

Seznam se s médii: Jak politici chytají své voliče do sítí

12.3.2025 - Barbora Sedláčková | Seznam.cz

Začínáme mít velký problém: jak psát o mediální newsletter, aniž bychom se neustále točili kolem jednoho amerického prezidenta? Jeho šokující výnosy by zaplnily náš newsletter třeba každý den - zároveň však nechceme jedinému politikovi dělat neustálou propagaci. Držte nám tedy palce, ať vybereme to nejdůležitější!

V únoru jsme začali s naším předvolebním seriálem - dnes pokračujeme s tématem sociálních sítí. Jak sítě ovlivňují kampaň a naši výslednou volbu? Nevěděli jsme, o čem psát dřív. Algoritmy, reels, echo chambers, trollí farmy a jako třešnička na dortu Elon Musk. Přejeme podnětné čtení!

Newsletter Seznam se s médii provede začátečníky i pokročilé světem médií, sociálních sítí a žurnalistiky. Sledujte jej na blogu Seznamu nebo se registrujte k odběru a dostávejte novinky jednou měsíčně do e-mailu.

Chci odebírat newsletter Seznam se s médii

Poplatky za veřejnoprávní média:

Neuvěřitelné - po nekonečném projednávání ve sněmovně se podařilo schválit vyšší koncesionářské poplatky, takže Český rozhlas i Česká televize mohou dál plnit svou veřejnoprávní službu. Dnes jsou tato nezávislá média důležitější než kdy dřív - možná právě proto je chce Andrej Babiš hned po svém případném podzimním zvolení obratem zrušit. Média jako terč Babišovy kampaně. Špatná zpráva nejen pro ČT (Seznam Zprávy)

20 let YouTube:

Původně videoseznamka, dnes fenomén v hudebním i politickém světě, průkopník algoritmů i místo dezinformací. Český rozhlas na jeho počest připravil pětidílný seriál - poslouchejte na Fenomén YouTube: dvě dekády virální revoluce (Český rozhlas Vltava)

Co čte Donald Trump?

Prezident Trump kromě mnoha jiných svých neuvěřitelných rozhodnutí přikázal americkým velvyslanectvím zrušit předplatné nejen New York Times nebo Economistu, ale i největších tiskových agentur v čele s Reuters a AP. Poslední z nich již nebude ani pouštět do Bílého domu, protože odmítla používat Trumpův nový název pro Mexický záliv. Pokud prezident nepovažuje tyto zásadní zdroje za důležité, nabízí se otázka, odkud tedy bere informace on? Poslední dobou se nicméně nabízí odpověď, že Trump čerpá především z ruské propagandy. Ukraine reels as Trump criticism echoes Russian disinformation campaign (ABCnews)

Konec objektivity Washington Post:

Jedno z nejzásadnějších světových médií, Washington Post, dostalo další ránu od svého majitele Jeffa Bezose. Ten zakázal uveřejňování názorů, které by kritizovaly volný trh a osobní svobody. Autoři tak nesmí podporovat například regulace sociálních sítí nebo sociální stát. Jde o obrovský zásah,

následoval tak samozřejmě velký odliv předplatitelů, majitel však namísto nich získal pochvalu od Elona Muska i Donalda Trumpa. Bezos oznámil omezení názorových stránek v deníku The Washington Post (iDnes.cz)

Fokus: Od titulků k urnám. Předvolební seriál

V minulém newsletteru odstartoval náš předvolební seriál o záludnostech předvolebních kampaní. V únoru jsme začali průzkumy, dnes pokračujeme sociálními sítěmi. Kde vlastně začít... Vliv sociálních sítí na předvolební kampaň je tak široký, že se nám do newsletteru některé kapitoly ani nevešly. Síť představují čím dál významnější součást politické kampaně – fungují jako komunikační kanál politiků bez jakékoliv konfrontace, přinášejí témata do mediálních debat nebo nám pomáhají si utvrdit svůj názor. Jejich fungování kampaň absolutně určuje. Pojdme je tedy prozkoumat.

Sociální sítě

Před dávnými a dávnými časy, kdy ještě neexistovaly sociální sítě, volební kampaň probíhala pouze v klasických médiích. Politici se prezentovali v televizních, rozhlasových nebo tištěných rozhovorech a debatách, kde jejich výroky čelily konfrontačním dotazům, jež mají novináři v popisu práce. Témata vybírali editoři podle důležitosti a veřejná debata se pak točila kolem těchto klíčových oblastí. Politici nedostávali od publika okamžitou reakci a také nemohli svá sdělení nijak cílit. Lidé se dělili o své politické názory jen mezi známými, na veřejnost se dostaly většinou jen relevantní hlasy a texty, které prošly redakční kontrolou.

