden prapor by měl kolem pěti kilometrů, takže když si to spočítáte, dojde vám, že tam můžou mít maximálně jednu až dvě brigády. Šest praporů tam prostě nebude a já vím, že se tomuhle nemusím věnovat, natož to komentovat.

Dalším příkladem je událost z chersonské oblasti, kde mělo jedno malé město před válkou kolem

4000 obyvatel. Nikdo to neznal, taková česká Ledeč nad Sázavou. Pak se začali objevovat zprávy, že je obklíčilo dva tisíce Rusů. Po celé délce pravobřežní Ukrajiny, kterou Rusové kontrolovali, měřila jejich frontová linie 200 metrů. Na téhle délce měli mít odhadem patnáct až dvacet tisíc vojáků. Když si to spočítáte, opět to nedává smysl, i přesto to některé polo-seriózní účty sdíleli se slovy: "Odehrává se pokus o obklíčení." V lepším případě tam mohlo být max 200 Rusů. Na tohle jsem třeba zareagoval, že to nedává smysl. Logicky se mi v neznámém městě neobjeví 10 % armády. Nesrovnalosti v takových počtech se čas od času objeví. Na těžký dezinformace jsem nenarazil, spíš je to tendence uvěřit jakýkoliv věci. Když se nad tím člověk alespoň trochu zamyslí, dojde mu, že to pravda asi nebude.

Vnímáte, že vám do ruky hraje i to, že máte oproti novinářům mnohem více času na ověření a doplnění informací?

Samozřejmě. Zároveň to mohu uvést tím, že to je jen spekulace. Ve většině případů mě nezajímá, co se děje v tom konkrétním dni. Z mého pohledu je to nepodstatný.

Kolik času denně jste trávil přípravou tweetů? Nebo to bylo tak, že jste měl zrovna čas, sepsal to a dal to na Twitter?

Když jsem měl čas. Některé tweety třeba vycházely z odborných textů nebo jsem se vyjádřil k věcem, o kterých jsem mluvil se studenty v rámci přednášky.

Ještě mě zajímá váš názor na jednu sociální síť, která je hodně spojená s východem, a to Telegram. Čerpal jste informace i zde? Stále se jedná o dost kontroverzní síť bez cenzury plnou dezinformací.

Vždycky to byl jeden ze zdrojů. Už v době arménsko-ázerbájdžánské války před dvěma lety, se tam daly najít oficiální seznamy ztrát. Telegram čas od času člověk použije, ale na Twitteru je dost účtu, které replikují obsah z Telegramu. Nemám velkou chuť tam zbytečně chodit. Samozřejmě se tam na začátku objevily zajímavé věci. Rusové měli tendenci moc nezveřejňovat videozáběry a fotografické záběry, zatímco povstalci si točili a rádi se pochlubili tím, když zničili ukrajinský tank. Na druhou stranu tam jsou hnusné věci a spousty dezinformací. Je nutné ten obsah hodně filtrovat a dávat si pozor na různé interpretace. Telegram by se měl brát opatrně a člověk by neměl věřit všemu, co se tam píše, ale to platí na všechny sociální sítě. Já si myslím, že kdo zůstane na Twitteru, tak o moc nepřijde.

Myslíte si, že by mohl být Twitter do budoucna hlavním zdrojem informací pro normálního člověka?

Nevím. Podle mě do nějaké míry ano, a už se to děje. Jsem k tomu strašně skeptický a neumím si představit způsob, jak to celé řešit. Problém všech sociálních sítí je ten, že tam v zásadě může přispět

kdokoliv. Na jednu stranu je to hezké a obcházejí se tím třeba gatekeepři v médiích, kteří ale mají zároveň pozitivní funkci. Zároveň se může stát, že budou některé mladší redakce vychýlené jedním směrem víc a lidem se to nebude líbit. Twitter a další platformy pak mohou poskytnout alternativu. Bohužel místo mírně vyvážené alternativy bude mít většina sociálních sítí tendenci amplifikovat naopak ty nejextrémnější protinázory. Ve výsledku se na Twitteru nedostanete k lepším informacím.

