

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Přístup k informacím v době post-pravdy

Magisterská diplomová práce

Bc. Patricie MACELOVÁ

Vedoucí práce: doc. PhDr. Daniel BÍNA, Ph.D.

Olomouc 2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně a s využitím zdrojů uvedených v závěru práce. Celkový počet znaků včetně mezer je 147 468.

V Olomouci dne 25. dubna 2024

Patricie Macelová

Poděkování

Na prvním místě bych ráda upřímně poděkovala doc. PhDr. Danielu Bínovi, Ph.D., za cenné rady, odborné vedení a trpělivost při psaní práce. Dále děkuji všem respondentům za jejich čas. Na závěr bych chtěla poděkovat mé rodině, příteli a přátelům, kteří mi byli po celou dobu studia oporou.

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá přístupem k informacím v době post-pravdivé. Hlavním cílem bylo zjistit a analyzovat postupy při získávání informací respondentů ve věkové kategorii 45-65 let. Celý výzkum byl proveden na základě kombinace kvantitativní a kvalitativní metody. Data z online dotazníku ověřila předem formulované hypotézy. Otevřené kódování rozhovorů vycházející ze zakotvené teorie zase poskytlo hlubší porozumění znalostí, dovedností a postojů respondentů z hlediska přístupu k informačním sdělením.

Abstract

This diploma thesis deals with access to information in the post-truth era. The main goal was to find out and analyze the information-gathering procedures of respondents in the 45-65 age group. The entire research was conducted on a combination of quantitative and qualitative methods. The data from the online questionnaire verified the previously formulated hypothesis. Open coding of interviews based on grounded theory provided a deeper understanding of respondent's knowledge, skills and attitudes in terms of approaching informational messages.

Klíčová slova

Post-pravda, dezinformace, sociální sítě, mediální gramotnost, Facebook, rozhovory, otevřené kódování, zakotvená teorie

Keywords

Post-truth, disinformation, social networks, media literacy, Facebook, interviews, open coding, grounded theory

OBSAH

ÚVOD	6
I. TEORETICKÁ ČÁST	8
1.1 Pojem post-pravda	8
1.2 Dezinformace	12
1.3 Ovlivňování myšlenkových procesů	15
1.4 Uživatelé sociálních sítí	19
1.5 Mediální gramotnost	23
II. ANALYTICKÁ ČÁST	30
2.1 METODICKÁ ČÁST	30
2.2 ONLINE DOTAZNÍK	32
2.2.1 Struktura vzorku respondentů	33
2.2.2 Výběr otázek do dotazníku	34
2.2.3 Hypotézy	35
2.2.4 Výsledky dotazníku	39
2.2.5 Výsledky testování hypotéz	46
2.2.6 Shrnutí	47
2.3 ROZHOVORY S RESPONDENTY	48
2.3.1 Analýza rozhovorů	49
2.3.2 Shrnutí	62
ZÁVĚR	64
SEZNAM ZDROJŮ	67
SEZNAM TABULEK	76
SEZNAM PŘÍLOH	76
SEZNAM OBRÁZKŮ	76
PŘÍLOHY	77

ÚVOD

V kontextu rychlého rozvoje technologií se stal přístup k informačním obsahům díky aktivnímu používání internetu, mobilních telefonů, aplikací a dalších digitálních technologií pro recipienty mnohem snazší. Nová média nejenže společnosti usnadnila přístup k informacím, ale také jí umožnila aktivně vytvářet a šířit obsah takřka bez ověřování jeho relevance. Ztráta kontroly nad rychlou produkcí internetového obsahu vedla nevyhnutelně ke společenskému přesycení informacemi i mediálními platformami.

Avšak zatímco tempo technologického vývoje neustále zrychluje, vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti se proměňuje velmi pomalu a nestíhá na náhlé změny reagovat. Neustále se měnící digitální prostředí spolu s každodenní salvou nových informací zapříčiňují to, že mají konzumenti zpráv tendenci ztrácet schopnost kritického myšlení, a čerpat informace z irelevantních zdrojů.

V dnešní digitální éře post-pravdy se stává mediální gramotnost stále důležitější součástí každodenního života. S narůstajícím objemem informací, které jsou k dispozici jak on-line, tak off-line, je schopnost kriticky přemýšlet, interpretovat získané informace a reagovat na mediální obsahy klíčová nejen pro jednotlivce, ale také pro efektivní fungování společnosti. Mediální gramotnost však není o pouhé schopnosti rozlišovat pravdivé informace od dezinformací, ale také o porozumění složitosti jednotlivých mechanismů, které formují a ovlivňují mediální prostředí.

Tato diplomová práce se zaměřuje na přístup informací v době post-pravdivé. Toto období je charakteristické převahou osobních přesvědčení nad objektivními fakty. To navíc nepříznivě ovlivňuje šíření dezinformací, manipulování s informacemi a tendence spoléhat se na zdroje, které potvrzují již existující názory a přesvědčení, a to bez ohledu na jejich faktickou pravdivost. To vše má pak zásadní vliv při formování veřejného mínění a rozhodovacích procesech.

Cílem této práce je analyzovat současný přístup k informacím respondentů vybrané věkové kategorie 45-65 let z hlediska mediální gramotnosti, porozumět jejich postojům, chování a dovednostem ve vztahu k mediálním obsahům. V této práci budou zvažovány různé aspekty mediální gramotnosti z hlediska znalostní, dovednostní a postojové dimenze. Budou nás zajímat například respondenty preferované zdroje informací, dále přístup respondentů k dezinformacím, jejich schopnost ověřovat informace a také zájem o zapojování se do online

diskusí. K dosažení těchto cílů využijeme kombinaci kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu, konkrétně online dotazník a polostrukturované rozhovory.

V teoretické části se zaměříme na několik klíčových konceptů odrážejících současné trendy jak v médiích, tak na sociálních sítích. Nejprve začneme s nastíněním pojmu post-pravda a jeho konceptualizací. Dále se budeme zabývat různými aspekty dezinformačních a alternativních médií, která pro společnost představují velkou výzvu z hlediska mediální gramotnosti. K dalším tématům teoretické části patří problematika ovlivňování myšlenkových procesů. Ta zahrnuje průřez jevů, s nimiž se mohou uživatelé sociálních sítí setkat. V této souvislosti se budeme věnovat také uživatelům sociálních sítí, populární komunikační platformě Facebook a jejich rolím z hlediska šíření informací, interakcí a formování online komunit. Poslední kapitola teoretické části bude věnována mediální gramotnosti. V této části se zaměříme na vývoj definic mediální gramotnosti a její klíčové dovednostní složky.

Následující část bude věnována analytické části, tedy popisu metodologie výzkumu včetně volby použitých nástrojů a procesu sběru dat. Poslední částí bude analýza získaných dat a interpretace výsledků, která umožní porozumět současnému stavu mediální gramotnosti respondentů vybrané věkové skupiny a jejich přístupům k informacím.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1.1 Pojem post-pravda

Termín *post-pravda* rezonuje společností zejména od chvíle, kdy byl vyhlášen Oxfordským slovníkem jako slovo roku 2016. Oxfordský slovník definoval termín *post-pravda* jako období, ve kterém mají informace podložené na faktech mnohem menší vliv při formování veřejného mínění než informace založené na emocích a osobních přesvědčeních.

Důvodem volby tohoto slova se stal skokový nárůst použití tohoto termínu v předchozím roce 2015. Konkurenty termínu *post-pravda* v boji o zisk titulu slova roku se staly fráze *Alt-Right*¹ a *Brexit*^{2,3}. Oba termíny reflektují politický kontext v období kolem roku 2016. Nicméně i přesto se stal výběr termínu *post-pravda* nejvhodnějším způsobem, jakým bylo možné zachytit atmosféru tehdejší doby, v níž docházelo k opouštění od standardů při vyhodnocování informací a zrychlenému šíření nepravd vznikajících úmyslně i neúmyslně.

Již v minulosti jsme se stali svědky nečekaných úspěchů a vítězství kampaní politických lídrů, které byly založeny na šíření polopravd, klamů, narážek a prázdných slov. Příkladem je období referenda o Brexitu či prezidentské volby v USA v roce 2016. Také tyto události, doprovázené množstvím tvrzení bez důkazů a ignorováním fakt, znamenaly vkročení do éry *post-pravdy* neboli doby, ve které faktům chybí ultimátní autorita. D'Ancona tuto éru popisuje jako „dobu, kde se rozmazávají hranice mezi pravdou a lží, poctivostí a nečestností, fikcí a realitou.“⁴

Foroughi, Gabriel a Fotaki zastávají názor, že narativ *post-pravdy* ovlivnil populismus. Podle autorů existuje spojení mezi politikou *post-pravdy* a populismem také v konspiračních teoriích a touze po návratu do minulosti, kdy bylo všechno lepší. Populistické vedení v době *post-pravdy* je úspěšné z důvodu, že „nabízí řešení korumpované elity a je vnímáno jako ochrana společnosti před establishmentem a dalšími temnými silami.“⁵ Celkově však z výzkumu autorů

¹ Pravicové ideologické hnutí, které je charakterizováno odmítáním hlavních politických proudů. K šíření provokativního obsahu, jímž vyjadřují členové tohoto hnutí odpor k rasové, genderové a náboženské rovnosti, používají zejména online média.

² Člověk vyjadřující souhlas s odchodem Spojeného království z Evropské unie.

³ THE GUARDIAN. *This article is more than 7 years old 'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries* [online]. 2016 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z:

<https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>

⁴ D'ANCONA, M. (2017). *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. New York: Random House.

⁵ FOROUGHI, H., GABRIEL, Y., and FOTAKI, M. (2019). Leadership in a post-truth era: A new narrative disorder? *Leadership*, 15(2), [online]. [cit. 2024-02-03], s. 135-151. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1742715019835369>

vyplývá pět hlavních kategorií příčin souvisejících s post-pravdivou dobou. Na první úrovni se jedná o epistemologické změny (postmodernismus), dále o nečestnost vůdců, digitální revoluci a rozvoj informačních technologií, ekonomickou krizi a pokles veřejné důvěry i lidskou psychologii.

Závěrem můžeme konstatovat, že vzestup post-pravdy je výsledkem působení různých faktorů, které se v současnosti propojují. Nástup této éry je výsledkem různých podmínek a předpokladů. Zatímco některé z nich jsou zakořeněné v lidské psychologii a dynamice skupin odjakživa, jiné jsou způsobeny důsledkem současné ekonomické, sociální a politické reality. To poskytlo cestu pro vzestup názorových vůdců, kteří prostřednictvím digitálních platform úspěšně šíří různé typy narativů, zpráv a myšlenek, jež vytlačují pravdu z míst, kde dříve převažovala.

Konceptualizace post-pravdy

V širším smyslu se s termínem post-pravda často setkáváme s odkazem na situaci, ve které mají emocionální nebo osobní pocity či přesvědčení větší vliv na veřejné mínění než objektivní fakta. Post-pravda je úzce spojena s rozvojem sociálních médií a digitální věku, kdy je šíření informací natolik rychlé, že může být obtížné oddělovat pravdivé informace od dezinformací.⁶

Pravda nebo faktická správnost se často podřizuje emocionálním reakcím a subjektivním interpretacím. Termín bývá často používán v kontextu politického a mediálního prostředí, kde mohou emocionální přesvědčení a postoje dosahovat většího vlivu na formování názorů než faktické informace. V post-pravdivé době mohou být emoce a osobní postoje klíčovými prvky v utváření a šíření informací, a to i přes absenci objektivních fakt nebo důkazů.⁷

Termín post-pravda se stal významným v souvislosti s událostmi jako Brexit a americké prezidentské volby v roce 2016. To vedlo k jeho zařazení do Oxfordského slovníku, a ještě v témže roce se stalo nejoblíbenějším slovem.⁸ V dalších letech používání tohoto termínu nadále rostlo. Post-pravda označuje situaci, kdy společnost interpretuje argumenty na základě

⁶ Post-Truth, ©2024. In: Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press, 1999 [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

⁷ Tamtéž

⁸ KEJLOVÁ, Tomara, 2016. „Post-pravdivý“ slovem roku: Na faktech nesejde, vítězí emoce [online]. Londýn: ČT24 [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/1957973-post-pravdivy-slovem-roku-nafaktech-nesejde-vitezi-emoce>

emocí a přesvědčení, přičemž fakta, která by měla podporovat argument, se stávají méně důležitými, protože jsou zastíněna emocionálním kontextem.⁹

Jinými slovy, lidé mohou na základě svých osobních zkušeností a emocí považovat argumenty za lživé, i když jsou podloženy fakty. Tato situace ilustruje, jak silný vliv mohou mít emoce na to, jak lidé vnímají a interpretují informace, což může mít důsledky pro společenskou diskusi či rozhodování, proto je nezbytné si uvědomit, že post-pravda je komplexním fenoménem, který může mít různé podoby v rozmanitých kontextech i odvětvích.

Pojetí pravdy ve filozofii

V této kapitole se zaměříme na filozofické precedenty vysvětlující význam slova *pravda*. Dle Rádla není *pravda* statickou entitou existující nezávisle na lidských střetech s realitou.¹⁰ Naopak *pravda* je podle jeho myšlenek dynamickou entitou, jež je propojena činy a událostmi v lidských životech i samotné historii. Prvním zásadním bodem je Rádlovo tvrzení, že *pravda* není obsažena ani ve faktech, ani ve filozofii, ale spíše spojena s lidským přesvědčením a angažovaností. *Pravda* se vyvíjí na základě lidských interakcí s událostmi a odráží se v lidských činech či myšlenkách.

K dalším významným bodům patří Rádlov kritický pohled na intelektualismus a důraz na životní praxi. Zatímco filozofie historicky zdůrazňuje teorii a poznání *pravdy*, Rádl přikládá větší význam praktickému životu a činům. Podle něho je *pravda* úzce propojena s činy, a proto přispívá k lepšímu životu a historii. Rádl odmítá pojetí *pravdy* jakožto nehybné a statické entity. Namísto toho tvrdí, že *pravda* je dynamická a spojená s procesy změn a událostmi. Měřítkem pravdy není shoda se skutečností či logičnost, ale především zodpovědnost a morálka.¹¹ Rádl zdůrazňuje, že to, co činí něco pravdivým, je otázkou odpovědnosti a morálního přístupu, nikoliv jednoduché shody s realitou nebo logická korektnost. Od samého začátku odstraňuje Rádl z pojmu pravdy jakýkoliv náznak objektivitu, jelikož dle něho „*pravda* není hmotná věc.“¹² Z tohoto důvodu nemůže být *pravda* měřitelným výsledkem. Rádl podotýká, že člověk může zůstat se svou pravdou osamocen a ti, kteří se nechtějí vzdát své pravdy, neuspějí, jelikož

⁹ Post-Truth, ©2024. In: Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press, 1999 [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

¹⁰ RÁDL, Emanuel. *Romantická věda. Otázky a názory* (Jan Laichter). Praha: Laichter, 1918, s. 129.

