

FAKE NEWS - UPRCHLÍCI V PRAŽSKÉM METRU ANEB JAK SI OVĚŘIT PRAVDIVOST INFORMACÍ V PROSTŘEDÍ INTERNETU

Kamil KOPECKÝ

V našem předcházejícím článku jsme se zaměřili na problematiku tzv. fake news (nepravdivých zpráv, dezinformací) v prostředí internetu. Seznámili jsme se se základními vlastnostmi těchto zpráv (neuvezený zdroj, využívání stereotypů, emoční náboj, využívání obrazových materiálů k navození emocí) a popsali si metody, jak jsou mezi uživateli šířeny. Dnes se naučíme základní techniky, jak si pravdivost zpráv v prostředí internetu (především v prostředí sociálních sítí) ověřovat.

Celý postup si vyzkoušíme na zprávě zaměřené na problematiku migrace, která se aktuálně šíří českými diskusními skupinami v prostředí sociální sítě Facebook. Zprávu jsme pracovně nazvali **Uprchlíci v pražském metru**. Co tvrdí zpráva?

Zpráva: Uprchlíci v pražském metru

Koukej, co mi poslal Bob. Fota z metra v Praze 9. 10. 2017. Ať žije multikulturalismus!



Ivo Eichler ► Podporujeme svého prezidenta Miloše Zemana

1 hod. · 📷

Koukej, co mi poslal Bob.
Fota z metra v Praze 9.10.2017. Ať žije multikulturalismus!



👍👎👏 107

134 komentářů



Zpráva obsahuje textovou část, ve které nalezneme informaci, že jde o fotografie pořízené na začátku října letošního roku v pražském metru, následuje koláž složená ze 3 fotografií. Na první fotografii se nachází muslim, který se modlí ve voze městské hromadné dopravy, na druhé fotografii je močící osoba tmavé pleti ve voze metra a na třetí spící černoš, který je obklopen nepořádkem. Kombinace těchto fotografií a sugestivního textu v nás vzbuzuje silné negativní emoce.

Nyní si provedeme jednoduchou analýzu a pokusíme se odhalit, zda jde o pravdivou zprávu, nebo o tzv. fake new.

Analýza zprávy

1. Určení zdroje informací

Zdrojem informací je jakýsi Bob, nejde o žádnou tiskovou kancelář, žádnou agenturu, která by informace ověřila a potvrdila jejich pravdivost, je to prostě a jednoduše Bob. Podvodné zprávy tento způsob uvedení zdroje využívají poměrně často - kromě křestních jmen v nich obvykle objevují obraty: *říkala mi to moje kamarádka, zažil to můj kamarád, dnes jsem tuto situaci zažila já sama, říkala mi to prodavačka v obchodě, stalo se to mému příteli* apod.

2. Informace v textu vs. fotografie

V dalším kroku ověřujeme, zda text odpovídá obsahu fotografií. Na první pohled vidíme, že se v žádném případě nejedná o vozy českého metra, jde o 3 různé dopravní prostředky - autobus, vůz metra a vagón vlaku. Text tedy neodpovídá obsahu fotografií.

3. Reverzní analýza fotografie

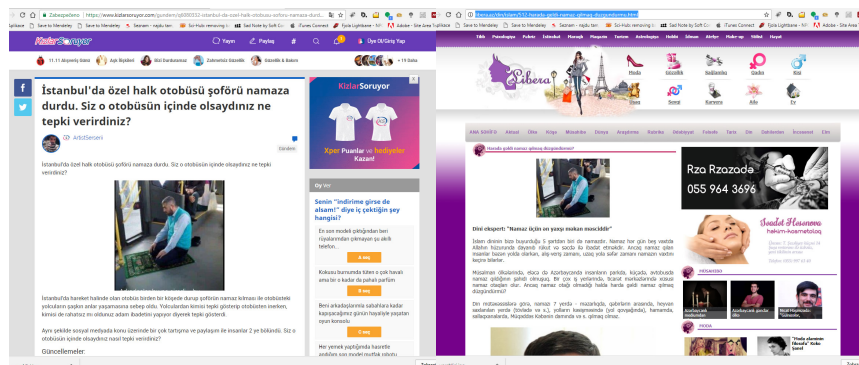
Dalším krokem je tzv. **reverzní analýza fotografie** - jinými slovy - prostřednictvím některé z webových služeb se pokusíme zjistit zdroj fotografie, tedy na jakých webových stránkách je fotografie umístěna. Pro naše potřeby využijeme jednoduchou službu umožňující vyhledávání podle fotografií [Google Obrázky](#).

