



Informace, dezinformace a informační etika V

30. 3. 2021

PhDr. Jiří Stodola, PhD.



Autenticita

- Do jaké míry je něco takové, jaké se zdá být
- V oblasti písemných dokumentů a pramenů – 1) pravost, tj. nezfalšovanost; 2) korespondence s fakty
- V oblasti událostí – že daná událost proběhla tak, jak je popisována
- V oblasti umění – pravost, nezfalšovanost, jde o originál (u autografických umění)
- V oblasti lidské osobnosti – ten, kdo nic nepředstírá, má bezprostřední vztah k sobě, není otrokem konvencí



Fejk

- ❑ Opak autenticity
- ❑ Etymologie – „fegen“ – „čistit“ (němčina), „facere“ = „dělat“ (latina)
- ❑ 18. století – ve vojenství – klam, předstírání
- ❑ 19. století – podsvětí – nezákonný skutek, napálení někoho
- ❑ 1945 - O' Neill – padělek, předstírání
- ❑ Nyní – stále nespisovný, ekvivalenty „deception“, „counterfeits“, „falzum“, „padělek“, „falešný“, „zfalšovaný“
- ❑ Def. Fejk = něco, co se tváří být něčím, čím ve skutečnosti není a jehož podstatou je zmatení či zkreslení autenticity nebo autorství.



Druhy fejku dle forem klamání

- **1. Fejk v rámci chování**
 - a. předstírané emoce
 - b. úprava vzhledu
 - dočasná
 - Trvalá

- **2. Fejk v rámci prezentace objektů**

- **3. Fejk v rámci sdělení**
 - a. obrazové
 - b. písemné



Fejk v rámci chování

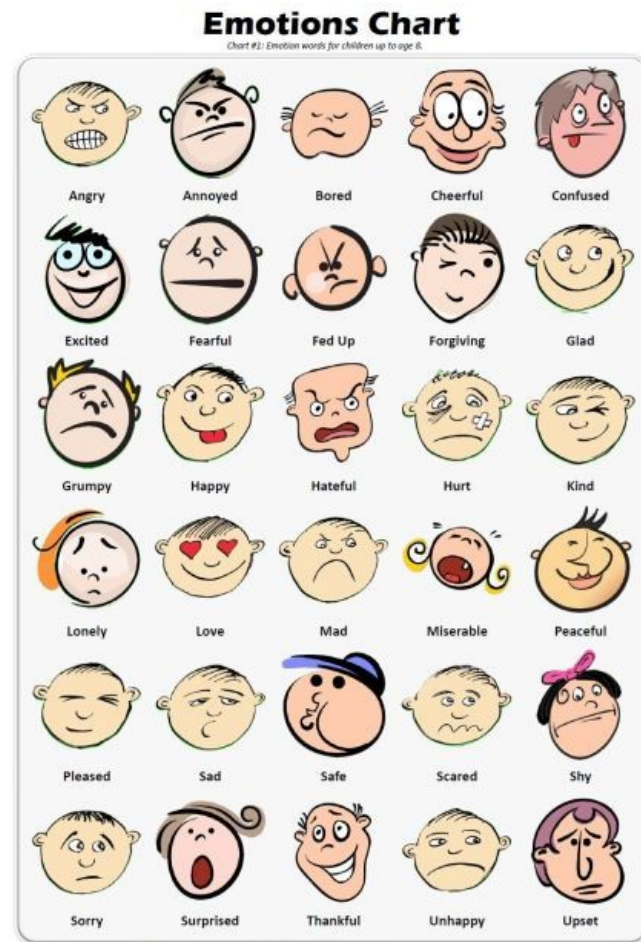
- Taktická sebe prezentace – bez ohledu na autenticitu představujeme se způsobem, který je výhodný pro dosažení krátkodobých cílů, vyskytuje se i u zvířat
- *„Pohupovali tělem ze strany na stranu, jakoby nic, což je u slonů přátelské gesto. Ve skutečnosti se ale nechtěli kamarádit. Dělal to jen do chvíle, než se dostali k druhému slonovi dostatečně blízko. Pak mu snědli část jeho sena.“ (GLASS, Lillian. *Lháři a jejich řeč těla: jak prohlédnout finty, přetvářku a lži, které každý den slyšíte od lidí*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0220-3.)*