¹¹ Tamtéž, s. 290.

¹² Tamtéž, s. 131.

je „svět odmítne, nechá je žít v bídě a pohrdání.“ Takoví lidé podle Rádlového tvrzení žijí takoví lidé ve své *pravdě*, pracují s ní a odvolávají se na ni, aby byly svědky svého lepšího poznání.¹³

Další filozofický vztah k *pravdě* vychází z teorií Aristotela, na kterého navázal Tomáš Akvinský. Korespondenční teorie je historicky jednou z nejdůležitějších teorií pojetí *pravdy*. Zakládá se na tvrzení, že je výrok považován za pravdivý tehdy, odpovídá-li realitě.¹⁴ Klade důraz na pravdivost věcí, která spočívá v jejich popisu takovém, jaké věci ve skutečnosti jsou. Naopak nepravda dle korespondenční teorie spočívá v jejich zkreslení. Východisko korespondenční teorie nacházíme v ontologickém realismu, což je filozofický směr vyznávající existenci objektivního světa, nezávislého na lidském vnímání či interpretování. Podle toho tedy existuje skutečnost nezávislá na našich mentálních či konceptuálních konstrukcích. Korespondenční teorie *pravdy* vychází z představy, že je svět sestaven z objektů, vlastností a vztahů mezi nimi, které jsou nezávislé na našem subjektivním vnímání. Tímto způsobem vysvětluje, co znamená naše tvrzení o tom, že je něco pravdivé.

Odlišná od tradičních přístupů je Jamesova pragmatická teorie *pravdy*. Ta klade důraz na praktičnost důsledků tvrzení. V porovnání s abstraktní korespondenční teorií mezi tvrzením a realitou navíc zjišťuje, jaká změna by nastala v našem životě, pokud by tvrzení bylo pravdivé. Podle Jamesovy pragmatické teorie je *pravda* definována spíše ve smyslu vstřebatelnosti a užitku, než jak je tomu v případě korespondenční teorie ve střetu s objektivní realitou.¹⁵ *Pravda* se tak stává procesem, který vede přes další myšlenky a přesvědčení až k samotné akci, která je následně vyhodnocována podle jejich výsledků. Tímto způsobem dochází k propojování přesvědčení. Ta se následně formují na základě jejich praktického vlivu na náš život. Jamesova pragmatická teorie *pravdy* tedy odmítá statický pohled na *pravdu*, a naopak poukazuje na její dynamičnost.

Zatímco korespondenční teorie *pravdy* je založena na objektivním souladu tvrzení s realitou, Jamesova pragmatická teorie klade důraz na praktičnost důsledků, užitečnost tvrzení v reálném životě a dynamičnost pojetí *pravdy*. Rádlovo pojetí *pravdy* kombinuje oba tyto pohledy, které rozšiřuje o kontext lidské činnosti, životní praxe a historie.

¹³ RÁDL, E. Dějiny vývojových teorií II. Praha: Academia, 2006. s. 26-27. ISBN 80-200-1393-8.

¹⁴ KOLÁŘ, Petr. *Pravda a fakt*. Praha: Filosofia, 2002. s. 81-83. ISBN 80-7007-168-0.

¹⁵ JAMES, William. *The Writings of William James: A Comprehensive Edition*. Modern Library, 1968. s. 429-443.

1.2 Dezinformace

Dezinformace se díky internetu a sociálním sítím šíří rychleji než kdy dřív. Jedná se o falešnou informaci, kterou její původce šíří úmyslně s cílem klamat lidi.¹⁶ Šíření *dezinformací* můžeme chápat jako organizovanou aktivitu, při které jsou použity strategie založené na klamání a manipulaci médií za účelem dosažení politických, vojenských nebo obchodních cílů. S pojmem *dezinformace* souvisí také termín *misinformace*. Ten rovněž představuje nesprávné nebo zavádějící informace. V tomto případě však nejsou systematicky či úmyslně šířeny a jejich cílem není ovlivňovat rozhodování nebo názory ostatních lidí. I přesto, že se na první pohled jedná o neutrální jev, masovým šířením *misinformací* je možné docílit obdobných důsledků jako v případě záměrného rozšiřování *dezinformací*.¹⁷

Za původce *dezinformací* můžeme označovat státní aktéry, jednotlivce, ale také média, která se na záměrné šíření nepravd zaměřují. Marwick a Lewis rozpoznávají různé důvody, proč lidé rozšiřují *dezinformace*. Ty se týkají zejména ideologie, soupeření o moc, snahy získat určitý sociální status a touhy po finančním zisku.¹⁸ Jedná se například o případy, kdy aktéři z jednoho státu účelově šíří *dezinformace* týkající se chodu sousedních zemí za účelem jejich diskreditace, destabilizaci vztahů na mezinárodní i regionální úrovni, tedy podnícení nedůvěřivosti společnosti i ostatních zemí ve fungování určitého státu. Tento způsob rozpoutávání hybridních konfliktů se stává s rozvojem technologií účinným nástrojem v rozpoutávání geopolitických konfliktů a rivalit. Tímto způsobem se snaží cizí mocnosti oslabit důvěru ve vlády sousedních zemí a podkopávat jejich legitimitu jak na domácím území, tak i v zahraničí. Takové taktiky jsou mediovány prostřednictvím falešných zpráv na sociálních médiích a momentálně taky pomocí *deepfake*¹⁹ videí, které jsou momentálně jednou z největších hrozeb. Takové aktivity vedou k rozdmýchání napětí mezi sousedními zeměmi a ke zhoršování regionálních vztahů.

Dle Růžičky je hlavním negativním dopadem *dezinformací* právě jejich snaha podryvat důvěru společnosti v demokracii i zahraniční politiku.²⁰ Sám zdůrazňuje, že existuje komplexní

¹⁶ Ion Mihai PACEPA and Ronald J. RYCHLAK, *Disinformation: Former Spy Chief Reveals Secret Strategies for Undermining Freedom, Attacking Religion, and Promoting Terrorism*, WND Books, 2013. s. 4–6, 34–39, 75, ISBN 978-1-936488-60-5

¹⁷ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Definice dezinformací a propagandy* [online]. 2024 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

¹⁸ MARWICK, Alice a Rebecca LEWIS. *Media Manipulation and Disinformation Online* [online]. Data&Society, 2017 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf

¹⁹ Falešná realisticky vytvořená a těžko rozpoznatelná úprava videí.

²⁰ RŮŽIČKA, Adam (2023, 1. prosince). *Dezinformace jako sociální problém*. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

vztah mezi nedůvěrou a dezinformacemi, který je důležitý z několika důvodů. Jednak z hlediska časové posloupnosti, která naznačuje, že nedůvěra existovala již mnohem dříve než samotná problematika dezinformací. Dále pak z hlediska trendu sledujícího pokles důvěry v média v České republice, jehož počátky je možné datovat kolem roku 2005. V tomto období zatím nebyly *dezinformace* stěžejním tématem v diskusích. Sociální antropoložka Heřmanová vnímá v rámci veřejné debaty *dezinformace* především jako bezpečnostní problém, který je v diskursu hybridní války důsledkem zahraničních a nepřátelských vlivů.²¹ I přesto však, dle jejích slov, nejsou všechny *dezinformace* společensky nebezpečné. O rozdílnosti mezi *dezinformacemi* z hlediska jejich škodlivosti a dopadů na společnost hovoří také specialista na právo Sunstein, jež zastává názor, že „*samotná nemorálnost lhaní neznamena to, že by měla být automaticky trestána pomocí prostředků práva.*“²² Nadměrné používání přísných opatření a nástrojů, ke kterým patří například blokování nepravdivých obsahů, navíc údajně často situaci pouze zhoršují a posilují v lidech přesvědčení o pravdě i ve zjevných dezinformačních sděleních. Otázkou však zůstává, jakým způsobem *dezinformace* kategorizovat na „nebezpečné“ a „méně nebezpečné“.

Dalším dilematem, kterým se zabývá Heřmanová, je otázka důvodu šíření *dezinformací*. Konkrétně řeší, zda se *dezinformace* šíří v důsledku již zakořeněné nedůvěry v oficiální zdroje informací, nebo zda se nedůvěra v takové zdroje snižuje až vlivem cizí propagandy.²³ Taková otázka je velmi komplexní a obtížně rozluštitelná, proto ji Heřmanová připodobňuje k podobně neřešitelnému problému, zabývajícímu se tomu, zda „*byla dříve slepice či vejce.*“²⁴ Na jednu stranu mohou být lidé ve společnosti náchylnější k tomu, aby uvěřili *dezinformacím*, a to zejména v případech, kdy mají z nějakého důvodu pevně zakořeněnou nedůvěru v tradiční sdělovací prostředky, vládu nebo kombinaci obojího. Tento důvod vyplývá z důsledku interních problémů, k nimž můžeme řadit například korupci, lživé vyjádření politicky exponovaných osob nebo jejich skandály z minulosti či neefektivita vládních zřízenců. Na druhou stranu může nedůvěru v tradiční média prohlubovat nebo také vytvářet cizí propaganda, jež zneužívá lokálních problémů nebo historických událostí k tomu, aby cíleně oslabilu důvěru společnosti v oficiální instituce. Odpověď na tuto dilematickou otázku není jednoznačná, může záviset na

²¹ HEŘMANOVÁ, Marie (2023, 1. prosince). *Dezinformace jako sociální problém*. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

²² SUNSTEIN, Cass R. *Liars: Falsehoods and Free Speech in an Age of Deception (Inalienable Rights)*. Oxford University Press, 2021. ISBN 978-0197545119.

²³ HEŘMANOVÁ, Marie (2023, 1. prosince). *Dezinformace jako sociální problém*. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

²⁴ Tamtéž

různých okolnostech i historickém kontextu společnosti a stává se proto předmětem dalších výzkumů překračujících rámec komunikace v online prostředí.

Z hlediska terminologie se dle Heřmanové stávají pojmy „*dezinformace*“ i „*konspirace*“ stále více normativními a postrádají svou původní analytickou užitečnost.²⁵ Tyto termíny jsou mnohdy používány spíše jako pomyslné „štítky“, jež si dávají za cíl odsuzovat určité informační proudy nebo názory jednotlivců bez toho, aniž by se zabývaly jejich celkovým obsahem nebo původem. Takový vývoj může vést k situacím, při nichž se diskuse nebude zaměřovat na hlubší pochopení příčin a důsledků šíření *dezinformací* nebo *konspiračních teorií*, ale především pouze na jejich samotné označování a odnímání věrohodnosti určitým zdrojům. Pro produktivnější debatu vedoucí nejen k povrchnímu označování *dezinformací*, ale především k řešení této problematiky do hloubky, je důležité přehodnotit, jakým způsobem tyto termíny používáme, a pokusit se vrátit k jejich původní analytické hodnotě, která pomáhá lépe porozumět jak sociálním, tak i politickým jevům.

Dezinformační a alternativní média

Za dezinformační považujeme taková média, která záměrně rozšiřují lživé informace za účelem ovlivňovat veřejné mínění a dosahovat politických nebo ekonomických zisků. Taková média využívají nejrůznější taktiky, kterými si získávají pozornost potenciálních čtenářů, a to například *clickbaitové titulky*²⁶, zavádějící zprávy, manipulativní fotografie či *deepfake* videa.²⁷ Navenek se sice prezentují jako zdroje objektivních informací, nicméně ve skutečnosti využívají manipulativních metod. Na prvním místě se snaží především o získání pozornosti a zvýšení jejich čtenosti.

Dezinformační média jsou často využívána extremistickými skupinami, politickými hnutími a zahraničními mocnostmi za účelem ovlivnění politické situace v jiných zemích. Zatímco některé dezinformační weby byly v České republice zablokovány, jiné šíří nepravdy i nadále nebo jejich správci vytváří alternativy svých tehdejších již nefungujících webů. Dle seznamu vytvořeného Hospodářskými novinami se jedná například o weby *Bez politické korektnosti*, *Důležité 24*, *Islamizace.cz*, *Lajkit*, *O čem se mlčí* a další.²⁸

²⁵ Tamtéž

²⁶ Poutavé titulky, které snadno přinutí čtenáře článek rozkliknout.

²⁷ BERGER, Guy. Journalism, fake news & disinformation. UNESCO, 2018. s. 7-13. ISBN 978-92-3-100281-6.

²⁸ URBAN, Patrik. Dezinformacím se v Česku daří. Pronské internetové zpravodajství ovládá pár hráčů, dohromady se vyrovnají největším serverům v zemi. Hospodářské noviny [online]. [cit. 2024-02-20]. Dostupné: <https://domaci.hn.cz/c1-66477660-dezinformacim-se-v-cesku-dari-pronske-internetove-zpravodajstvi-ovlada-par-hracu-dohromady-se-vyrovnavaji-nejvetsim-serverum-v-zemi>

K dalším extremistickým sdělovacím prostředkům řadíme *alternativní média*. Ta se od mainstreamových liší tím, že často recipientům poskytují odlišné pohledy a informace na aktuální události a témata. Jedná se o nezávislé weby, blogy, podcasty, YouTube kanály i profily na sociálních sítích. Jeví se jako platformy pro svobodný projev a diskusi, zároveň jsou ale v některých případech zodpovědné za šíření dezinformací a propagaci extrémních názorů.

Důvodů vysvětlujících zakládání alternativních zdrojů v České republice je mnoho. Dle Hájka může být jedním z nich komunistická minulost a potlačování občanské společnosti.²⁹ V minulosti bylo provozování komunitních nebo *alternativních médií* výrazně omezeno a podléhalo přísné kontrole. Tento stav vedl k tomu, že se lidé soustředili na svůj soukromý život a důvěřovali spíše přátelům a rodině než veřejným sdělovacím prostředkům. Čtenáři čerpající informace od dezinformačních zdrojů však nemusí být považováni za mediálně negramotné. Heřmanová poukazuje na zajímavý aspekt související s přijímáním dezinformací.³⁰ Dle jejích slov lidé, kteří mají motivaci věřit dezinformacím, nejsou nutně mediálně negramotní, ale naopak, často sami sebe považují za velmi kriticky myslící konzumenty informací. Z tohoto důvodu žijí v přesvědčení, že jsou schopni filtrovat a analyzovat informace.