Zdá se to jako pravěk, že? Proto je naše vzpomínka tak trochu idealistická – pamatujeme si přece spíš to hezké. Je to však jen něco přes patnáct let. Teď však veřejnou debatu i výsledky voleb ovlivňují zejména algoritmy sociálních sítí. Začneme tedy rovnou u nich.

Algoritmy

Abychom porozuměli tomu, jak sítě ovlivňují naše politické preference, podíváme se do útrob Facebooku, Instagramu, TikToku, YouTube nebo X a rozpleteme jeho neviditelná vlákna, která určují, co na nich uvidíme.

Nejdřív se krátce zastavíme u byznys modelu. Sociální sítě žijí jako většina bezplatného obsahu na internetu z reklam. Čím více času na síti strávíme, tím více reklam nám mohou zobrazit. Jediným cílem je proto udržet naši pozornost co nejdéle.

Sociální sítě se zároveň staly nejbohatšími firmami světa. Ty, pod které patří Facebook, Instagram či YouTube, patří mezi prvních deset nejhodnotnějších světových firem. Ačkoli EU tlačí na větší transparentnost a regulace, firmy sídlí většinou v USA, podléhají tedy primárně americké legislativě. A americké legislativě momentálně z velké části dává směr jediný muž – prezident Donald Trump.

Na rozdíl od předchozího Trumpova volebního období majitelé sociálních sítí pochopili, že nový prezident ztělesňuje výrazný trend a především – že se skutečně vyplatí být na jeho straně. Ačkoli donedávna se nějakým způsobem snažili obsah svých sítí regulovat, nabízet fact-checking a omezovat nenávistné projevy, dnes se předhánějí, kdo z nich půjde víc na ruku novému americkému prezidentovi.

Tady jsou fakta:

Největší obrat provedl Mark Zuckerberg (majitel Facebooku či Instagramu), který po zvolení Trumpa skončil s fact-checkingem na svých sítích, hlásí více politického obsahu, konec takzvané cenzury

(tedy regulací nenávistného či extremistického obsahu) a prohlašuje, že Silicon Valley by mělo být více „maskulinní“. Alphabet (majitel Google a YouTube) končí se svými programy na podporu diverzity zaměstnanců, smazal ve svém americkém kalendáři označení Dne žen anebo Pride a také obratem ve svých mapách změnil název Mexického zálivu na Trumpovu verzi, Americký záliv. A pokud jde o Elona Muska (majitele X), jeho velkolepou bromance s americkým prezidentem asi nemohl přehlédnout vůbec nikdo.

Nutno říct, že se jim jejich vstřícnost vyplácí – viceprezident Vance například loni varoval EU, že pokud bude regulovat Muskovo X a další sociální sítě, může Amerika přehodnotit svou podporu NATO. Celé spojení technologických gigantů s novým prezidentem je výmluvně zvěčněné na fotkách z Trumpovy inaugurace, kde všichni majitelé sociálních sítí dostali i se svými manželkami čestná místa, dokonce ještě před budoucími členy vlády.

Ve zkratce: názory tohoto jediného muže se skrze majitele sociálních sítí promítají do jejich fungování po celém světě, algoritmy utvářené Trumpovi na míru každodenně formují naše politické názory a politikům Trumpovi podobným pomáhají vyhrát volby.

Jak?

Jak přesně sítě projevují trumpovské tendence? Jak mohou algoritmy sociálních sítí ovlivnit letošní předvolební kampaň u nás, daleko od Spojených států? Jak nahrávají populistickým, emotivním a bezzásadovým politikům s extrémními názory?