Předstírání emocí

- Mimika, gestika, kinezika, posturologie
- Nejvíce mimika
- Emoce předstíráme, když se domníváme, že jsme pozorováni – společenské chování
- Maskování (skrývání) emocí, modulace emocí (zmírňování či zvýraznění, simulace (předstírání emocí) emocí

| Prvek interpersonální komunikace | Osobní komunikace | Počítačem zprostředkovaná komunikace |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prezentace sebe sama v řízení působivosti | Viditelný vnější vzhled komunikuje, kdo jste. Osobní znaky (pohlaví, přibližný věk, rasa atd.) jsou zřetelné a všem na očích. Příjemce kontroluje pořadí toho, čemu věnuje pozornost. Přetvářka je nesnadná. | Prezentujete vlastní já takové, jaké si přejete, aby druzí viděli. Osobní vlastnosti jsou skryté, odhalujete je, když chcete. Mluvčí kontroluje pořadí jejich odhalení. Přetvářka nebo anonymita jsou snadné. |



Fejk při úpravě vzhledu

□ Přechodný

- Líčení
- Oblečení
- Paruky
- Falešné vousy
- Barevné kontaktní čočky

□ Trvalý

- Deformace částí těla
- Odstranění ochlupení
- Vkládání implantátů
- Změna pohlaví

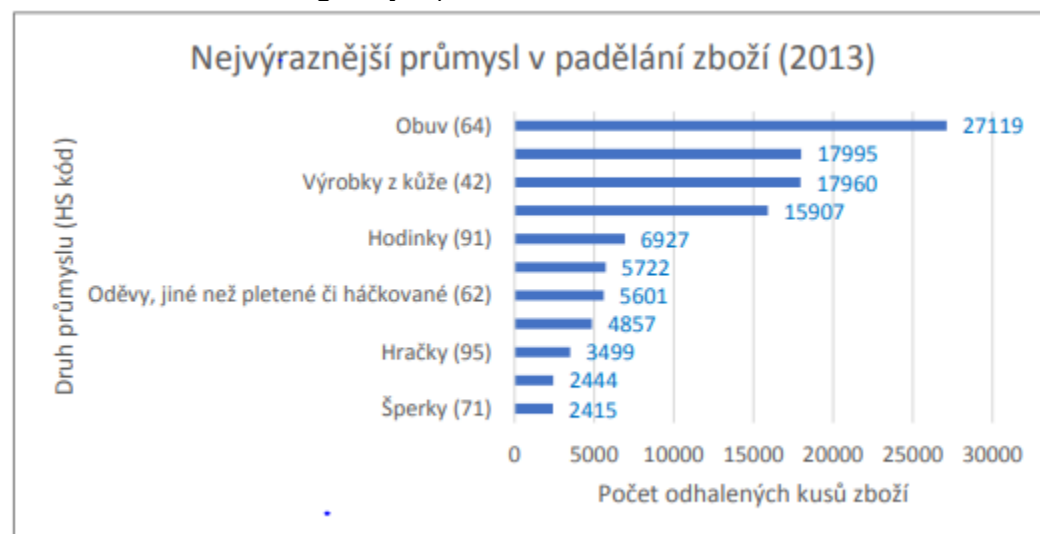


Fejk v oblasti prezentace předmětů

- Navrženo tak, aby to vypadalo, že to vytvořila určitá firma či osoba, ačkoliv tomu tak není