Dezinformační a alternativní média vnášejí do společnosti značná rizika. Záměrným šířením nepravdivých informací ovlivňují veřejné mínění a podporují extrémismus. Taková média mohou vést ke ztrátě důvěry v mainstreamová média, politické nestabilitě a polarizování společnosti. Vzhledem ke zmiňovaným jevům je nezbytné se soustředit na identifikaci dezinformací a posilování mediální gramotnosti veřejnosti za účelem minimalizace negativních dopadů těchto médií.

1.3 Ovlivňování myšlenkových procesů

Myšlenkové procesy konzumentů zpráv mohou být ovlivněny různými odchylkami a zkresleními, které vedou systematicky k chybám v každodenním rozhodování

²⁹ HÁJEK, Roman; CARPENTIER, Nico. Alternative mainstream media in the Czech Republic: beyond the dichotomy of alterative and mainstream media. *Continuum*. 2015-01-13, roč. 29, čís. 3, s. 365–382. [online]. [cit. 2024-02-03]. ISSN 1030-4312. DOI 10.1080/10304312.2014.98606. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10304312.2014.986061>

³⁰³⁰ HEŘMANOVÁ, Marie (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

a argumentacích.³¹ Ty jsou známy jako kognitivní zkratky, zkreslení nebo bias³² a mohou vést k nesprávnému vyvození závěrů o získaných informacích. *Informační bias* se projevují v konzumentově přesvědčení, že čím více informací shromáždí, tím přesnější a pravdivější bude jeho výsledný názor na problematiku. Nicméně často dochází, a to zejména v současné době informační přesycenosti, k opomenutí irelevance některých informací.

Termín poprvé použili Baron, Beattie a Hershey v roce 1988 na základě výsledků svého experimentu, který popsali ve své studii, kde demonstrovali *informační bias* v procesu stanovování fiktivní lékařské diagnózy a snažili se odpovědět na otázku, zda je test v případě stanovování diagnózy užitečný. Výsledky ukázaly, že test měl pouze 20% užitečnost a z celkem deseti testů na pacientech byly relevantní pouze dva.³³ I přesto pak většina pacientů subjektivně hodnotila užitečnost testování jako relevantní.

Jev, kdy více respondentů považovalo testování za relevantní, ačkoliv nebylo, označili Baron, Beattie a Hershey jako *informační bias*.³⁴ I v běžném životě se často setkáváme s *informačními bias*. To znamená, že podléháme iluzi, že více informací nám automaticky zajistí přesnější a hodnotnější výsledek, a to i přesto, že některé z těchto informací pro danou situaci nejsou relevantní. *Informační bias* může vést ke snížené produktivitě práce i mylnému vytváření představ o světě.

Příčiny takových zkreslení mohou být různorodé a zahrnují způsoby vytváření, poznávání, zpracování a transformaci informací do znalostí, stejně jako další procesy informačního chování. Lidé využívají své kognitivní schopnosti takovým způsobem, aby dosáhli inferenčních výsledků odpovídajících jejich motivaci ochránit jejich určité přesvědčení.³⁵ Tento způsob myšlení může být podněcován snahou ochránit vlastní identitu nebo postavení ve skupině, jež sdílí totožné základní hodnoty.

Pokud se nějaké politicky relevantní tvrzení stane součástí identity skupiny, přijetí opačného nekonformního postoje by mohlo ohrozit jedincovo postavení ve skupině. V důsledku

³¹ AMBROZOVÁ, Eva a Vratislav POKORNÝ. Kognitivní management: pro prostředí 4.0 a další. 1. vyd., Brno: Newton Academy: 2018. ISBN 978-80-87325-13-1.

³² Z angličtiny předpojatost, zaujatost

³³ BARON, Jonathan; HERSHEY, John C. Outcome bias in decision evaluation. *Journal of personality and social psychology*, 1988, 54.4: 569-579.

³⁴ Tamtéž

³⁵ KAHAN, Dan M., Misconceptions, Misinformation, and the Logic of Identity-Protective Cognition (May 24, 2017). Cultural Cognition Project Working Paper Series No. 164, Yale Law School, Public Law Research Paper No. 605, Yale Law & Economics Research Paper No. 575, Dostupné z: <https://ssrn.com/abstract=2973067> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2973067>

toho jednotlivci nevědomě brání empirickým tvrzením jako formu ochrany své identity.³⁶ Tento mechanismus sebeobrany identity pak motivuje lidi k tomu, aby setrvali ve svých přesvědčeních, které vyjadřují jejich loajalitu k určité sociální skupině.

Z výše zmíněného vyplývá, že *informační bias* můžeme vnímat jako komplexní fenomén, jež zásadně ovlivňuje naše vnímání a interpretaci informací. Je nezbytné mít tento jev na paměti a aktivně mu čelit pomocí kritického myšlení i ověřování informací z různých zdrojů. Takovým způsobem je možné minimalizovat dopady informačního zkreslení a dokázat lépe porozumět složitosti okolního světa.

Fakta jako nepřátelé přesvědčení

Dalším z problematických jevů souvisejícím s komunikací v době post-pravdivé je takzvaný *backfire effect* neboli *efekt zpětného rázu*.³⁷ Termín definovali Nyhan a Reifler. Popisují ho jako jev, kdy někteří jednotlivci, konfrontovaní s důkazy nesouhlasícími s jejich přesvědčením, se snaží ještě pevněji držet svého původního názoru a pozice.³⁸ Popisuje tendenci jednotlivců preferovat informace, interpretace a vzpomínky podporující jejich vlastní přesvědčení. Současně ignorují nebo minimalizují ostatní názory, které s jejich přesvědčením nesouhlasí.³⁹ Tento jev také zahrnuje interpretaci nejednoznačných informací do takové podoby, aby byly v souladu s jejich vlastními názory.

Jedná se o formu kognitivního zkreslení, jež často vede k chybnému myšlení. Tato zkreslení se projevují i v případě abstraktních témat, které samy o sobě nepožadují názor, a jsou zvláště patrná při emocionálně nabitým obsahu a u pevně ukotvených postojů. Konfirmační zkreslení ovlivňuje také paměť, což znamená, že si lidé lépe zapamatují informace podporující jejich vlastní názory.⁴⁰ Z výše zmiňovaných důvodů také mnohem snadněji upřednostňují ty názory a informace, které jejich názory podporují.

³⁶ Tamtéž

³⁷ The Skeptic's Dictionary - Skepdic.com. www.skepdic.com [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné online: <https://www.skepdic.com/backfireeffect.html>

³⁸ NYHAN, Brendan a Jason REIFLER. When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behaviour*. 2010, roč. 32, č. 2, s. 303–330. DOI: 10.1007/s11109-010-9112-2. ISSN 1573-6687

³⁹ Redlawsk, David P., Andrew J.W. Civettini, and Karen M. Emmerson (Forthcoming). "The Affective Tipping Point: Do Motivated Reasoners Ever 'Get It'?" *Political Psychology* [online]. 2010 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20110511211719/http://www-personal.umich.edu/~bnyhan/nyhan-reifler.pdf>

⁴⁰ People show confirmation bias even about which way dots are moving. medicalxpress.com [online]. 2018-09-13 [cit. 2024-02-03]. Dostupné online: <https://medicalxpress.com/news/2018-09-people-bias-dots.html>

Upevňování mylných představ v praxi

Fenomén *efektu zpětného rázu* nastává ve chvíli, kdy lidé po setkání s důkazy i přes korekci svých chybných představ paradoxně posilují víru ve své mylné názory, které byly původně korigovány. Sám McRaney poznamenává, že „naše postoje jsou formovány mnohaletým zaměřením na informace, které posilovaly naše vlastní přesvědčení, zatímco současně ignorovaly informace, které by mohly narušit naše již existující dojmy a představy.“⁴¹

Lebo a Cassino tvrdí, že *efekt zpětného rázu* může být spojován s kognitivním deficitem, při němž lidé interpretují informace, se kterými se neztotožňují, jakožto potvrzení jejich vlastního přesvědčení.⁴² Naopak Nyhan a Reifler shledávají *efekt zpětného rázu* jako následek procesu, během něhož jednotliví recipienti odmítají informace, které nejsou v souladu s jejich preferencemi, a tím posilují své existující názory.⁴³ Tento proces lze vnímat jako neustále se opakující způsob, jakým lidé reagují na nové informace nereflektující jejich přesvědčení v momentě, kdy jsou jim předkládány důkazy.⁴⁴

Jako první příklad můžeme uvést výzkum zaměřující se na způsob, jakým občané USA nakupovali na Amazonu před prezidentskými volbami v roce 2008. Výzkumník Krebs zjistil, že lidé, kteří již byli pevně rozhodnuti podpořit kandidáta Obamu, upřednostňovali knihy, které ho prezentovaly v pozitivním světle.⁴⁵ Naopak jeho odpůrci kupovali knihy, které jej zobrazovaly v negativním kontextu. Potenciální voliči si tedy vybírali knihy s takovým obsahem, který potvrzoval jejich již existující názory.

Termín *efekt zpětného rázu* se stal významným pojmem v sociální psychologii, a proto je centrálním bodem množství výzkumů. Kromě Krebsova předvolebního průzkumu stojí za zmínku i experiment politologa Bullocka z Yale, jež poukazuje na podobný trendy rigidnosti

⁴¹ MCRANEY, David, *Confirmation Bias* [online]. 2010 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://youarenotsmart.com/2010/06/23/confirmation-bias/>

⁴² LEBO, M. J., & CASSINO, D. (2007). The aggregated consequences of motivated reasoning and the dynamics of partisan presidential approval. *Political Psychology*, 28(6), 719–746.

⁴³ NYHAN, Brendan a Jason REIFLER. When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behaviour*. 2010. roč. 32, č. 2. DOI: 10.1007/s11109-010-9112-2. ISSN 1573-6687., s. 303–330.

⁴⁴ BARON, Jonathan; HERSHEY, John C. Outcome bias in decision evaluation. *Journal of personality and social psychology*, 1988, 54.4: 569-579.

⁴⁵ *How Amazon.com May Predict the Next President* [online]. 2008 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.chronicle.com/article/how-amazon-com-may-predict-the-next-president/>

postojů voličů.⁴⁶ Tento výzkum ilustruje, jak silný vliv mohou mít dezinformace na potenciální voliče a v širším měřítku také na formování společnosti jako celku.

Bullock prováděl výzkum s demokraticky zaměřenou skupinou dobrovolníků, kteří nesouhlasili se jmenováním republikánského amerického právníka Johna G. Robertse mladšího do Nejvyššího soudu USA. Vzorku dobrovolníků byla ukázána smyšlená reklamní kampaň, jež poukazovala na Robertsovu podporu násilných skupin a atentátníka na tamní kliniku. Po přednesení této dezinformace před skupinou Robertových odpůrců se jejich původní názory ještě více upevnily.⁴⁷

Výsledky experimentu politologa Bullocka se shodují s McRaneyho tvrzením poukazujícím na situaci, kdy jsou naše názory potvrzovány vlivem dlouhodobého vystavování informacím, jež jsou v souladu s naším vlastním přesvědčením.⁴⁸ Současně dochází k vytěsňování a ignorování informací, které by svým zněním mohly ohrozit naše stávající postoje a představy. Z výše zmiňovaných myšlenek a provedených výzkumů vyplývá, že lidé často přijímají informace, a to ať už pravdivé či nepravdivé, které odpovídají jejich existujícím přesvědčením.

1.4 Uživatelé sociálních sítí

V dnešní době, kdy se technologie neustále vyvíjí a umožňují lidem snadnější přístup k širšímu spektru množství informací prostřednictvím internetu a mobilních aplikací, je stále důležitější rozvíjet schopnost konzumentů efektivně pracovat s tak obrovskou záplavou dat. Na nová média je nutno pohlížet dvousečně. Zatímco na jednu stranu otevřela dveře k aktivnímu konzumu a vytváření obsahu, na stranu druhou zvýšila potřebu prohlubovat mediální gramotnost neboli schopnost porozumět, analyzovat, kriticky hodnotit a reflexivně reagovat na informace, které jsou lidem prezentovány.

V tomto kontextu Hobbs zdůrazňuje, že mediální gramotnost netkví pouze ve schopnosti získávání a interpretování informací, ale také o kompetenci reflektovat etické aspekty

⁴⁶ VEDANTAM, Shankar. THE WASHINGTON POST COMPANY. *The Power of Political Misinformation* [online]. 2008 [cit. 2024-02-26]. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/09/14/AR2008091402375_pf.html

⁴⁷ Tamtéž

⁴⁸ MCRANEY, David, *Confirmation Bias* [online]. 2010 [cit. 2024-02-26]. Dostupné z: <https://youarenotsosmart.com/2010/06/23/confirmation-bias/>

a společenskou odpovědnost v mediálním prostředí.⁴⁹ Kritické myšlení je klíčové pro schopnost rozlišovat mezi relevantními a důvěryhodnými informacemi a naopak těmi, které mohou skutečnost záměrně či nezáměrně zkreslovat nebo jsou zkrátka nepravdivé. Nabytí této kompetence umožňuje konzumentům efektivně vyhodnocovat zdroje informací a rozhodovat se na základě informovanosti a racionálního úsudku.

Důležitým aspektem mediální gramotnosti je i schopnost reflexe, která umožňuje jednotlivcům zvážit dopady jejich komunikačního chování na společnost a dbát také na etické principy a společenskou odpovědnost. Dle Hobbs je pro recipienta informací stěžejní na úrovni analýzy a hodnocení dokázat, že je schopen porozumět obsahu, analyzovat různorodé typy zpráv, odhalovat autorův záměr, dívat se na zprávu z různých úhlů pohledu a vyhodnocovat kvalitu, pravdivost i důvěryhodnost předloženého sdělení.⁵⁰ Tímto způsobem se mediální gramotnost stává nejen nástrojem pro individuální získávání a vytváření informací, ale také pro aktivní uvědomělou účast ve veřejné diskusi.