Takže byste doporučil, aby se lidi nespolehali jenom na to, co si přečtou na Twitteru, ale hledali doplňující informace u tradičních médiích?

Určitě. Twitter vnímám jako zajímavý doplněk pro témata, které nejsou mainstreamové. Podle mě by byla chyba to vnímat tak, že mi to nahradí kvalitní novinařinu. Nenahradí. Zejména pak u témat, kterým rozumím míň nebo vůbec. U Twitteru a dalších sociálních sítí dochází k enormnímu zapouzdření názorů do komunit, kde spolu lidi souhlasí. Tam, kde je Twitter mnohem více rozšíření, může jednou dojít ke vzniku poloparalelních světů, které budou žít pouze ve své pravdě. Pravděpodobně se vám budou zobrazovat věci, se kterými budete souhlasit, ale co se vám ukáže z té druhé stran barikády? No ti největší magoři.

Novinářem nejste. Čím se tedy v běžném životě živíte?

Založil jsem a vedu nezávislý výzkumný institut, který za použití vyspělých a počítačových metod vytváří něco, čemu se říká digitální dvojče globalizovaného světa. Nabízí komplexní možnosti simulací, modelací, analýz v nejrůznějších oblastech politického a ekonomického života.

Proč jste se rozhodl informovat o válce na Twitteru, i když vaší profesí není novinářina? Jaký byl ten hlavní podnět?

Ono to není úplně tak, že by to nebylo mojí profesí, protože výzkumně i pedagogicky jsem se v předchozím profesním životě odborně zajímal středoevropskou a východoevropskou bezpečností. Zejména z hlediska integračních snah Ukrajiny a bezpečností oblastí. Náš institut dělal analýzy pro různé vládní aktéry, především z obchodních, ekonomických a energetických dopadů. Téma mi je velmi blízké a není mimo můj obor. A proč jsem se rozhodl to dávat na Twitter? Nesleduji žádnou ucelenou linku na Twitteru. Když mě něco naštve nebo mám pocit, že jsme někde vybádali něco zajímavého, tak to tam sdílím. Mým cílem není systematicky oslovovat veřejnost přes Twitter, ani tak o tom strategicky nepřemýšlím. Na Twitteru moc nefiguruji, podle mě moje příspěvky nikoho nezajímají.

Ale to nemůžete vědět, třeba někoho zajímají a můžou ho ovlivnit k tomu, aby si k tématu dohledal doplňující informace. Vnímáte, že byste mohl někoho takto ovlivnit?

To určitě vnímám. Ale Twitter prostě nepoužívám jako základní komunikační médium, jde o nárazovou aktivitu.

Takže se spíš chcete čas od času vyjádřit k aktuální situaci a použijete k tomu své výzkumy? Proč jste si vybral zrovna Twitter, a ne jinou sociální síť?

Ano, přesně tak. Já moc jiných sociálních sítí nepoužívám. Před třemi lety jsem byl občas na Facebooku, a i ten jsem úplně vyřadil ze svého repertoáru. Ale když vidím, jaké změny na Twitter přináší Elon Musk, tak ho možná taky brzy opustím. K Twitteru používám ještě LinkedIn, který považuji za důležitou sociálně profesionální platformu.

Vnímali jste Twitter během války na Ukrajině jako hlavní zdroj informací?

Já ho takhle nikdy nevnímám a vlastně ani nevnímám. Na Twitteru samozřejmě skroluji, ale spíš pro vlastní pocit, abych zjistil, co hýbe českou, evropskou a případně transatlantickou společností. Dalo by se říct, že "měřím teplotu veřejné debaty". Na Twitter nikdy nejdu primárně s tím, že se chci dozvědět, co se kde děje. Situaci na Ukrajině sleduji i z jiných kanálů, ale samozřejmě informace k

tomu najdete i na tam. Mnohem víc jsem ho používal před volbou prezidenta, kde se dal považovat za zdroj informací z hlediska toho, že jsem sledoval vývoj nálady.