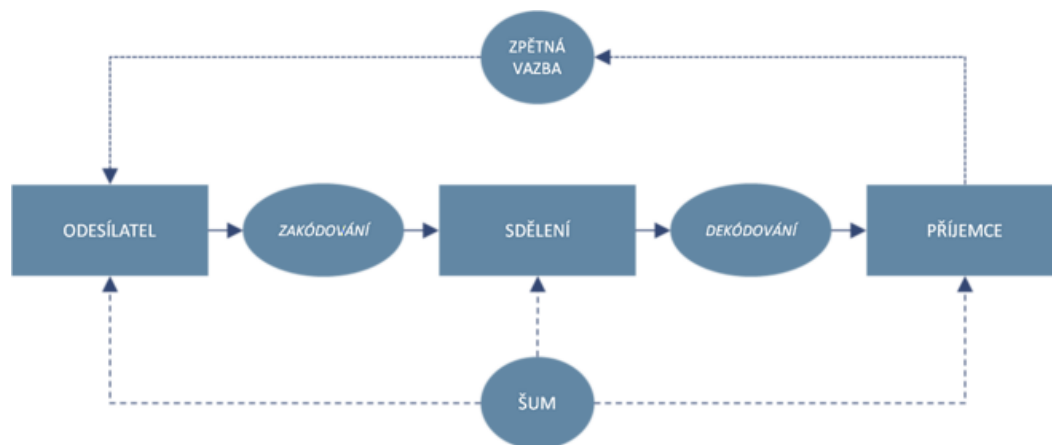
- Druhy předmětů:
 - objekty týkající se měny (zejména bankovky);
 - doklady totožnosti, razítka, pečeti;
 - historické nebo kulturní „sběratelské předměty“;
 - značkové spotřební zboží;
 - průmyslové díly;
 - léčiva;
 - zábavní produkty (zejména hudba a video v různých formátech);
 - předměty denní spotřeby (potraviny, alkohol a cigarety...)



Fejk v oblasti sdělení

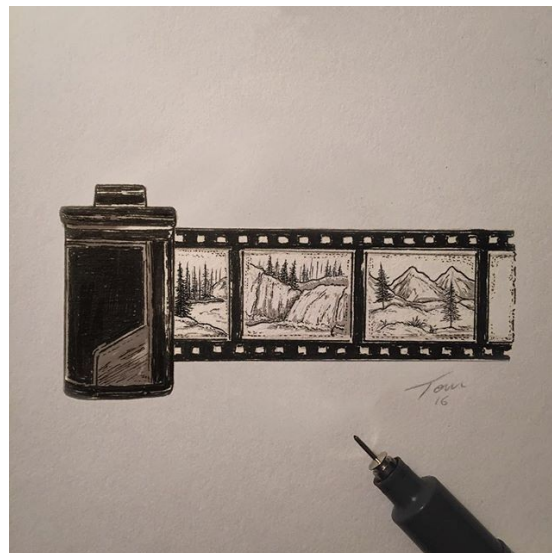
- Klamání v oblasti nepřímé komunikace zkreslením autenticity nebo autorství

- Sdělení
 - Obrazové
 - Textové



Fejk v oblasti obrazové komunikace

- Kresby
- Malby
- Fotografie
- Film



□ Metody

- zkruslování předmětů i osob ve tvarech;
- využívání barev k vytvoření pozitivního nebo negativního dojmu;
- operace s fotografiemi a filmy (osvětlení, směr záběru, fotomontáže, retuše,...);
- sled záběrů ve filmu k vytvoření neexistujících souvislostí;
- digitalizace obrazu v televizi, jež umožňuje libovolně měnit obraz

Malba – příklad 1



- Duhový portrét královny Alžběty I.
- Marcus Gheeraerts ml.
- Ve věku 67 let – potlačeny známky stárnutí
- Cíl: představit královnu jako mladou a silnou

Fotografie – stylizace

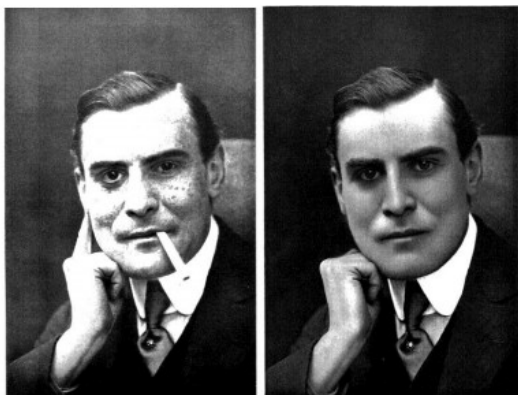
- H. Bayard
- Nebyly mu uznány zásluhy na vynálezu fotografie
- Autoportrét jako sebevraha, který se utopil