Facebook

Sociální síť *Facebook*, založená Zuckerbergem v roce 2004, sloužila původně pouze jako komunikační platforma pro studenty Harvardské univerzity. Rychlý nárůst popularity vedl k jejímu zpřístupnění všem uživatelům ve věku od 13 let. K tomuto úspěchu a rozšíření přispěla také internetová éra Webu 2.0 zdůrazňující uživatelskou participaci. Ke klíčovým momentům lze zařadit také zavedení funkce *News Feed*⁵¹.⁵² Další milník platformy *Facebook* nastal v roce 2021, kdy se přejmenovala na *Meta Platforms* a oznámila svůj záměr soustředit se na rozvíjení *metaverse*⁵³.⁵⁴

Společnost Meta nyní zahrnuje i další aplikace, mezi které se řadí *Messenger*, *Instagram* a *WhatsApp*. *Facebook*, je bezplatně dostupnou sociální sítí vyžadující od uživatelů vytvoření profilů, které slouží ke sdílení obsahu i interakci s ostatními. Uživatelé tedy zveřejňují osobní data, jež společnost Meta využívá pro cílenou reklamu. Dle Statisty byl v lednu 2024 *Facebook*

⁴⁹ HOBBS, Renee. Digital and Media Literacy: A Plan of Action: A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy. Washington: The Aspen Institute, 2010. s. 9-19. ISBN: 0-89843-535-8.

⁵⁰ Tamtéž

⁵¹ Neustále se aktualizující novinky na webové stránce.

⁵² VAN GROVE, Jennifer. Facebook then and now (pictures). In CNET [online]. 2014 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/pictures/facebook-then-and-now-pictures/>

⁵³ Virtuální realita, v níž mohou uživatelé interagovat s počítačem generovaným prostředím i ostatními uživateli.

⁵⁴ Introducing Meta: A Social Technology Company. In Meta [online]. October 28, 2021 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>

stejně jako v předchozím roce nejpoblárnější sociální síti s téměř 3 miliardami aktivními uživateli po celém světě.⁵⁵

Jen v České republice využívá tuto platformu přibližně 6 milionů uživatelů.⁵⁶ Zatímco mladší generace upřednostňuje sociální síť jako *Instagram* nebo *TikTok*, platforma *Facebook* si získala popularitu mezi uživateli ve věkovém rozpětí 45-60 let, tedy mezi skupinou, o kterou se budeme v této práci zajímat. Závěrem je nutno podotknout, že si i přes některé skandály zakladatele Zuckerberga, časté výpadky a kontroverzi Facebook stabilně udržuje své čestné místo u milovníků sociálních sítí, a jedná se o oblíbenou platformu pro sdílení s přáteli, zájmovými skupinami, komunikaci či prodej věcí.

FOMO

V souvislosti se sociálními sítěmi se setkáváme se slovním spojením *Fear of missing out*⁵⁷, zkráceně *FOMO*. To představuje obavu ze zmeškávání obohacujících zážitků, příležitostí či informací. Tento fenomén je rovněž charakteristický touhou být neustále propojený se životy ostatních. Przybylski popisuje tento pojem „jako všudypřítomnou obavu z toho, že ostatní mohou mít obohacující zážitky, kterých jedinec není součástí“.⁵⁸ Herman zastává názor, že *FOMO* existoval již před érou sociálních sítí a poprvé podrobněji popsal tento fenomén již v roce 1996.⁵⁹ O čtyři roky později ho pojmenoval slovním spojením *FOMO*, které používáme dodnes.

Ariely zase chápe *FOMO* jako strach z provedení nesprávného rozhodnutí týkajícího se využití času, a potvrzuje Hermanův názor, že se nejedná o novodobý jev, ale o soudobý úkaz, jež můžeme pozorovat v lidské povaze po celá staletí.⁶⁰ V současnosti je však pocit *FOMO* mnohem intenzivnější, jelikož ho sociální média prohlubují tím, že předkládají alternativní možnosti. Platformy jako Facebook a Instagram pravidelně prezentují možnosti, které by v našich životech mohly být. Jedná se například o dovolené, pokrmy v restauracích nebo účast

⁵⁵ *Most popular social networks worldwide as of January 2024, ranked by number of monthly active users* [online]. 2024 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

⁵⁶ ČERNOVSKÝ, Tomáš. *Top 10 sociální síť: kdo je používá a proč na nich propagovat svůj byznys?* [online]. 2024 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.cernovsky.cz/marketing/top-10-socialni-site/>

⁵⁷ Strach z toho, že něco promeškáme.

⁵⁸ PRZYBYLSKI, Andrew. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out, *Computers in Human Behavior* [online]. 2013 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

⁵⁹ HERMAN, Dan, 2000. Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *J Brand Manag*, 7, 330–340.

⁶⁰ DUKE UNIVERSITY. *DAN ARIELY ON HOW 'FEAR OF MISSING OUT' WORKS* [online]. Duke 100, 2024 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://today.duke.edu/2015/04/dan-ariely-how-%E2%80%99fear-missing-out%E2%80%99-works>

na atraktivních událostech. Neustálé vystavování informacím předkládajícím životy ostatních může vyvolávat pocit lítosti a zvyšovat obavy, že něco propásneme.

FOMO je fenoménem, který lze charakterizovat jako obavu ze zmeškání obohacujících zážitků, příležitostí či informací. Dále jako touhou po neustálém poznání a propojení se životy ostatních.⁶¹ Tento pocit nejistoty a lítosti sice není novodobým jevem, ale s rozvojem sociálních sítí se stává momentálně mnohem intenzivnějším než dříve.⁶² Sociální média představují neustálé záplavy možností a životních úspěchů ostatních, což vyvolává v některých uživateli internetu pocit lítosti i obav, že něco propásnou. Díky tomu se FOMO stává výrazným aspektem moderní lidské psychiky.

Komnaty ozvěn: Izolace v informační bublině

Na sociálních sítích můžeme narazit na jev zvaný *echo chambers* neboli *komnaty ozvěn*. Jedná se o situaci, při které si skupina lidí opakovaně potvrzuje své vlastní názory a ignoruje ty odlišné. Tím pádem se ve svých názorech ještě více utvrzují a posilují je. Ačkoliv některé studie potvrdily, že komnaty ozvěn ve skutečnosti nemají tak negativní dopad, jak se může zdát, nutno podotknout, že mohou vést ke ztrátě kritického myšlení či schopnosti vyjednávat, argumentovat a přizpůsobovat se změnám.⁶³

Jak jsme již zmínili v předchozí kapitole, sociální sítě jsou plné zájmových skupin, komunit, a proto tento proces ještě více zesilují. Moderní komunikační technologie umožňují lidem s podobnými názory se mnohem snadněji izolovat od osob s odlišným míněním. To může vést k vytvoření *informační bubliny*⁶⁴, kdy jedinec věří, že jsou jeho názory masivně sdíleny, a proto jsou správné, a to i přesto, že realita může být odlišná.⁶⁵

Podle Parisera, který pojem *informačních bublin* poprvé definoval, mají vliv na tento jev také algoritmy webových stránek a platform. Sociální sítě personalizují obsah podle uživatelských preferencí, a tím ho směřují k podobně smýšlejícím jedincům. Z tohoto důvodu dochází k omezení kontaktu s odlišnými názory.⁶⁶ Účastníci online prostoru šíří

⁶¹ PRZYBYLSKI, Andrew. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out, *Computers in Human Behavior* [online]. 2013 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

⁶² DUKE UNIVERSITY. *DAN ARIELY ON HOW 'FEAR OF MISSING OUT' WORKS* [online]. Duke 100, 2024 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://today.duke.edu/2015/04/dan-ariely-how-%E2%80%98fear-missing-out%E2%80%99-works>

⁶³ University of Pennsylvania. Echo chambers may not be as dangerous as you think, new study finds. *phys.org* [online]. [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://phys.org/news/2019-05-echo-chambers-dangerous.html>

⁶⁴ Tendencí přijímat informace podporující vlastní přesvědčení a ignorovat ty, které vyvolávají pochybnosti se lidé uzavírají od okolního světa a setrvávají v takzvané informační bublině.

⁶⁵ PARISER, Eli. 2011. *The Filter Bubbles: What the Internet Is Hiding from You*. NY: The Penguin Press. s. 10-11. ISBN: 9780141969923

⁶⁶ Tamtéž

prostřednictvím diskusí zprávy, které mohou být přehnané nebo zkreslené, přičemž tímto způsobem ve své komunitě posilují víru v pravdivosti těchto zpráv bez ohledu na jejich skutečnost. Dle slov sociologa Baumana zase lidé často využívají informační technologie k vytváření a posilování prostředí kolem sebe, a tím si vytváří takzvanou *bublinu pohodlí*.⁶⁷ Ta zastává funkci bezpečné zóny, ve které není potřeba konfrontace s nepohodlnou kontroverzí. Tedy není zde nutné obhajovat své názory nebo vysvětlovat své myšlenky.

Zatímco Bauman se zaměřuje především na psychologické aspekty *informačních bublin* a popisuje je jakožto nástroj pro budování komfortní zóny, Pariser ve svých myšlenkách upozorňuje také na technické aspekty zdůrazňující vliv algoritmů podílejících se na tvorbě těchto uzavřených bublin.⁶⁸ Bauman vnímá informační bubliny jako produkty lidských tendencí k pohodlnosti a vyhýbání se konfliktům. Pariser vyzdvihuje roli algoritmů sociálních sítí jako hlavní příčinu selektování informací a omezování kontaktu s odlišnými úhly pohledu.⁶⁹ Jak Pariser, tak Bauman se shodují na tom, že informační bubliny vznikají v momentě, kdy se lidé izolují od odlišných názorů a setrvávají pouze s informacemi potvrzujícími jejich stávající přesvědčení. Tyto pomyslné bubliny můžeme nazvat jako „bezpečné zóny“, v nichž jsou uživatelé sociálních sítí ochráněni od konfrontací s nepohodlnými myšlenkami a argumenty vyvracejícími jejich názory.

Nicméně i přes některé odlišnosti v myšlenkách zmiňovaných teoretiků se Bauman i Pariser shodují na tom, že hlavní příčinou vzniku informačních bublin je izolace od odlišných názorů a touha setrvat v bezpečí své „komfortní zóny“. Teorie Baumana a Pariser se vzájemně doplňují a poskytují komplexní pohled na fenomén *informačních bublin*. Pro celistvost je nezbytné nahlížet na tuto problematiku z hlediska různých oborů. Abychom dokázali tomuto jevu efektivně porozumět, je důležité si uvědomovat jak psychologické, tak technické aspekty informačních bublin.

1.5 Mediální gramotnost

V literatuře a odborných publikacích lze najít množství interpretací *mediální gramotnosti*. Podle názoru Aufderheide zazněla první oficiální definice *mediální gramotnosti* již v roce 1992 na konferenci s názvem „National Leadership Conference on Media Literacy“ v americkém

⁶⁷ KASÍK, P. & LAZŇOVSKÝ, M. (2015). Migranti jsou pro nás poslové špatných zpráv, říká slavný sociolog. iDnes. [online]. [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/veda/zygmunt-bauman-rozhovor-sociolog-uprchlici-migrace-technologie-modernita-stesti.A150826_151023_veda_mla

⁶⁸ Tamtéž

⁶⁹ PARISER, Eli. 2011. The Filter Bubbles: What the Internet Is Hiding from You. NY: The Penguin Press. s. 10-11. ISBN: 9780141969923

Aspenu.⁷⁰ Jednalo se o setkání celkem 25 odborníků z oboru vzdělávání za účelem stanovit si základní pojmy, rámce, vize a cíle týkající se právě *mediální gramotnosti*. Výsledkem této konference se stala definice zdůrazňující schopnost *mediální gramotnosti*. Ta spočívá v dovednosti získávat, analyzovat, hodnotit a produkovat zprávy v různých formátech, a to včetně tištěných a elektronických médií.

S dalším výkladem mediální gramotnosti se setkáváme u Bíny. Ten chápe mediálně gramotného takového jedince, který je schopen komunikovat pomocí užití slov, písmen, zvuků a obrazů.⁷¹ V tomto případě se jedná o širší výklad *mediální gramotnosti*, než je tomu například v případě autorů Mičienky a Jiráka, kteří definují *mediální gramotnost* jako soubor znalostí a dovedností umožňujících kritické posuzování médií a jejich sdělení.⁷² Dostál rozumí *mediální gramotností* základní úroveň znalostí, dovedností a postojů. Ty si jedinec osvojuje díky poznávání.⁷³ Dostálova definice zdůrazňuje, že podstata mediální gramotnosti netkví pouze ve znalostech, ale zahrnuje rovněž schopnost převádět tyto znalosti do praxe a praktikovat je. Na základě toho pak zastávat vhodné postoje či vyznávat určité hodnoty v dané oblasti. Oproti předchozím výkladům se jedná o strukturovanější a dynamičtější koncept zahrnující schopnost jedince efektivně a úspěšně fungovat v daném kontextu či prostředí. Obsáhleji vysvětluje definici mediální gramotnosti také Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy České republiky ve svém Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání. Jejich definice totiž navíc zahrnuje historii, strukturu i společenskou roli médií, včetně zařazení schopnosti aktivně se účastnit v mediální komunikaci a orientovat se v mediální nabídce.⁷⁴ *Mediální gramotnost* je součástí obsáhlého konceptu *funkční gramotnosti*, který si stanovuje cíl vybavit každého jedince znalostmi, dovednostmi a hodnotami takovým způsobem, aby byl schopen se úspěšně zapojovat do sociálního, hospodářského a kulturního systému společnosti.⁷⁵

⁷⁰ AUFDERHEIDE, P. 1997. Media Literacy: From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. In Kubey (Ed.), Media Literacy in the information age: Current perspectives. Transaction Books. s.79. ISBN: 1-56000-238-7.

⁷¹ BÍNA, Daniel. Výchova k mediální gramotnosti. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2005. s.7. ISBN 80-7040-844-8.

⁷² MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. Základy mediální výchovy. Praha: Portál, 2007. s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.

⁷³ DOSTÁL, J. Školní informační systémy. In Infotech 2007 - moderní informační a komunikační technologie ve vzdělávání. Olomouc: Votobia, 2007. s. 61. ISBN 978-80-7220-301-7.

⁷⁴ Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. In: EDU.CZ [online]. 2021 [cit. 2024-02-17]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvpramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavaci-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvpzv/>

⁷⁵ NAJVAROVÁ, Veronika. Model funkční gramotnosti a RVP ZV. In: JANÍK, Tomáš, KNECHT, Petr a NAJVAROVÁ, Veronika (eds.). Příspěvky k tvorbě a výzkumu kurikula. Brno: Paido, 2007. s. 77. ISBN 978-80-7315-153-9.