Takže by se podle vás lidi neměli spoléhat jenom na to, co si přečtou na Twitteru, ale měli by si dohledat kontext v tradičních médiích?

Nerad bych vás svými odpověďmi zklamal, ale já o tom takhle vlastně nikdy nepřemýšlel. Twitter považuji za velmi potenciálně nebezpečné médium. Pokud ho někdo používá výhradně jako informační médium, tak si myslím, že to není správné. Ale jestli to tak lidi opravdu mají, to nevím, nemám na to analýzu ani se téhle problematice nevěnuji. Já sám věřím, že jsem schopný na Twitteru odlišit povzdech, komentář nebo výkřik. Jakmile se tam objeví náznak analýzy, začínám o tom přemýšlet úplně jinak, kritičtěji, a snažím se podívat, co za tím je.

V čem vidíte hlavní výhodu Twitteru?

Sice je to na jednu stranu ovlivněno algoritmem, ale pro mě je Twitter nejcennější v tom, že jsem schopný vidět, jaká témata twitterovou veřejnost zajímají, třeba sporná témata, o čem se lidi nejvíc hádají a mluví. Tohle mě na tom baví a subjektivně to pro mě má největší hodnotu. Kdybych se na to měl podívat objektivně, tak se svědomitým používáním je Twitter potencionálně skvělá věc. Poprvé za lidskou historii má každý člověk možnost konfrontovat a komunikovat napřímo s lídry v jakékoliv oblasti. Můžeme se svobodně vyjádřit k čemukoliv, což je fascinující rys Twitteru. To, že to tak nefunguje, to je věc jiná.

A nevýhodu nebo hrozbu této sociální sítě?

Asi neřeknu nic překvapivého, ale za mě je to strašné zjednodušování všeho a napomáhání polarizaci už tak dost rozštěpené společnosti. Další věc je otázka falešných zpráv a robotů, kteří do toho vstupují. Twitter a jiné platformy zásadně mění společenské předivo, s čímž v žádném případě ještě neumíme pracovat. Člověk by měl mít základní informační hygienou a zkušenosti, pokud chce do toho prostoru vstoupit. Potenciálně je Twitter velmi nebezpečný už teď. Byly zveřejněné kódy za Twitter a kolik se vyrojilo jejich interpretací. Měl jsem pocit, že co člověk, to jeden názor, ale jedna věc je jasná, úpravou několika řádků kódu můžete změnit, jak lidé vnímají a jakým způsobem je nahlíženo ve společnosti na věci, a to je velmi riskantní.

Zmínil jste falešné zprávy a dezinformace, kterých se na Twitteru dost objevovalo. Kde jste čerpal informace vy? Měl jste například vlastní zdroj na Ukrajině, spoléhal jste se na analýzy firem, kterým důvěřujete nebo jste čerpal z mezinárodních tiskových agentur jako Reuters?

Na Ukrajině mám pár kamarádů, ale až na jednu výjimku jsem nikdy nic takového na Twitter nesdílel. Mám šest pravidelných zdrojů, které obecně sleduji, a v případě války na Ukrajině jsem čerpal z agentur jako Bloomberg a Reuters. Abych získal odlišný pohled, četl jsem Financial Times,

Journal, Politicon a další klasiky. Začal jsem také sledovat stránky národních ministerstev obrany, které jsem dřív nesledoval. Například britské ministerstvo obrany nabízelo zajímavé informace k válečnému konfliktu. Příspěvky, které vycházeli za náš institut, byly založené na velkých datových analýzách, kde hlavními zdroji byly třeba Eurostat, IMF, OECD a mnoho dalších.