- **Lež má dlouhé nohy:** Navzdory přísloví se lži na internetu šíří o 70 procent rychleji než pravdivé informace. Mají větší šanci, že je někdo bude sdílet – pravda je totiž bohužel často příliš nudná.
- **Emoce namísto faktů:** Sítím jde především o šíření obsahu. A nejlépe se šíří obsah emotivní. Především strach a hněv vyvolávají nejsilnější reakce a diskuze, nenávistné či poplašné příspěvky se tedy zobrazí více lidem.
- **Příklon k pravici:** Facebook i X nám více zobrazují pravicové a konzervativní příspěvky. Ačkoli to tak na sítích vypadá, ve skutečnosti však tyto názory nemusí vůbec převažovat. Pravicové příspěvky však podporují záměrně nastavené algoritmy, ale i to, že jejich příspěvky jsou prostě virálnější.
- **Kontroverze:** Sítě podporují kontroverzní výroky, o kterých se hodně diskutuje, a tak se šíří snadno k mnoha lidem. Je jasné, že většinou nejde o smírlivé postoje – aby měly úspěch, musí naopak být co nejvíce vyhraněné a polarizující.
- **Extrémní názory:** Když jsme u polarizace, mnoho výzkumů ukázalo, že náš pobyt na sítích nás radikalizuje. Sítě vysledují náš náhled na svět a nabízejí nám příspěvky, které s námi sice souhlasí, ale jsou stále extrémnější – tak se posouvá i náš postoj. Čím dál více se tak vzdalujeme našim názorovým odpůrcům a snadno se tvoří konflikty. Sítě milují, když se hádáme – tím více času na nich pak totiž trávíme.
- **Echo chambers:** Aneb sociální bubliny. Sítě vám nabízejí především obsah, který se vám bude líbit, a uzavírají vás do bubliny lidí s podobnými názory. Váš pohled na svět se tak jednak stále posiluje, ale zároveň už se téměř nesetkáte s opačnými postoji. Nemusíme proto již tolik přemýšlet a používat kritické myšlení a naše názory jsou čím dál omezenější.
- **Čím víc, tím víc:** Sítě milují populární příspěvky, a když vidí, že mají úspěch, více je šíří. V tomto vyniká především TikTok, který své algoritmy vyladil k dokonalosti – právě díky této funkci mohl vyhrát rumunský prezidentský kandidát. Ruským trollům stačilo pár dnů

intenzivně lajkovat jeho příspěvky, a TikTok je pak už začal v obrovské míře šířit sám.

- **Obrázky a videa:** Obrázky a videa nejspíše nejspíše vzbudí emoce, které nutí uživatele reagovat, sdílet, a trávit tak na síti více času. Navíc je k videu možné připnout více reklam, po jeho skončení se začne přehrávat video další, je těžší se odpojit a vůbec, videa už tvoří nejzásadnější obsah na všech sociálních sítích. Už rozumíte nekonečným tanečkům Aleny Schillerové?
- **Autenticita:** Tedy hned doplníme: rádoby autenticita. Sítě rozpoznávají a upřednostňují neformální texty a fotky před těmi oficiálními. Namísto věcných a střízlivých politických plánů či volebního programu tak voliče spíše zaujme rozhořčený výkřik anebo třeba fotka z posilovny.
- **Stručné titulky:** Sítě potlačují obsah s odkazy, které by odvedly čtenáře pryč, média tedy musí informace na sítích šířit nejlépe stručně a bez možnosti odkázat čtenáře na delší, komplexnější článek. Většina z nás tedy čerpá informace především z titulků.

Zpět k předvolební kampani

Všechny tyto nepříjemné aspekty se pak odráží v kampani. Ta už vypadá jinak než dřív. Ani před dvaceti lety samozřejmě předvolební kampaně nebyly žádnou procházkou růžovým sadem. Dnes však naše přirozené emoce a neshody intenzivně podporují a znásobují sociální sítě, které nám pro vyšší zisky z reklamy nabízí čím dál radikálnější a polarizující obsah. Co nám tedy servírují tato novodobá média a podle čeho se před volbami rozhodujeme?

1. Témata

- Témata veřejné debaty již neurčují novináři na základě relevance, ale algoritmy podle toho, co je nejvíce **kontroverzní**.
- Ke slovu tak přicházejí především **kulturní války**. Nekonečné hádky o gender nebo migraci tak často přehluší jiná důležitá témata a rozhodují volby.
- Na rozdíl od klasických médií, kde příspěvky prochází několika editorskými kontrolami, sítě snesou téměř jakékoli **nepravdy**, chyby a dezinformace.

1. Osobnosti

- Volby již nevyhrávají ani tak politici, kteří mají co říct, ale ti, kteří umí nejlépe naskočit na správnou vlnu algoritmů – stávají se z nich tak vlastně spíše **političtí influenceři**.
- Tito politici na svých profilech mohou oslovovat své voliče **napřímo** – nepotřebují k tomu žádné médium ani nepříjemné novináře, kteří by jim kladli nepříjemné otázky.
- Veřejnou debatu navíc již neovládají jen odborníci a zvolení politici. Komentovat politiku může **kdokoli z nás**, i když kvalifikace chybí – stačí být jen správně emotivní.
- Stejně tak snadno sítě politiky i **produkují** – poslední hvězdě politického nebe Filipu Turkovi do začátků stačilo mít jen hodně lajků na TikToku.