I přes širokou škálu výkladů mediální gramotnosti Martens zdůrazňuje, že se ve finále většina vědců a odborníků shoduje na tvrzení, že mediální gramotnost zahrnuje jak znalostní složku, tak i dovednosti.⁷⁶ Podle jeho názoru potřebují jednotlivci získávat hlubší znalosti, aby byli schopni porozumět klíčovým aspektům masových médií, k nimž řadíme jejich průmysl, obsah, cílovou skupinu či účinky.

Rozdělení mediální gramotnosti dle diskursů

Mediální gramotnost můžeme definovat v rámci různých diskursů. Například sám Sloboda rozlišuje celkem 3 diskursy *mediální gramotnosti*, a to diskurs mediálně-vědní, diskurs jazykovědný a diskurs mediálně-pedagogický.⁷⁷

Prvním a základním pojetím, formujícím chápání *mediální gramotnosti* ve školní mediální výchově, je diskurs mediálně-vědní, vycházející z angloamerického prostředí.⁷⁸ Ten vysvětluje *mediální gramotnost* jako kvalifikovanou a kritickou schopnost přijímat mediální obsah s využitím takzvané metody „learning by doing“ neboli rozvíjení znalostí pomocí praktických zkušeností jedince.⁷⁹ *Mediální gramotnost* je z hlediska tohoto diskursu rozdělována do dvou hlavních částí. Konkrétně je tvořena dovednostní a kriticko-reflexivní složkou. Z hlediska mediálně-vědního pojetí *mediální gramotnosti* je základem, aby jedinec získal znalosti a schopnosti potřebné k orientaci v rozsáhlé a takřka nepřehledné nabídce mediálních produktů, které v současnosti utvářejí různorodé mediální prostředí.⁸⁰

Další je pojetí jazykovědné, v rámci, něhož hovoříme o adaptaci Habermasova konceptu komunikativní kompetence jakožto klíčového prvku výbavy každého jedince fungujícího ve společnosti.⁸¹ Pojem *mediální gramotnost* představil v jazykovědném diskursu německé pedagogiky Baacke, který s konceptem Habermasovy teorie pracoval. Na tento koncept se odkazují také další autoři, jimiž je Šebesta, Bína nebo Niklesová, a dále ho ve svých pracích

⁷⁶ Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. In *Journal of Media Literacy Education*, 2(1). s. 14. DOI: <https://doi.org/10.23860/jmle-2-1-1>

⁷⁷ SLOBODA, Zdeněk (2012): „Diskurs mediální gramotnosti v ČR po roce 1989“. In MLČOCH, Miloš a STRÁNSKÁ, Eva. *Komunikační výchova v teorii a praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2012, s. 116-125. ISBN 978-80-244-3264-9.

⁷⁸ JIRÁK, Jan, KUCHAR, P. „Mediální výchova čili o jedné díře v našem všeobecném vzdělávání.“ Pp. 17-18 in KMIT, 1997, č. 12.

⁷⁹ VRÁNKOVÁ, Eva Heslár: Mediální výchova. *Revue pro média: časopis pro kritickou reflexi médií* [online]. 2004, roč. 4, č. 8 [cit. 2024-03-06]. ISSN 1214-7494. Dostupné z: http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_vychova.htm

⁸⁰ MIČENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.

⁸¹ SLOBODA, Zdeněk (2012): „Diskurs mediální gramotnosti v ČR po roce 1989“. In MLČOCH, Miloš a STRÁNSKÁ, Eva. *Komunikační výchova v teorii a praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2012. s. 116-125. ISBN 978-80-244-3264-9.

rozvíjejí. Niklesová rozšiřuje teorii o myšlenky Mičienky a Jiráka a rozlišuje *mediální gramotnost* od mediální kompetence, z čehož mediální kompetenci staví na vyšší úroveň. Například Bína i Niklesová začlenili jazykovědné pojetí *mediální gramotnosti* do různých vzdělávacích programů a materiálů pro učitele českého jazyka po vzoru Švejdy a Krišťana, průkopníků mediální pedagogiky na Jihočeské univerzitě.⁸² Šebesta i Bína se domnívají, že je potřeba rozvíjet *mediální gramotnost* v širším kontextu sociálně-komunikačních situací, a to v rámci komunikační kompetence.⁸³ Bína považuje média za rozšíření sociální komunikace, z toho důvodu zdůrazňuje filosofii „obratu k jazyku“ a zastává názor, že schopnost komunikovat nabývá rovněž úrovně schopnosti jednat. *Mediální gramotnost* je podle něho jakousi formou sebeobrany, která jedinci umožňuje udržet si alespoň částečnou autonomii a pomáhá mu odolávat manipulaci.⁸⁴

Niklesová se ve svém pojetí *mediální gramotnosti* odkazuje na Baackeho teorii mediální kompetence. Podle ní je mediální kompetence širším pojmem než ostatní dovednosti, k nimž patří emocionální, komunikační nebo vizuální kompetence. Pro Niklesovou je komunikační kompetence nezbytným základem pro mediální gramotnost.⁸⁵ Stejně jako Bína spatřuje smysl mediální výchovy především v rozvoji schopností rozpoznávat a analyzovat média tak, aby se byli žáci schopni bránit manipulaci, která je přítomná během každodenních komunikačních situacích. Podle Mičienky a Jiráka je *mediální gramotnost* komplexním souborem znalostí a dovedností, které jsou zásadními pro efektivní orientování se v médiích.⁸⁶ Jejich definice obsahuje poznatky zdůrazňující významnost schopnosti člověka kriticky analyzovat mediální obsahy a využívat média jako zdroje nejen pro informace a vzdělání, ale také pro zábavu. Dle slov Mičienky a Jiráka dávají nabyté a zažité dovednosti konzumentům médií možnost pohlížet kriticky na jejich obsah a zachovávat si kontrolu nad vlastním mediálním chováním.

⁸² BÍNA, Daniel, 2010. Mediální gramotnost v „českém jazyce a literární výchově“. In: MAŠEK, Jan, SLOBODA, Zdeněk a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ, eds. Mediální pedagogika v teorii a praxi. Sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice, s. 201–204. Plzeň: Katedra výtvarné kultury, Pedagogická fakulta, Západočeská univerzita v Plzni, Asociace pro mediální pedagogiku. s. 201-202. ISBN 978-80-7043-851-0.

⁸³ Tamtéž, s. 46

⁸⁴ Tamtéž, s. 203-204

⁸⁵ NIKLESOVÁ, Eva, 2007. Teorie a východiska současné mediální výchovy. České Budějovice: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. s. 83. ISBN 978-80-7040-995-4.

⁸⁶ MIČIENKA, Marek, a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.

Posledním typem diskursu *mediální gramotnosti*, a zároveň tím, který budeme aplikovat v analytické části, je dle Slobody diskurs mediálně-pedagogický.⁸⁷ Průkopníkem mediálně pedagogického diskursu se stal didaktik Mašek, který adaptoval koncepty německé mediální pedagogiky.⁸⁸ Mašek klade důraz na komplexnost nového mediálního prostředí v 90. letech. Do doby, kdy bylo zřejmé, že se stane mediální výchova součástí vyučování ve školách, se pedagogika edukaci o masových médiích, vyhýbala. Průlomovým se stal až text pedagožky Šedřové v časopise *Pedagogika* vydaném v roce 2004.⁸⁹ Šedřová přiblížila přístup k mediální pedagogice, přičemž vycházela, stejně jako Mašek, z konceptů německé mediální pedagogiky.

Schopnosti a kompetence

V důsledku vývoje v oblasti pedagogiky se koncept mediální gramotnosti rozšířil a momentálně zahrnuje různé skupiny schopností, dovedností, postojů a kompetencí konzumentů mediálních obsahů. Podle pedagožky Niklesové lze do mediální gramotnosti zařadit následující schopnosti:⁹⁰

- schopnost orientovat se v textech i mluvených projevech, a dokázat rozlišit podstatné informace od nepodstatných
- schopnost rozklíčovat skryté významy v textech, odhalit manipulační techniky a rozpoznat nepřesné nebo neúplné informace
- schopnost odlišovat pravdivý text či výpovědi od fabulací a subjektivního tvrzení původce informace, které není podloženo fakty
- schopnost zřetelně formulovat vlastní myšlenky

⁸⁷ SLOBODA, Zdeněk (2012): „Diskurs mediální gramotnosti v ČR po roce 1989“. In MLČOCH, Miloš a STRÁNSKÁ, Eva. *Komunikační výchova v teorii a praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2012. s. 116-125. ISBN 978-80-244-3264-9.

⁸⁸ SCHORB, Bernd a Zdeněk SLOBODA. *Teorie mediální pedagogiky*. In MAŠEK, Jan, Zdeněk SLOBODA a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ, ed. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: Sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice* [online]. Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU, 2010. s. 10. [cit. 2024-03-29]. ISBN 978-80-7043-851-0. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/profile/ZdenekSloboda/publication/49295075_Medialni_pedagogika_v_teorii_a_praxi_sbornik_prispevku_z_mezinarodni_konference_o_medialni_vychove_a_pedagogice_Plzen_17-18_cervna_2009/links/57a3a89908afe6167a7809c/Medialni-pedagogika-v-teorii-a-praxi-sbornikprispveku-z-mezinarodni-konference-o-medialni-vychove-a-pedagogice-Plzen-17-18-cervna-2009.pdf

⁸⁹ SLOBODA, Zdeněk (2012): „Diskurs mediální gramotnosti v ČR po roce 1989“. In MLČOCH, Miloš a STRÁNSKÁ, Eva. *Komunikační výchova v teorii a praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2012. s. 116-125. ISBN 978-80-244-3264-9.

⁹⁰ NIKLESOVA, Eva. *Mediální gramotnost a mediální výchova*, 1. vyd. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. s. 24. ISBN 978-80-904247-6-0

Stejně jako Niklesová, definoval i Mičienka s Jirákem základní aspekty, kterých by měl být mediálně gramotný jedinec schopen. Jedná se celkem o tři požadavky, kterými jsou:⁹¹

- dokázat porozumět základnímu fungování médií
- dokázat rozpoznávat společenské role médií a schopnost rozlišovat různé typy mediálních sdělení
- být schopen ověřit pravdivost mediálních sdělení a umět vyhodnocovat komunikační záměry podavatele informací

V této kapitole jsme si představili diskursy, prostřednictvím nichž je možné na mediální gramotnost nahlížet. Ze zmíněných informací vyplývá, že se *mediální gramotnost* rozvíjí na základě schopností kritického vnímání a dovedností reagovat na mediální obsahy. Z tohoto důvodu budeme v kapitolách analytické části *mediální gramotnost* klasifikovat na tři kompetenční dimenze, inspirované obecným mediálně-pedagogickým pojetím. Konkrétně se jedná o rozdělení na tři dimenze, a to znalostní, dovednostní a postojovou, které vychází z rovin *mediální gramotnosti* dle Polákové:⁹²

Znalostní dimenze

Vychází z kognitivní roviny. Zahrnuje znalosti a schopnosti. Konzument mediálních obsahů je schopen je kriticky hodnotit, rozlišovat zábavné prvky od informací relevantních pro společnost, dále je schopen porozumět cílům a strategiím mediálních sdělení i úloze médií v každodenním životě. Také dovede identifikovat postoje a názory podavatelů informací.

Dovednostní dimenze

Vychází z dovednostní roviny. Zahrnuje produktivní činnost. Konzument mediálních obsahů je schopen se aktivně účastnit mediální komunikace. Kromě pasivního přijímání informací je zde zahrnuta také aktivní interakce.

Postojová dimenze

Vychází z afektivní roviny. Zahrnuje postoje a hodnoty. Konzument mediálních obsahů je schopen identifikovat významné informace v mediálních obsazích a dovede k nim zaujmout kritický postoj. Dokáže odolávat předsudkům a zjednodušujícím soudům o společnosti, umí

⁹¹ MIČIENKA, Marek, a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.

⁹² POLÁKOVÁ, Eva. *Mediálne kompetencie*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2007, 144 s. ISBN 978-80-89220-65-6.

rozpoznávat společensky významné hodnoty ve zprostředkovaných sděleních a přijímá svou zodpovědnost za prezentaci vlastních postojů.

II. ANALYTICKÁ ČÁST

2.1 METODICKÁ ČÁST

K naplnění stanovených cílů jsme zvolili smíšený výzkum, a to kombinaci dvou forem získání informací: dotazník a polostrukturované rozhovory. Dotazník nám poskytne náhodným výběrem měřitelná data celkem od 100 respondentů. Na základě dotazníku oslovíme 10 respondentů, s nimiž provedeme polostrukturované rozhovory.

Zatímco informace z online dotazníku se stanou měřitelným doplňkem této práce, výpovědi z rozhovorů se stanou klíčovými pro analytickou část práce. Jelikož právě rozhovory umožní respondentům se k tématu širěji vyjádřit a poskytnou nám větší množství informací než dotazníky, rozhodli jsme se vybrat kvalitativní výzkum jako hlavní metodu diplomové práce. Rozhovory nám umožní dosáhnout nejen přímé interakce s respondenty, ale také poskytnou komplexnější vhled do zkoumané problematiky a hlouběji zanalyzují stanoviska respondentů.

Polostrukturované rozhovory nám umožní získat širší spektrum informací potřebných k naplnění stanovených cílů a také odhalit souvislosti výpovědí respondentů o jejich postupech při výběru informací. Vzhledem k povaze rozhovoru, kdy komunikujeme s dotazovaným pouze jednou, se zdá být optimální použít právě polostrukturovaný rozhovor. Sám teoretik Bernard⁹³ doporučuje tento typ rozhovoru v situacích, kdy tazatel nemá možnost opakovaného kontaktu s respondentem.