H. Bayard. *Autoportrait en noyé*, 1840.
Positif direct sur papier.
© SFP

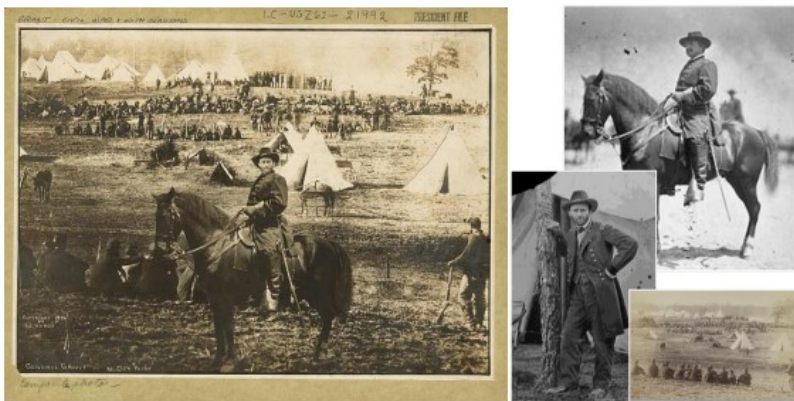
Fotografie – retušování

□ Retušování



Fotografie – fotomontáž

- Fotomontáž fotografie generála Granta



- Brian Walski – digitální fotomontáž



- Diana a Kate



Fotografie – manipulace s fotografií

□ Spirituální a bezhlavá fotografie (dříve)



Digital Image © Lincoln Financial Foundation Collection, Allen County Public Library

□ Bezhlavá fotografie z Photoshopu (nyní)



Fotografie – předvádění neživých entit jako by byly živé

- Mrtvá dívka jako by byla živá



- Elsie Wrightová – nadpřirozená bytost vystřižená z papíru



Fotografie – manipulace s fotografií

Obr. č. 27: Fejková fotografie A. Pechtolda¹⁵⁴



Obr. č. 28: Předloha fejkové fotografie¹⁵⁵



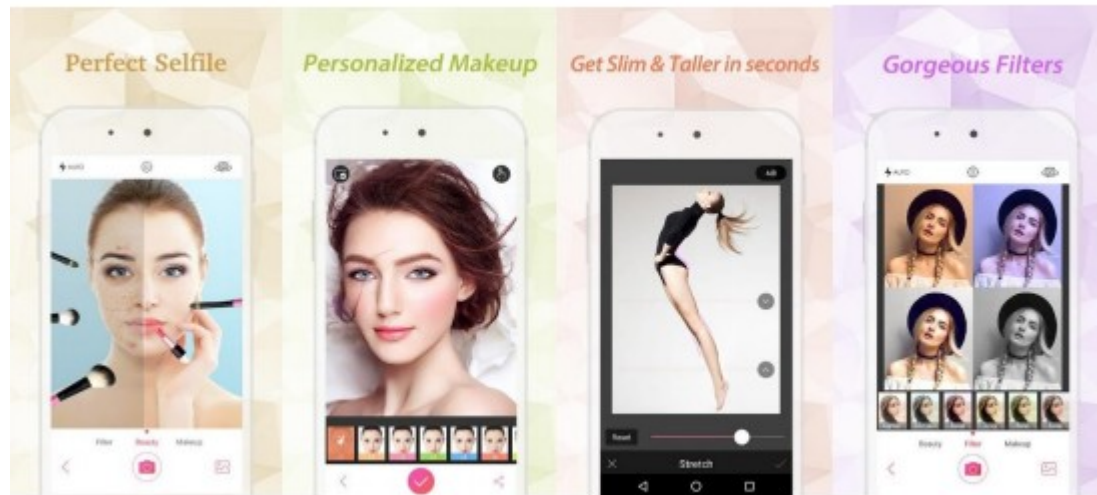
Obr. č. 26: Fejk jako politická satira¹⁵³