Ale i nadnárodním světovým firmám se někdy stalo, že vypustili informaci, která se pak ukázala jako zkreslená. Takže, když jste si na již zmíněných webech přečetl něco, co se vám nezdálo, snažil jste se informaci dohledat ještě někde jinde? Dělal jste dvoufázové ověření jako novináři?

Pokud se mi to nezdá, tak ano. Ale já se nikdy úplně nestaral o zprávy typu "sestřelili stíhačku" nebo "támhle dopadla bomba", kde je riziko špatné interpretace a vysloveně nepravdivé informace, mnohem větší. Já sleduji strategičtější typy informací, například obchodní – kolik je kde ucpaných průlivu, kde jsou zaparkované tankery, jaká je cena obilí kvůli konfliktu atd. V tomhle prostor pro chybu není tak velký, sice i v datech může být chyba, ale to už nikdy nedohledáte. V tomhle případě je informace tak silná, jakou ji dodá statistický úřad. Dvě zprávy, které se mi hned od počátku nezdály a radši jsem se k nim nevyjadřoval, tak byl výbuch podmořského plynovodu Nord Stream a dopad rakety v Polsku. Mě nepálí čas jako novináře, když se něco hodně závažného stane, tak radši počkám, jak se celá situace vyvine.

Kolik času jste denně strávil nad vyhledáváním informací a jejich následným zpracováním?

V prvních týdnech konfliktu, kdy se začalo jednat o prvních sankcí, tak jsem nad tím určitě trávil času víc. Na druhou stranu je pravda, že máme v GARI celý tým koncepčních výzkumníků, kteří pro nás každý den zpracovávali rozsáhlé mnohozdrojové materiály. Ale když vybuchla informace o urychlení ukrajinského členství v EU nebo přístupových rozhovorů, tak k tomu jsem teda měl velkou potřebu se tehdy vyjádřit a strávil jsem nad tím celkem dost času. Moje příspěvky jsou z 80 % komentáře a jenom z 20 % tam dám něco, nad čím jsem trávil nějaký čas a věřím, že je potřeba se k tomu vyjádřit.

Nemáte pocit, že díky tomu, kolik běžných uživatelů se k válce na Ukrajině vyjadřovalo, tak by mohla být ohrožena klasická novinářina? Pro novináře je to práce, za kterou jsou placeni a vy to děláte zadarmo. Zároveň platí pravidlo, že influenceri a blogeři mají mnohem víc sledujících na sítích než novináři.

Já se tím vlastně živím, protože náš ústav se věnuje primárně otázkám ekonomicko-bezpečnostně politickým. Ale novinář nejsem, i když do novin píšu celkem pravidelně, ale rozhodně mě to neživí. Digitalizace proměňuje novinářskou práci a je to čím dál tím obtížnější, ale jde o nezastavitelný trend. Žurnalistika se bude měnit nejen díky Twitteru, ale také díky ChatGPT a umělé inteligenci. Už o válce v zálivu se mluvilo jako o první válce v přímém zálivu a je zajímavé se podívat na to, jak

celý tento proces změnil informování a samotnou novinářinu. Podle mě Twitter nebere novinářům práci, přeci jen tam najdeme mezi uživateli mnoho oblíbených novinářů. Pokud se novinářům podaří propojit oba rozdílné světy, tak je to může naopak posílit.

Myslela jsem to i z toho hlediska, že v dnešní době lidi radši věří influencerům než novinářům, přeci jen k nim mají blíž.

Tohle je podle mě daleko důležitější debata než ta o Twitteru. Když se o mně v rozhovoru v novinách zmíní jako o expertovi, tak to je konec. Slovo expert je v současné době skoro urážka, podpořená celkově daným znejistěním společnosti vůči předkládaným mainstreamovým pravdám. Twitter a další sociální média tomu ještě napomáhají, ale neodnáší to jenom novináři, byť to mají, jakkoliv složité. Podle mě se přizpůsobují době sociální a mediální velmi dobře.

Neměly by podle vás mediální domy všeobecně víc pracovat s blogery a influencery, aby právě byly pro publikum věrohodnější?