Vzorek respondentů bude tvořen dospělými osobami ve věku 45-65 let, které patří mezi neaktivnější uživatele sociálních sítí, ale především zastupují jak generaci takzvaných „*Baby Boomers*“, kteří se narodili v období po 2. světové válce, tak „*Generaci X*“, jež se narodila v období Československa. Osoby zastupující tyto kategorie generací si tedy prošly bohatými historickými, sociálními i informačními zkušenostmi, které formovaly jejich životní hodnoty a postoje. Různorodé socio-politické zkušenosti a názory těchto generací tak mohou nabídnout cenné výsledky nejen pro účely naší práce, ale také pro účely dalších sociologických výzkumů. Mezi respondenty zahrneme osoby různého genderu, odlišného vzdělání, zaměstnání, žijící

⁹³ BERNARD, H. Russell (Harvey Russell), 1940- Research methods in anthropology. Lanham, Maryland Rowman & Littlefield, [2018], s. 164. (DLC) 2017036691. [cit. 2024-01-31]. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=2Fk7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bernard,+H.+R.+\(198\).+Qualitative+methods+in+cultural+anthropology.&ots=HcsAT7jKaj&sig=P9c2So7l7gxgh-6DBo-6LqehpiY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=2Fk7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bernard,+H.+R.+(198).+Qualitative+methods+in+cultural+anthropology.&ots=HcsAT7jKaj&sig=P9c2So7l7gxgh-6DBo-6LqehpiY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

ve městě⁹⁴ i na venkově⁹⁵ a také v různých věkových kategoriích (45-50, 51-55, 56-60, 61-65 let).⁹⁶

Výběrem respondentů různých charakteristik zajistíme co největší diverzitu výzkumu. První výběr účastníků výzkumu proběhne metodou CAWI⁹⁷, prostřednictvím online dotazníku na webu Survio. Ten budeme následně distribuovat na sociálních sítích, aby ho mohli vyplnit respondenti v námi požadovaném věkovém rozmezí. Respondenti pro následující rozhovory budou vybráni náhodně na základě projevení jejich zájmu o další postup v online dotazníku.⁹⁸ Rozhovory budou později realizovány skrze rozhraní online videohovorů na Google Meet.

Online dotazníkem získáme data od širokého spektra účastníků a podklady vhodné pro průběžnou analýzu výsledků. Nicméně, i přes jistou míru měřitelnosti a předpověditelnosti je nezbytné si uvědomit také některá omezení, která jsou se získáváním informací pomocí online dotazníků spojena⁹⁹. Jedná se například o nedostatečnou kontrolovatelnost nad identitou respondentů či nekomplexnost pokládaných otázek. Tyto nevýhody budou odstraněny pomocí polostrukturovaných rozhovorů, které provedeme s některými z respondentů dotazníku. Tato metoda nám poskytne spolehlivou možnost ověřit skutečnou identitu vybraných účastníků a také prostor pro získání podrobnějších informací, které by dotazník nemohl vzhledem k uzavřenému typu otázek a předem připraveným hodnotám odpovědi obsáhnout.

Kombinací dotazníků a rozhovorů tedy docílíme komplexnějšího pohledu respondentů na zkoumanou problematiku. Otázky pro rozhovory budou zaměřeny především na postupy, kterými respondenti získávají informace z mediálních sdělení i ze sociálních sítí. Výpovědi respondentů budeme analyzovat za pomoci zakotvené teorie a procesu otevřeného kódování. Strauss a Corbinová definují v rámci zakotvené teorie tři hlavní typy kódování dat, a to otevřené kódování, axiální kódování a selektivní kódování.¹⁰⁰ I přes jejich kategorizaci však zdůrazňují,

⁹⁴ Podle Českého statistického úřadu se jedná o obec s počtem obyvatel vyšším než 2 000. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Postavení venkova v krajích ČR* [online]. 2009 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/postaveni_venkova_v_krajich_cr

⁹⁵ Podle Českého statistického úřadu se jedná o obec s počtem obyvatel nižším než 2 000. Venkovská obec má průměrně 550 obyvatel. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Postavení venkova v krajích ČR* [online]. 2009 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/postaveni_venkova_v_krajich_cr

⁹⁶ Viz Příloha 1: Online dotazník

⁹⁷ Computer Assisted Web Interviewing, je metoda dotazování využívající internet, při které respondenti samostatně vyplňují elektronický dotazník.

⁹⁸ Respondenti online dotazníku budou mít možnost v závěru vyplnit mail, prostřednictvím kterého budou osloveni k rozhovorům.

⁹⁹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005, s. 46. ISBN 80-7367-040-2.

¹⁰⁰ STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu*. Albert; Podané ruce, 1999. s. 40. ISBN 80-85834-60-X.

že od sebe nejsou tyto tři typy striktně oddělené, a z toho důvodu může docházet k jejich vzájemnému prolínání během procesu analýzy. V tomto výzkumu se zaměříme na metodu otevřeného kódování, které je prvním krokem, umožňujícím výzkumníkovi identifikovat základní kategorie ve zkoumaném vzorku a charakteristiky zkoumaných jevů. V tomto procesu dochází ke tvorbě kódů pro významné aspekty textů, což poskytuje základ k dalšímu analytickému postupu. Otevřené kódování je důležité chápat spíše jako konceptualizaci jevů, která usnadňuje další práci s daty. Dle Sedlákové během něho výzkumník identifikuje hlavní kategorie vztahující se ke zkoumanému problému.¹⁰¹ V této fázi se tedy zaměříme na určení základních charakteristik zkoumaných jevů a zařadíme je do jednotlivých kategorií.

Cílem je zjistit, jak často respondenti vyhledávají informace, jakým způsobem ověřují pravdivost informací, jaké typy zpráv je zajímají, jaké zpravodajské hodnoty jsou pro ně při výběru informací klíčové a jakým zdrojům důvěřují. Jak jsme uvedli v teoretické části, při analýze odpovědí budeme vycházet ze tří dimenzí kompetencí mediální gramotnosti z obecné mediálně pedagogické teorie, konkrétně ze složky znalostní, dovednostní a postojové.

2.2 ONLINE DOTAZNÍK

Jak jsme již představili v metodické části, předmětem výzkumu se stanou data získaná ze dvou forem dotazování, konkrétně z online dotazníku, vytvořeného na webu Survio, a polostrukturovaných rozhovorů, vedených prostřednictvím videohovoru na rozhraní Google Meet.

V této kapitole se zaměříme na první část našeho výzkumu, kterým je kvantitativní vyhodnocení dat získaných z odpovědí v online dotazníku. Otázky jsme sestavili tak, aby zjistili odpovědi pro testování stanovených hypotéz. Zároveň jsme dbali na adekvátní množství otázek, aby dotazník nebyl pro potenciální respondenty časově náročný. Analýza odpovědí nám poskytuje kromě kvantifikovatelných dat také základní přehled o tom, jak respondenti vyhodnocují a filtrují informace v současné době dezinformační. Vzhledem k tomu, že jsme zvolili kombinaci dvou metod výzkumu, v jeho kvantitativní části pracujeme s menším vzorkem respondentů, než bývá u dotazníkového šetření běžné. Celkově online dotazník vyplnilo 100 respondentů různých charakteristik. Výsledky online dotazníku poskytují

¹⁰¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. s. 412. ISBN 978-80-247-3568-9.

kvantifikovatelná data, která jsou doplňkem kvalitativní části výzkumu. Dále díky nim budeme mít možnost ověřit hypotézy, které jsme si před výzkumem stanovili.

2.2.1 Struktura vzorku respondentů

Jedinou předem specifikovanou charakteristikou respondentů bylo stanovení si jejich věkové hranice. Vzhledem k předem určeným cílům výzkumu, v nichž jsme si dali za úkol zjistit, jak přistupují k informacím osoby patřící do věkové kategorie nejaktivnějších uživatelů na sociálních sítích a spadající do kategorií „Baby Boomers“ a „Generace X“, které mohou čerpat ze životních zkušeností odvíjejících se od odlišných historických i sociálních kontextů, v nichž vyrůstaly, měly na otázky zodpovědět osoby v rozmezí 45-65 let.¹⁰² Celkový vzorek je tvořen 100 respondenty.

Vzorek respondentů je strukturován podle několika klíčových charakteristik, z nichž jsme vycházeli při testování hypotéz. Zahrnují věk, pohlaví, bydliště, vzdělání a zaměstnání. Vzhledem k citlivosti údajů je nabídka odpovědi týkající se věku respondentů rozdělena do čtyř věkových intervalů. Největší podíl respondentů, a to konkrétně 43 %, spadá do věkového rozmezí 45-50 let. Následuje věková skupina 51-55 let, která představuje 36 % respondentů. Méně zastoupeny jsou respondenti ve věkovém intervalu 56-60 let s 13 % a 61-65 let s 8 %.

Co se týče genderu, data ukazují, že většina respondentů, a to konkrétně 75 %, jsou ženy, zatímco muži tvoří zbytek, tedy 25 % vzorku. Účast žen výrazně převažuje nad účastí mužů, a z tohoto důvodu může vést ke zkresleným výsledkům dat. Z tohoto důvodu se v rámci druhé části výzkumu zaměříme na dosažení rovnoměrného podílu obou genderů s cílem zajištění vyšší reprezentativnosti a věrohodnosti výsledků, jelikož vyváženost je klíčovým faktorem pro zajištění správné interpretace a obecného použitelnosti získaných dat.

Dalším charakteristickým údajem o respondentech je bydliště. Většina respondentů, celkem 72 %, pochází z městských oblastí, zatímco 28 % respondentů žije na venkově. Co se úrovně vzdělání respondentů týče, nejvíce z nich, tedy 53 %, má středoškolské vzdělání, 38 % vysokoškolské vzdělání. Podíl respondentů s vyšším odborným vzděláním je 8 % a 1 % uvedlo základní vzdělání jako nejvýše dosažené. Podíl zaměstnaných respondentů je tvořen 65 %, osoby samostatně výdělečně činné tvoří 28 %. Celkem 6 % respondentů uvedlo, že je v důchodu, zatímco nezaměstnaní představují pouze 1 % vzorku.

¹⁰² Konkrétnější odůvodnění výběru vzorku – viz Metodická část

Vzorek respondentů pro tento výzkum byl strukturován podle klíčových charakteristik věku, pohlaví, bydliště, vzdělání a zaměstnání. Nejčastěji jsou zastoupeni respondenti ve věkových kategoriích 45-50 let. Většina respondentů je tvořena ženami. Značná část respondentů pochází z městských oblastí a má středoškolské vzdělání. Největší podíl je tvořen zaměstnanými respondenty.

2.2.2 Výběr otázek do dotazníku

V této kapitole se zaměříme na výběr otázek pro dotazník¹⁰³ týkající se přístupu k informacím vybrané skupiny lidí. Jak jsme již zmínili v teoretické části, mediální gramotnost hraje klíčovou roli ve schopnosti jednotlivců efektivně pracovat s mediálním obsahem, rozumět mu a dokázat na něho reagovat. V metodické části jsme uvedli, že při výzkumu využijeme (kvazi)definice vycházející z mediálně pedagogické teorie mediální gramotnost.

Na základě poznatků z teoretické části jsou otázky v dotazníku vybrány tak, aby je bylo možné zařadit do tří dimenzí mediální gramotnosti: znalostní, dovednostní a postojové. Každá ze zmiňovaných dimenzí zahrnuje specifické aspekty recipientova vnímání mediálních obsahů, jeho schopnosti je zpracovat a reagovat na ně. Otázky v online dotazníku tedy reflektují každou z těchto tří dimenzí. Díky strukturovanému přístupu budeme mít možnost lépe porozumět různým aspektům přístupu respondentů k informacím.

Znalostní dimenze se zabývá schopností získávat a porozumět informacím z mediálních obsahů. Otázky zaměřené na znalostní dimenzi jsou proto směřovány na preferované typy médií pro získávání informací, frekvenci vyhledávání informací na internetu, nejdůvěryhodnější zdroje informací dle recipientů, četnost vyhledávání určitých typů informací a zkušenosti s dezinformacemi. S ohledem na znalostní dimenzi jsme zvolili tyto otázky:

Jaký typ média upřednostňujete k získávání informací?

Jaké médium považujete za nejdůvěryhodnější zdroj informací?

Setkali jste se někdy s dezinformacemi nebo falešnými zprávami?

Pokud ano, kde jste se s dezinformacemi nebo falešnými zprávami setkali?

Druhým aspektem je dovednostní dimenze. Jak již z názvu vyplývá, zaměřuje se na dovednosti, které konzumenti informací potřebují k účinnému zpracování mediálního obsahu, tedy na schopnost efektivního zpracování mediálního obsahu. Otázky zastupující tuto dimenzi

¹⁰³ Viz Příloha 1: Online dotazník

zjišťují, jakým způsobem respondenti filtrují informace, jak často se zapojují do online diskusí a sdílí informace s ostatními, dále také jak reagují na dezinformace a zda dovedou ověřit informace před jejich šířením. Otázky zastávající dovednostní dimenzi jsou následující:

Jakým způsobem filtrujete informace?

Jak často se zapojujete do online diskusí na sociálních sítích nebo sdílíte informace s ostatními uživateli?

Jakým způsobem reagujete na dezinformace?

Ověřujete si informace, které podporují vaše názory a přesvědčení předtím, než je rozšíříte dál?

Postojová dimenze mediální gramotnosti se bude zabývat recipientovými postoji, které ovlivňují jeho interakce s mediálním obsahem. Tato dimenze je zaměřena nejen na hodnoty vznikající po interakci s mediálním obsahem, ale také na motivace vedoucí recipienta k účasti v online diskusích a ke sdílení informací. Mimo to se zabývá také důvěrou konzumentů informací ve zdroje. Otázky v této sekci jsou zaměřeny na zjištění, jak respondenti reagují na dezinformace, jaké jsou jejich motivy pro účast v diskusích. Zaměřili jsme se také na to, jaké zpravodajské hodnoty¹⁰⁴ upřednostňují. Do postojové dimenze jsme zařadili otázky:

Z jakého důvodu se účastníte online diskusí nebo sdílíte informace s ostatními uživateli?

Jakým způsobem reagujete na dezinformace?

Jaký druh informací nejčastěji vyhledáváte?

Jaký druh zprávy vás nejvíce zaujme a přečtete si ji s největší pravděpodobností?

V této kapitole jsme si představil výběr otázek pro online dotazník reflektující tři klíčové dimenze mediální gramotnosti: znalostní, dovednostní a postojovou. Strukturalizací otázek do tří segmentů získáme užitečné informace potřebné pro pochopení, jak respondenti přistupují k informacím.

2.2.3 Hypotézy

V následující kapitole se budeme věnovat hypotézám¹⁰⁵, které jsme se rozhodli v rámci našeho výzkumu testovat a zdůvodníme jejich výběr. Stejně jako otázky v dotazníku, jsme

¹⁰⁴ Znaky rozhodující o tom, jaká událost se stane zprávou masmédií.

¹⁰⁵ Pro snadnější identifikaci a sledování jsme každou hypotézu označili písmenem H a očíslovali.

hypotézy rovněž konstruovali tak, aby se opíraly o rozdělení do tří dimenzí mediálně pedagogické teorie mediální gramotnosti.

Znalostní dimenze

H1: Očekáváme, že pro většinu mladších respondentů (ve věkové kategorii 45-55 let) budou hlavním zdrojem informací online noviny a portály.