Obr. č. 25: Fejková fotografie Donalda Trumpa¹⁵²

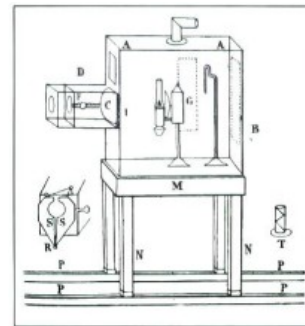


Selfie fotografie – zkrášlovací programy



Fantaskop – předchůdce filmu

- Promítání obrazů na plátno
- Termín „fantasmagorie“



Film

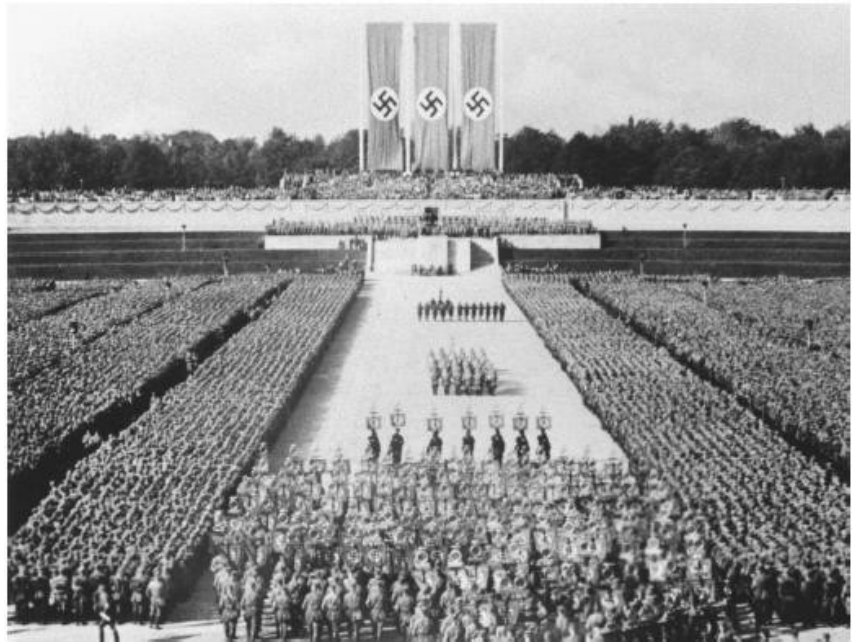
Obr. č. 29: Ukázka využití tzv. Green Screenu pro filmové efekty (film Atlas mraků)¹⁵⁶



Film – fikce vydávaná za dokument

- **Triumf vůle** (1935)
- Na žádost A. Hitlera
- Tváří se jako autentický dokument
- Velmi stylizovaný, neodpovídá skutečnosti

- Dnes reality show – například Prostřeno, Alaskan Bush People



Textové sdělení - knihy

- ❑ Bible – apokryfy, které předstírají autorství konkrétního apoštola
- ❑ Zlatý věk na počátku středověku – kniha velmi drahá, funkce verifikátora, tvrdé tresty za falšování
- ❑ Mandevillův cestopis (1356)
- ❑ Lentulův dopis (1474)
- ❑ Václav Hájek z Libočan – Kronika česká (16. století)
- ❑ Richard Meinertzhagen (20. století) – deníky – smyšlené vojenské úspěchy



Textové sdělení – žurnalistika

- 18.-19. století honba za senzací
- Rozvoj tzv. žluté žurnalistiky (yellow journalism) – bulvár
- The Sun – 1935 – série článků o netopýřích mužích na Měsíci
- The New York Journal – William Hearst – 1896 – smyšlená rebelie na Kubě, důvod americko-španělského konfliktu
- Jaroslav Hašek – 109 – vymýšlí zvířata pro časopis Svět zvířat
- Stephen Glass – 1998 – The New Republic – série smyšlených článků
- Jayson Blair – 2013 – The New York Times