Na to odpověď nemám, se přiznám, ale co si všímám, tak už se ten trend děje. Jestli to je správně, nebo špatně posoudit neumím. Je to jedna z cest, ale i cesta do pekel může být dlážděna dobrými úmysly.

Sledoval jste na Twitteru nějakého českého novináře nebo běžného uživatele, který podle vás informoval o válce dobře?

Ano, ale jde hlavně o okruh lidí, se kterými jsem v kontaktu tak jako tak, třeba Martin L nebo Michal Romancov. Ale sledoval jsem i účty, které byli zajímavé z analytického nebo komentátorského hlediska.

A nějaký špatný příklad? Přeci jen se na Twitteru našli uživatelé, jejichž styl byl spíš vyhrocený a snažili se lidi vystrašit. Neměli by se i vůči tomuhle novináři snažit dělat osvětu?

Jestli jsem na Twitteru vnímal něco negativního, tak určitě tohle. Popravdě je to ale hodně dáno obecnými hodnotovými a politickými preferencemi. Takže pokud se mi ve feedu objevil někdo z jiného tábora, tak jsem jeho názor vnímal apriori negativně. Ale nenašel jsem na Twitteru nikoho, kdo by mě rozčiloval, spíš se někdy vedly mini debaty v rámci, já to slovo nenávidím, bubliny. Kdo mě tedy občas štvál, tak byl bývalý ministr, Karel Havlíček, ale to je politická kampaň, ne informační.

Co se týče novinářské osvěty, tak v ideálním světě by to stálo za to. Na druhou stranu musí novináři přežít a ekonomická stránka jejich média je to nejdůležitější. Pro ně je důležité, kolik jejich titulek bude mít kliků, takže na nějakou osvětu už nemají moc času. Tohle je zejména úloha pro neziskový sektor PRO NGO a vládu.

Informovali podle vás česká média o válce dobře, nebo sklouzávali ke klikajícím titulům?

Myslím zejména tradiční média a ne bulvár.

Já česká média zas tolik nesleduji, akorát Hospodářské noviny a Aktuálně, kde to je podle mě velmi vyvážené. Případně Seznam zprávy občas sklouznou k nějakému módu klikatelnosti, ale k tomu sklouzávají všichni. Blesk je v tomhle případě zajímavý, protože občas přinesl opravdu zajímavé články týkající se zahraniční a bezpečnostní politiky. Ale, že bych je sledoval se říct nedá.

Máte v plánu se i do budoucna takhle nadále veřejně angažovat? Nebo si Twitter smažete, jak je v plánu?

Veřejně se angažovat určitě budu, ať už prostřednictvím médií nebo vystoupením na konferenci, protože je to součást mého profesního života. O zrušení Twitteru budu přemýšlet, protože mi je politika Elona Muska čím dál tím méně komfortní. Na druhou stranu je těžký Twitter opustit, když jste tam byl posledních pár let aktivní. Podařilo se nám zviditelnění našeho ústavu a vybudování sítě. Tak by mi to bylo líto, ale to samé jsme udělali s Facebookem před volbami ve Spojených státech, kdy se choval velmi nehodnotově, a to se může stát i s Twitterem.

Poslední otázka, jak vnímáte Telegram? Během války se hojně rozjel zejména na území postsovětských států a je znám svou benevolencí. Plno lidem vadí, že není cenzurovaný, takže se tam najde opravdu všechno.

Nikdy jsem se tam nepřihlásil. Můj názor na Telegram je něco mezi opatrným a negativním. Jde pouze o instinkt. Co pro nás znamená svoboda slova? Kde je rovnice a nějaká hranice mezi informací a lží? Je to něco, s čím se bude naše společnost ještě dlouho vypořádat. Máme tu lidi, kteří tvrdí, že nic jako dezinformace není, buď je to informace, anebo lživá informace. Což je vcelku taky relevantní názor.