Hypotézu H1 je založena na věku respondentů a jejich preferencích při vyhledávání informací. Definovali jsme ji na základě výsledků vyplývajících ze výzkumu konzumace médií v rámci věkové kategorie 45-55 let. Dle statistik Českého statistického úřadu z roku 2023 vyplývá, že většina respondentů v této věkové skupině má přístup k internetu a aktivně na něm vyhledává nejrůznější druhy informací.¹⁰⁶ U respondentů s vyšším věkem (56-65 let) procenta osob aktivně vyhledávajících informace na internetu klesají.

Dále bereme v potaz také současný trend, kdy je již množství novinových titulů dostupných v online formátech. To znamená pohodlnější a rychlejší přístup k informacím, a to především pro mladší generaci, která je zvyklá získávat informace z online zdrojů. Noviny a portály vyskytující se na internetu mohou být přirozeným způsobem, jak se rychle a pohodlně informovat o aktuálním dění. Digital News Report ve svém výzkumu uvádí, že 50 % respondentů čte zprávy a jiné informace na sociálních sítích.¹⁰⁷ Podle výzkumu osob v České republice používajících internet, realizovaného v roce 2021, je zřetelný vyšší procentuální podíl uživatelů internetu řadících se do kategorie 45-54 let, než je tomu u starších generací.¹⁰⁸

Na základě výsledku z předchozích studií můžeme předpokládat, že i v našem výzkumu bude skupina mladších respondentů, ve věku 45-55 let, pravděpodobně upřednostňovat k získávání informací online média a v dotazníku budou na otázku „*Jaký typ média upřednostňujete k získávání informací?*“ nejčastěji volit odpověď „*online noviny a portály.*“

¹⁰⁶ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Vyhledávání vybraných informací na internetu* [online]. 2023 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/191486287/0620042308t.pdf/9c771e26-1927-4f03-81d8-fbbc870952ef?version=1.1>

¹⁰⁷ EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY. *Důvěra v média je v Česku rekordně nízká, ukazuje Digital News Report 2023* [online]. 2023 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/7337/nova-media-a-web-2-0/duvera-v-media-je-v-cesku-rekordne-nizka-ukazuje-digital-news-report-2023>

¹⁰⁸ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Používání internetu jednotlivci* [online]. 2021 [cit. 2024-02-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210201.pdf/000aa7b3-01cd-41f2-aa8a-f7fe2c1f5114?version=1.1>

H2: Respondenti s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním spíše ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním než respondenti se středoškolským a základním vzděláním.

Hypotéza H2 je založena na korelaci úrovně vzdělání respondentů a jejich schopnostech ověřovat informace před jejich sdílením a akceptováním. Vychází z předpokladu, že respondenti s vyšším stupněm vzdělání budou s větší pravděpodobností ověřovat a kriticky posuzovat informace před jejich sdílením nebo akceptováním. Jelikož je ověřování informací z více zdrojů úzce propojeno se schopností kriticky myslet, inspirovali jsme se výzkumem Damme a Zahnerové, který ukazuje, že během vysokoškolského studia dochází ke zlepšení kritického myšlení studentů díky sdílenému učení.¹⁰⁹ Součástí vysokoškolského a vyššího odborného vzdělání je schopnost analyzovat texty od různých informačních zdrojů. Naopak respondenti se středoškolským a základním vzděláním si tento postup nemuseli adaptovat, což by mohlo vést k menší tendenci ověřovat věrohodnost informací před jejich sdílením.

Vzhledem k výsledkům z předchozího výzkumu očekáváme, že respondenti s vyšším stupněm vzdělání, tedy vysokoškolským a vyšším odborným, budou pravděpodobněji provádět ověřování informací před jejich sdílením nebo akceptováním než respondenti s nižším stupněm vzdělání. Předpokládáme, že většina respondentů s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním na otázku „Ověřujete si informace, které podporují vaše názory a přesvědčení předtím, než je rozšíříte dál?“ odpoví „Aktivně ověřuji věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, a to i přes své názory a přesvědčení.“

Dovednostní dimenze

H3: Respondenti sledující zpravodajství od různých zdrojů a důvěřující renomovaným zpravodajským organizacím ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním i přes své názory a přesvědčení.

Každoroční průzkum Digital News Report, vypracovaný Reuters Institute for the Study of Journalism dokazuje, že se u české populace meziročně snížila důvěra v média. Dle Štětky je nízká důvěra v média ovlivněna například i ruskou agresí na Ukrajině, která ve společnosti

¹⁰⁹ DAMME, Dirk Van a Doris ZAHNER. *Does Higher Education Teach Students to Think Critically?* [online]. Paris. OECD Publishing, 2022 [cit. 2024-03-17]. ISBN 978-92-64-95496-0. Dostupné: <https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=142527&img=30584&res=150>

vyvolává nestabilitu a polarizuje ji.¹¹⁰ Na druhou stranu ze stejného výzkumu vyplývá poměrně vysoká důvěra v renomované organizace. Například Českému rozhlasu důvěřuje 59 % respondentů, v Českou televizi 57 %.

Na základě popisovaného výzkumu předpokládáme, že bude většina respondentů důvěřovat renomovaným zpravodajským organizacím. Důvěra v renomované zpravodajské organizace podporuje konzumaci faktických informací, a s tím i rozvoj dovednosti kritického myšlení i schopnost analyzovat a ověřovat informace z více zdrojů. Očekáváme, že respondenti filtrující informace od různých zdrojů a důvěřující renomovaným zpravodajským organizacím si budou ověřovat věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, a to i přes své názory a přesvědčení.

H4: Respondenti, kteří se podílejí na vyvracení dezinformací si aktivně ověřují informace, a to i přes jejich názory a přesvědčení.

Hypotéza H4 se zabývá dezinformacemi a tím, jak jsou s nimi respondenti schopni zacházet. Předpokládáme, že lidé, kteří jsou schopni rozeznat dezinformace od faktických zpráv, jsou motivováni poznáním pravdy a jsou si vědomi důsledků, které s sebou šíření dezinformací nese. Tento proces vyžaduje kritické myšlení a schopnost hodnotit informace z různých zdrojů, což pomáhá identifikovat zaujatost a dospět k podloženým závěrům. Zároveň odolávají konfirmačnímu zkreslení tím, že vyhledávají a zvažují možnosti protichůdných informací a jsou otevření různým pohledům na dané téma.¹¹¹ Lze odhadovat, že většina respondentů podílejících se na vyvracení dezinformací si aktivně ověřují informace, a to i přes jejich názory a přesvědčení.

Postojová dimenze

H5: Pro respondenty žijící na venkově bude rádio důvěryhodnějším zdrojem informací než pro respondenty žijící ve městě.

Hypotéza H5 předpokládá, že pro respondenty žijící na venkově bude rádio důvěryhodnějším zdrojem informací než pro respondenty žijící ve městě. Tento předpoklad lze zdůvodnit například důvěrou konzumentů informací v tradiční média. V menších obcích může

¹¹⁰ EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY. *Důvěra v média je v Česku rekordně nízká, ukazuje Digital News Report 2023* [online]. 2023 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/7337/nova-media-a-web-2-0/duvera-v-media-je-v-cesku-rekordne-nizka-ukazuje-digital-news-report-2023>

¹¹¹ People show confirmation bias even about which way dots are moving. *medicalxpress.com* [online]. 2018-09-13 [cit. 2024-02-03]. Dostupné online: <https://medicalxpress.com/news/2018-09-people-bias-dots.html>

být rádio vnímáno jako tradiční a důvěryhodný způsob získávání informací, a může být přijímáno s větší důvěrou než ostatní modernější média. Zatímco životní styl ve městě může být rychlejší a modernější, ve venkovských oblastech je kladen větší důraz na tradice a zachování starších forem komunikace, k nimž patří i rádio. Z tohoto důvodu předpokládáme, že respondenti žijící na venkově¹¹² bude důvěryhodnějším zdrojem informací než pro respondenty ve městech.¹¹³

H6: Na rozdíl od žen bude většina mužů vyhledávat informace spojené s politikou.

V hypotéze H6 vycházíme z předpokladu, že muži budou spíše vyhledávat informace spojené s politikou než ženy. Tuto hypotézu lze odůvodnit na základě různých faktorů. První z nich vychází z výzkumu Behavio, podle něhož sledují pořady o politice především muži. Zatímco pravidelné politické debaty a analýzy zajímá 13 % žen, muži tvoří 19% podíl. Celkem 34 % mužů uvádí, že čerpá informace o politice z televize.¹¹⁴

Dalším faktorem jsou sociokulturní předpoklady, dle kterých jsou muži vnímáni jako více politicky angažovaní než ženy. Rovněž z historického hlediska je politika často považována jako výhradně mužskou oblastí zájmu, což může vést k tomu, že se muži více zajímají o politické události a hledají v této oblasti informace. Tyto faktory mohou naznačovat, že muži budou pravděpodobněji vyhledávat politicky orientované informace než ženy.

V této kapitole jsme odůvodnili výběr hypotéz zaměřujících se na různé aspekty přístupu respondentů k informacím. V následujících kapitolách se budeme zabývat testováním hypotéz a analýzou dat získaných z online dotazníku.

2.2.4 Výsledky dotazníku

Veškerá data získaná od respondentů, jež vyplnili online dotazník, jsme převedli do Excel tabulky, viz náhledová fotka obr. 1, aby je bylo možné efektivně analyzovat a interpretovat. Tento formát rovněž umožňuje přehledně testovat předem stanovené hypotézy. U každého vyplněného dotazníku jsme si ověřili, že obsahuje kompletní data a neobsahuje chyby, které by se staly překážkou při vyhodnocování odpovědí.

¹¹² Podle Českého statistického úřadu se jedná o obec s počtem obyvatel nižším než 2 000. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Postavení venkova v krajích ČR* [online]. 2009 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/postaveni_venkova_v_krajich_cr

¹¹³ Tamtéž

¹¹⁴ BEHAVIO. Češi, kteří sledují pravidelně pořady o politice (debaty, analýzy...). *Atlas Čechů* [online]. 2024 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: https://atlascechu.cz/results/tv_shows-politics

Obr. 1: Zpracování odpovědí

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
1		1) Jaký	2) Jaké	3) Jaký	4) Jaké	5) Z jak	6) Jaký	7) Jaký	8) Jaký	9) Setk	10) Kde	11) Jak	12) Ově	13) Věk	14) Gen	15) Byd	16) Vzd	17) Zam	18) Itnání
2	#1	Sociální m	Sociální m	Sledují rúz	Denně	Získávání i	Politika a s	Zpráva s pi	Sociální m	Ano	Všude, veř	Ignorují de	Aktivně ov	51-55	žena	venkov	vysoškožo	zaměstnaný	
3	#2	Online nov	Online nov	Sledují rúz	Denně	Diskuse o	Politika a s	Zpráva s pi	Sociální m	Ne	TV	Pracují s k	Neověřují	51-55	muž	město	střední	OSVČ	
4	#3	Online nov	Sociální m	Sledují rúz	Nikdy	Zajímavé t	Politika a s	Zpráva pot	Osobní zn	Ano	Na ČT, vlá	Pracují s k	Spoléhám	51-55	žena	město	střední	OSVČ	
5	#4	Sociální m	Televize	Sledují rúz	1x týdně	Zajímavé t	Zábava a k	Zpráva z m	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Neověřují	51-55	žena	město	střední	zaměstnaný	
6	#5	Online nov	Online nov	Sledují rúz	Denně	Získávání i	Politika a s	Zpráva pot	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Aktivně ov	56-60	žena	město	střední	zaměstnaný	
7	#6	Online nov	Sociální m	Sledují rúz	Několikrát	Diskuse o	Zdraví a w	Zpráva s pi	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Spoléhám	51-55	žena	město	střední	zaměstnaný	
8	#7	Online nov	Rádio	Sledují rúz	Nikdy	Zajímavé t	Zdraví a w	Zpráva z m	Renomova	Ano	Nevím	Ignorují de	Neověřují	51-55	žena	město	střední	OSVČ	
9	#8	Online nov	Online nov	Sledují rúz	Nikdy	Sdílení infc	Životní styl	Zpráva z m	Odborné p	Ne	V zaměstn	Ignorují de	Aktivně ov	45-50	žena	venkov	střední	zaměstnaný	
10	#9	Online nov	Televize	Sledují rúz	1x týdně	Sdílení infc	Zdraví a w	Zpráva z m	Odborné p	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Spoléhám	51-55	žena	venkov	střední	zaměstnaný	
11	#10	Online nov	Online nov	Upřednost	Denně	Zajímavé t	Zábava a k	Zpráva s pi	Renomova	Ano	Ukrajina	Podílím se	Spoléhám	45-50	muž	město	střední	zaměstnaný	
12	#11	Televize	Televize	Sledují rúz	1x týdně	Sdílení infc	Zdraví a w	Zpráva z m	Skupiny na	Ano	Sociální sí	Podílím se	Aktivně ov	51-55	žena	město	střední	zaměstnaný	
13	#12	Televize	Sociální m	Sledují rúz	Několikrát	Diskuse o	Politika a s	Zpráva s pi	Sociální m	Ano	Sociální sí	Na dezinfo	Spoléhám	51-55	žena	město	střední	OSVČ	
14	#13	Online nov	Online nov	Sledují rúz	Denně	Zajímavé t	Politika a s	Zpráva s pi	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Aktivně ov	45-50	žena	město	vysoškožo	OSVČ	
15	#14	Online nov	Jiné (komb)	Sledují rúz	Nikdy	Diskuse o	Politika a s	Zpráva s pi	Jiné (zdroj)	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Neověřují	56-60	muž	město	střední	zaměstnaný	
16	#15	Televize, ti	Online nov	Sledují rúz	Nikdy	Diskuse o	Politika a s	Zpráva s pi	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Aktivně ov	51-55	žena	město	střední	OSVČ	
17	#16	Online nov	Online nov	Sledují rúz	1x týdně	Zajímavé t	Věda a tec	Zpráva, o k	Odborné p	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Aktivně ov	56-60	žena	venkov	střední	OSVČ	
18	#17	Rádio, soc	Televize	Sledují rúz	Nikdy	Zajímavé t	Jiné (zvířat	Zpráva z m	Renomova	Ano	Sociální sí	Ignorují de	Aktivně ov	51-55	žena	venkov	střední	OSVČ	
19	#18	Online nov	Sociální m	Sledují rúz	1x týdně	Diskuse o	Politika a s	Zpráva pot	Skupiny na	Ano	ČT a Sezn	Pracují s k	Neověřují	51-55	muž	město	vysoškožo	zaměstnaný	
20	#19	Rádio	Online nov	Sledují rúz	Nikdy	Zajímavé t	Zábava a k	Zpráva s pi	Osobní zn	Ano	Média	Pracují s k	Aktivně ov	51-55	muž	město	střední	OSVČ	

Média upřednostňovaná k získávání informací

Výsledky první otázky zjišťující, jaký typ média recipienti upřednostňují ukazují, že nejvíce respondentů, celkem 69 %, považuje online noviny a portály jako hlavní zdroj k získávání informací. Tento vysoký podíl může být způsoben snadnou přístupností k internetu a jeho rychlostí vyhledávání. Dalšími nejoblíbenějším způsobem získávání informací jsou sociální média. Jejich relativní četnost je 31 %. Výsledek dokazuje, že respondenti s oblibou využívají interaktivní platformy pro konzumaci zpráv a informací. Stejně jako u online novin a portálů si můžeme upřednostňování sociálních sítí zdůvodnit například rychlostí aktualizování obsahů.