1. Vliv cizích zemí

- Přes sociální sítě také zároveň probíhají absolutně nejvýraznější ruské zásahy do politiky jiných zemí. Ruské trollí farmy šíří kontroverzní, poplašné a dezinformační příspěvky a jejich cílem je vzbudit v nás strach či hněv a především se co nejvíce rozhádat. Polarizovanou společnost je totiž jednodušší ovládat nebo dokonce napadnout.
- Jedním z prvních případů byly prezidentské volby v USA, které i díky ruskému vlivu v roce 2016 poprvé vyhrál Donald Trump. Příkladem je nepočítaně, počítejme ale s tím, že na sociálních sítích se o podobné zásahy bude Rusko snažit před podzimními volbami i u nás.

Sociální sítě dnes nejsou jen pasivními platformami – aktivně formují veřejné mínění a politické

preference. Jejich algoritmy upřednostňují emoce a polarizaci, což může ovlivnit nejen jednotlivé voliče, ale i celkový výsledek voleb.

Co s tím?

Prvním krokem je uvědomit si, že to, co na sítích vidíme, není objektivním odrazem reality. Každý z nás je vystaven personalizovanému obsahu, který může posilovat naše přesvědčení a omezovat jiný pohled na věc. Kritické myšlení a vědomá práce s informacemi jsou proto klíčové.

Máme pro vás dobrou zprávu: pokud rizika a fungování algoritmů známe, můžeme se jim ubránit. Na závěr tedy proto přidáváme několik tipů: Sledujeme, jaké emoce v nás příspěvky vyvolávají. Nesnaží se nás náhodou jen někdo manipulovat? Pozorujeme své názory. Podle jakých zdrojů se řídíme? Všímejte si, zdali se naše názory až přespříliš nevyhrotily. Přestali jsme se bavit se svými blízkými jen kvůli kulturním válkám? Poslouchejme, co nám sdělují naši politici. Neprospěl by jim náhodou nějaký zkušený oponent? Ověřujeme si, s kým se to vlastně hádáme na sítích. Není to náhodou ruský bot? Čtème různé zdroje. Nasloucháme i opačným názorům? A nakonec: podporujeme kvalitní žurnalistiku. Jinak ve světě sítí nepřežije.

Další čtení

- Od lajků k hlasům: Jak čeští politici hackují sociální sítě? Okamura zahlcuje a sází na placené kampaně, Babiš venčí psa (Carl Data Company)
- Trump a jeho technoparta (Respekt)
- Také vy naletíte na falešné zprávy. Šíří se díky zákeřné „chybě“ mozku (iDnes.cz)
- Zradil Trump obyčejné Američany? Proč se technologická elita přidala k nostalgickým populistům (Americká krása)
- The Tech Oligarchy Arrives (The Atlantic)
- Expert: Do rumunských voleb se nejspíš vměšovala cizí moc, za rok se to může opakovat i u nás (Český rozhlas Plus)
- Proč se z nás na sítích stává někdo jiný? Jak odolat manipulaci algoritmů (Seznam Zprávy)
- Nové trendy v médiích: Sociální sítě (Newsletter Sherlock Senior)

Tip měsíce: Algoritmy na plátně

Abychom rovnou navázali na kapitolu o sociálních sítích, doporučíme vám dva filmy k tématu algoritmů, které vám téma svou zábavnou formou trochu osvěží: film Brexit s oblíbeným Benedictem Cumberbatchem a Social Dilemma, dokument s bývalými šéfy technologických společností. Oba moc doporučujeme!

Co se chystá

- Chystá se především **Festival mediálního vzdělávání!** Registrace začne už v pondělí **7. dubna** a program bude opravdu nabitý, tak si запиšte datum do diáře a sledujte naše stránky!
- Otevíráme také přihlašování na **Seznam se s médii 60+** – semináře o médiích a internetu přímo u nás v Seznamu a našich redakcích. Pokud tedy víte o skupině seniorů, které by téma zaujalo, ozvěte se nám!
- A nakonec naše oblíbená stálice: **Online kurzy** zdarma – nejbližší téma je Sexuální nátlak a vydírání v online prostoru. Vybírejte si a přihlašujte se!

<https://blog.seznam.cz/2025/03/seznam-se-s-medii-jak-politici-chytaji-sve-volice-do-siti>