Textové sdělení – válka

- 2. světová válka – falešné zprávy o pohybu vojsk
- Operace Bodyguard
- Cílem přesvědčit Němce, že se spojenci nevyloží v Normandii, ale jinde



Textové sdělení – internet

- ❑ Web 2.0 – snadné tvoření vlastního obsahu
- ❑ Fejkové blogy – flogy
- ❑ Falešné identity – Jiří Ovčáček, Tomáš Halík, Jiří Kájínek
- ❑ Kyberkriminalita – phishing – falešné stránky (2015 – falešné stránky prostějovského útulku pro kočky)
- ❑ Fake News

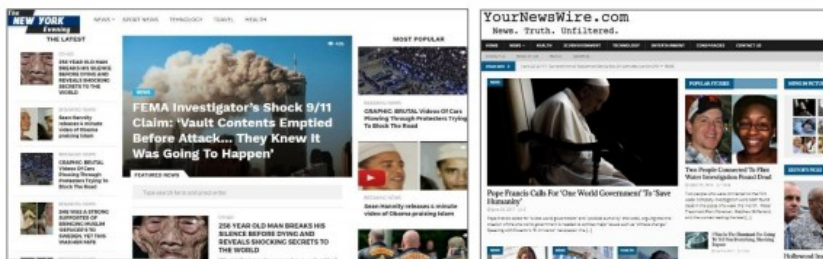


The screenshot shows a Facebook post from a page titled "Stránky". The post features a profile picture of a man with a beard and a rainbow-colored background. The text of the post reads: "Já jsem velmi pro humor. Dokonce jsem o tom napsal řadu textů." Below the text, there is a rating of 5.0 stars (5 stars) and a note that 5,6 thousand people like it. The post is attributed to "Lektor(ka)/učitel(ka)". A comment below the post says: "Toto se líbí uživateli Ignác Pospíšil a dalším (30 dalším přátelům). Falešnější než pravý Tomáš Halík." There are "Zobrazit vše" (Show all) buttons in the top right and bottom right of the post area.

Textové sdělení – Fake News

□ Charakteristiky

- záměrný podvod;
- neseriózní témata;
- falešné informace vzbuzující emoce;
- šíření a propagace skrz sociální sítě; napodobování designu věrohodných zpravodajských webů;
- napodobování URL věrohodných zpravodajských webů;
- po smazání webu kolují jeho falešné zprávy internetem dál.



Textové sdělení – Fake News

- Klam je snadno rozpoznatelný
 - Lidé přesto na ně klikají a sdílejí je
 - Teorie – chtějí těmto zprávám věřit
 - Ovlivňování amerických voleb – Pizzagate (H. Clintonová se setkává v pizzerii Comet Ping Pong, kde projednává obchod s dětmi)
 - Turismus s identitami – lidé se zkoušejí jiné identity
 - Social bot – programy vydávající se za běžné uživatele
- worldnewsdailyreport.com:
 - "Čínský imigrant prodával hod dogy z masa skutečných psů"
 - „Muž zabil svou ženu poté, co použila jeho zubní kartáček na čištění toaletní mísy“
 - Žena byla zadržena za trénování veverky k útoku na jejího bývalého přítele“
 - „Test DNA prokázal, že jistý pošťák má 1300 nelegitimních dětí“
 - „128 letý muž tvrdí, že je Adolf Hitler“

Internet a fejk

- Internet je nejvýznamější komunikační kanál k šíření fejku
 - anonymita
 - dostupnost
 - beztrestnost
 - těžká ověřitelnost
 - takřka nulové náklady na tvorbu a šíření informací
 - bezplatné programy a aplikace podporující tvorbu fejku
 - globální dosah za krátký čas (především díky sociálním sítím)
 - výdělečná činnost díky možnostem vkládání reklamy
 - naivita uživatelů podpořená vlastnostmi zprostředkované komunikace