Problém může nastat v situaci, kdy se snažíme analyzovat koláž, obsahující více fotografií - služba reverzního vyhledávání pak pravděpodobně odhalí pouze zdroje pro 1 obrázek, přestože je jich na koláži více. **V případě koláží proto doporučujeme “rozřezat” obrázek na samostatné fotografie a ty potom vyhledávat samostatně.** Vyzkoušíme si, jak na to.

Abychom dostali přesnější výsledky, koláž si nejdříve rozřežeme (lze vyzkoušet i vyhledání celé koláže, nicméně přesnějších výsledků dosáhneme s využitím řezů). Pro rozřezání můžete využít libovolný grafický editor - pokud jej však zrovna nemáte po ruce nebo jednoduše nevíte, jak na to, využijte předpřipravených řezů, které jsme vám nachystali ke stažení. Řezy si můžete stáhnout zde: [řez1](#), [řez2](#) a [řez3](#).

Po zadání prvního řezu (modlíci se muslim) do vyhledávače Google Obrázky okamžitě odhalujeme původní zdroje fotografie. Zdroji je několik webů, z nich některé jsou umístěny v [Turecku](#), některé v

[Ázerdbajdžánu](#). Když se zaměříme na obsah článků na daných webových stránkách (využijeme Google Translator), zjistíme, že popisují příběh z Istanbulu, ve kterém *řidič autobusu zastavil, aby se pomodlil*. A v textu z Ázerdbajdžánu, který odkazuje na původní zprávu z Turecka, najdeme vyjádření, že *nejlepším místem pro modlitbu je mešita, nikoli autobus*.



(Původní zdroje fotografie)

První fotografie tedy nevznikla v České republice, nebyla vyfocena v pražském metru. Pochází z Turecka, z Istanbulu.

Po zadání druhého řezu močícího černocho do vyhledávače Google Obrázky nalézáme celou řadu zdrojů, především sociální síť Twitter. Velmi brzy odhalujeme [původní snímek](#), který můžeme podrobněji analyzovat (je více kvalitní, lze rozpoznat details). Na první pohled vidíme, že fotografie byla pořízena v roce 2015 a byla sdílena uživatelem djoeypops. Při bližší analýze fotografie odhalujeme hned 2 podstatné informace: na dveřích vozu je nápis v angličtině *Do not lean on the door (neopírejte se o dveře)* a za stojícím černochem nalézáme mapu metra v New Yorku v USA (mapu si můžete porovnat [zde](#)). Je tedy jasné, že jde o fotografii z newyorského metra.

Druhá fotografie tedy nevznikla v České republice, nebyla vyfocena v pražském metru. Pochází z USA, z New Yorku.

Stejný postup opakujeme také s třetí fotografií spícího černocho. Google nám odhaluje velké množství zdrojů v němčině, zahrnujících Pinterest, Imagala, Facebook a další webové stránky. Fotografie se mimo jiné objevuje v německé protirasistické skupině [Kontra Kontra Asyl](#), ve které je také parodována. Nalezneme ji také na českých stránkách [Pravý prostor](#), kde je doplněna o zdroj: Rádio

Jerevan. Fotografie spícího a močícího černocho se také objevila na stránkách podporujících kandidaturu Marie Le Pen [Echo des Montagnes](#). Fotografie v žádném případě nevznikla v České republice.

Třetí fotografie tedy nevznikla v České republice, nebyla vyfocena v pražském metru. Šíří se především prostřednictvím německých a francouzských www stránek.

Shrnutí

Analyzovaná zpráva je nepravdivá a lze ji zařadit mezi tzv. fake news či hoaxy. Neobsahuje žádný seriózní zdroj, obsahuje zcela nepravdivé informace, obsahuje fotografie, které nepocházejí z České republiky a které byly vytrženy z kontextu. Můžeme spekulovat, s jakým cílem byla zpráva vytvořena a jaký je její dopad na uživatele, kteří ji dále šíří.

Kamil Kopecký, E-Bezpečí