Televize, která historicky dominovala jako jeden z hlavních zdrojů zpráv, v tomto výzkumu zaujala až třetí místo s relativní četností 29 %. To může naznačovat posun ve zvyklostech mediální konzumace. Nejméně populárními je u respondentů rádio a tištěné noviny s podíly pouze 16 % a 5 %. Nižší preference pro tištěné noviny reflektují pokračující trend digitalizace a snižující se poptávku po tradičních papírových médiích. Celkově tyto údaje ukazují, že digitalizace a internetové technologie mají stále větší vliv na to, jaký postoj lidé zaujímají k informacím a novinkám.

Nejdůvěryhodnější zdroje informací

Výsledky otázky týkající se nejdůvěryhodnějšího zdroje informací dokazují, že online noviny a portály jsou vnímány nejen jako nejvíce upřednostňovaný zdroj informací, ale také jako nejvíce důvěryhodný. Tento typ zdroje zastává přední příčku s tím, že ho preferuje 43 % respondentů. Výsledek lze odůvodnit rozmachem digitalizace a oblibou v online zdroje, které disponují širokou škálou názorů a rychlou mírou aktualizací informací. Televize zůstává stále

silným a důvěryhodným médiem, což je zřejmé z 26% podílu, který ve výběru možností zastává.

Naopak, sociální média a tištěné noviny jsou s 8 % na spodní příčce žebříčku, což může být přisuzováno nedůvěře v nekontrolované a neověřené šíření obsahů na sociálních sítích. Tradiční rozhlasové zpravodajství považuje za nejdůvěryhodnější pouze 9 % respondentů. I tento výsledek naznačuje preference recipientů v digitální a vizuální média. Po 1 % pak respondenti nejvíce důvěřují kombinaci online a sociálních médií, konkrétnímu zdroji, všemu zmiňovanému nebo některým webovým stránkám, České televizi a Radiožurnálu. Další 2 % neví, jakému zdroji nejvíce důvěřují nebo nedůvěřují žádnému zdroji.

Filtrování informací

Dále nás zajímalo, jakým způsobem respondenti přistupují k informacím z hlediska sledování zdrojů. Většina respondentů, celkem 79 %, uvedla, že sleduje zpravodajství z různých zdrojů a následně porovnává informace a získané údaje. To dokazuje jejich snahu informace objektivně hodnotit, zpracovávat a přistupovat k nim kriticky. Tento způsob je klíčovým z hlediska zvyšování informační gramotnosti a schopnosti rozpoznat potenciální zkreslení získávaných informací nebo dezinformace. Vystává však otázka, zda respondenti vyplnili otazník podle pravdy nebo vybrali možnost na základě toho, co se od nich očekává.

Na druhou stranu celkem 13 % respondentů upřednostňuje zdroje, které potvrzují jejich názory a postoje, což může vést ke konfirmačnímu zkreslení. Zbývající respondenti, 7% část z nich, sleduje zprávy pouze z jednoho zdroje. To může být také riskantní z hlediska omezení perspektivy a vystavování se pouze jednostrannému zpravodajství. Jeden z respondentů uvedl, že zpravodajství cíleně nesleduje. Tato odpověď naznačuje individuální přístup k mediální konzumaci.

Zapojení se do diskusí a sdílení informací s ostatními

Více než polovina respondentů, celkem 55 %, uvádí, že se nikdy nezapojuje do online diskusí na sociálních sítích ani nesdílí informace s ostatními uživateli. V tomto případě lze pozorovat zdrženlivý postoj k interakcím v digitálním prostoru. To může být způsobeno například obavami z dezinformací, online konfliktů nebo zkrátka osobní preferencí minimalizovat svou vlastní digitální stopu.

Podstatně menší procento, konkrétně 23 % respondentů, se zapojuje do online diskusí alespoň jednou týdně. Skupina uživatelů, kteří se zapojují do diskusí několikrát týdně nebo

dokonce denně, tvoří 11% podíl pro každou z těchto kategorií. To znamená, že angažovanější uživatelé, kteří pravidelně využívají sociální sítě k vyjadřování svých názorů nebo k šíření informací, jsou v podstatné menšině oproti těm, kteří se do diskusí nezapojují.

Důvody účasti se diskusí

Kromě míry zapojení se do diskusí jsme se zajímali také o důvody, které respondenty vedou k jejich angažovanosti. Z podílu respondentů, kteří se do diskusí zapojují denně, několikrát nebo jednou týdně, vyplývá, že nejčastějším důvodem k zapojení se do diskusí je zajímavost tématu. Celkem tuto možnost vybralo 45 % respondentů aktivně se zapojujících do interakcí na sociálních sítích. To naznačuje, že relevantnost a atraktivnost obsahu hraje klíčovou roli ve veřejné interakci na internetu. Dále, konkrétně ve 27 %, respondenti uvedli, že diskutují kvůli sdílení informací s ostatními nebo k získávání dalších perspektiv, což je hlavním důvodem pro celkem 22 % respondentů.

Diskuse o kontroverzních tématech jsou u respondentů méně obvyklé. Tento důvod vybralo celkem 7 % respondentů, což naznačuje, že většina osob, která dotazník vyplnila, preferuje méně konfrontační formy online interakce. Výsledky odpovědí na tuto otázku poskytly škálu motivací, které vedou uživatele k interakci na digitálních platformách, od sdílení a získávání informací po zájem o specifické a poutavá témata.

Nejčastěji vyhledávané informace

Data ukazují, že respondenti nejčastěji vyhledávají informace spojené s politikou a společenskými událostmi. Tuto odpověď vybralo celkem 45 % z nich. Výsledek reflektující vysokou míru zájmu respondentů o aktuální události a politické dění není překvapující, jelikož právě politická rozhodnutí mají vliv na fungování společnosti. Druhým nejčastějším důvodem s podílem 41 % je zábava a kultura. To dokazuje, že část respondentů využívá média jako zdroj relaxace a odpočinku.

Třetí nejčastěji vyhledávaný druh informací je spojený se současným rostoucím trendem zdravého životního stylu a zaměřování se na osobní pohodu. Informace týkající se zdraví a wellness přitahují pozornost 39 % respondentů. K dalším oblastem patří věda a technologie, o kterou projevilo zájem 24 % respondentů a životní styl a móda, jež zajímá 23 % respondentů. Méně prioritní při vyhledávání informací je oblast podnikání a finance, které uvedlo 15 % respondentů. Tento výsledek může být důsledkem toho, že vybraná skupina lidí se patrně vzhledem k jejich věku nachází ve finančně stabilnější fázi života, než tomu je

například u mladší generace. Dále také tím, že osoby samostatně výdělečně činné tvoří pouze 28 % z celkového počtu respondentů.

Celkem 7 % respondentů se zajímá o jiný druh informací, který nebyl ve výběru možností odpovědí. Jedná se například o cestování, seberozvoj, historii a zvířata. Tento přehled zájmů naznačuje, že preference informačního obsahu jsou různorodé a odrážejí široké spektrum osobních a profesních zájmů mezi veřejností.

Zpravodajské hodnoty

Jelikož jsme si jako jeden z cílů stanovili zjistit, jaké zpravodajské hodnoty mají největší vliv na to, aby recipienty zpráva zaujala, zajímalo nás, jaký druh zprávy respondenty nejvíce zaujme. Výsledky ukazují, že téměř polovina respondentů, celkem 49 %, upřednostňuje zprávy z jejich okolí. Tento trend odráží silný zájem o lokální události a otázky, které mají přímý dopad na životy lidí v jejich bezprostředním prostředí. Lokální zprávy mohou působit relevantněji a mít vyšší úroveň důvěry mezi čtenáři, což je v souladu s jejich potřebou být informováni o dění, které je přímo ovlivňuje.

Zprávy s překvapujícími nebo šokujícími informacemi zajímají 28 % respondentů, což naznačuje, že dramatické nebo neočekávané elementy ve zprávách jsou stále významnými lákadly pro čtenářovu pozornost. Tyto typy zpráv často vyvolávají silné emocionální reakce a mohou být rychle šířeny, což zvyšuje jejich atraktivitu pro publikum hledající zajímavý obsah. Roli zde hrají i techniky, které některá média používají k upoutání pozornosti. A to například *clickbaiting*, jež se zaměřuje na přilákávání co největšího počtu čtenářů ke zhlédnutí obsahu pomocí lákavých a senzacechtivých titulků slibujících exkluzivní obsah.¹¹⁵ Ve skutečnosti se však v článku informace z titulku ani nemusí objevit. Cílem takových médií však není poskytovat kvalitní informace, ale především získávat pozornost co největšího množství recipientů, kteří jim jediným kliknutím generují díky návštěvnosti a obsaženým reklamám u článku zisk.¹¹⁶

Menší zájem projevují respondenti o zprávy potvrzující jejich názor. Jedná se o 12 % z celkového počtu osob, které na online dotazník odpověděli. Z odpovědí vyplynulo, že jako mnohem méně atraktivní respondenti vnímají informace o tématech, která se již dříve

¹¹⁵ WAYBACK MACHINE. TIP#551: Co je to clickbait, clickbaiting? *Web.archive.org* [online]. 2016 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z:

<https://web.archive.org/web/20170110020332/https://365tipu.wordpress.com/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/>

¹¹⁶ Tamtéž. S clickbaitingem souvisí linkbaiting, který má vybízet k šíření obsahů na sociálních sítích.

v médiích objevila. Minimum respondentů, celkem 8 % z celkového vzorku, nejvíce zaujmou zprávy o událostech, o nichž již v minulosti zpravodajské zdroje informovaly. Lze tedy konstatovat, že zkoumaný vzorek respondentů mnohem pravděpodobněji zaujmou nové a nečekané zprávy před získáváním doplňujících informací o událostech, které již proběhly. Zprávy rozporující názory respondenta jsou nejméně atraktivní, tvoří 3% podíl odpovědí, což může naznačovat tendenci vyhýbat se informacím, které jsou v rozporu s postoji a přesvědčeními. Nezájem získávat nové informace může vést k takzvanému *echo chambers* efektu, o němž jsme referovali v teoretické části.

Důvěra ve zdroje

Co se důvěryhodnosti zdrojů týče, výsledky dokládají, že největší důvěru mají respondenti v renomované zpravodajské organizace, takovou možnost vybralo celkem 48 % z nich. Tato preference odráží snahu o získání ověřených a důvěryhodných informací od zdrojů s dobrou reputací a etickým kodexem. Důvěra v tyto organizace může být odůvodněna jejich dlouhodobou historií v poskytování spolehlivých ověřených informací. Na druhém místě jsou odborné publikace a časopisy s 25% podílem, což svědčí o důležitosti vědeckého a odborného přístupu k získávání informací. Respondenti důvěřující těmto zdrojům, pravděpodobně preferují hlubší analýzu a relevantní odborné znalosti v poskytovaných informacích.

Méně důvěryhodným zdrojem jsou pro respondenty osobní známí nebo rodina, které považuje za nejdůvěryhodnější zdroj informací 14 % z nich. Tato skupina respondentů upřednostňuje může klást důraz na individuální zkušenosti a doporučení. Sociální média a skupiny na Facebooku považuje za důvěryhodné menší podíl respondentů, a to celkem 9 %. Důvodem může být rychlé šíření dezinformací na sociálních sítích a problematika filtrování obsahu. Nejmenší podíl zastává důvěra respondentů v nezávislá média, v jejich vlastní úvahu, zdroje informující dle jejich názoru nebo zprávy z alternativních médií. Důvěra v alternativní média signalizuje nedůvěřivost respondentů, a jak jsme zmiňovali v teoretické části, představují významná rizika pro společnost.

Kontakt s dezinformacemi

Celkem 89 % respondentů uvedla, že se v minulosti již setkala s dezinformacemi nebo falešnými zprávami. Tento vysoký podíl naznačuje, že dezinformace jsou běžným jevem v digitálním prostředí a negativně ovlivňují vnímání a porozumění informacím. Nejčastěji se respondenti s dezinformacemi setkali na sociálních sítích, a to konkrétně na Facebooku. Celkem

7 % respondentů uvedlo, že se s dezinformacemi setkala ve veřejnoprávních médiích a u renomovaných zpravodajských organizací.

Většina respondentů, konkrétně 70 %, reaguje na dezinformace tím, že je ignoruje a neúčastní se diskusí na sociálních sítích. Tato strategie může být efektivní při zabránění šíření dezinformací, ale také může vést k nedostatečné informovanosti o aktuálních událostech. Menší podíl respondentů, a to 14 %, se šíří ověřené informace popírající dezinformace, čímž se podílejí na boji proti šíření nepravdivých informací. Někteří respondenti, konkrétně 11 % z celkového počtu, aktivně upozorňují na dezinformace osoby v jejich okolí i ostatní uživatele sociálních sítí.

Menší podíl respondentů, celkem 7 %, pracuje s každou informací a nepovažuje pojem dezinformace za relevantní, a tak je pravděpodobné, že jsou sami šířiteli nepravdivých zpráv. Heřmanová vysvětluje šíření dezinformací jako prostředek sociální kritiky a proces sebeidentifikace.¹¹⁷ Lidé, kteří se cítí marginalizovaní nebo znevýhodnění v mainstreamové společnosti, mohou přijímat nebo šířit dezinformace jako způsob vyjádření své kritiky vůči této společnosti. Tím se mohou vymezovat vůči mainstreamu a hlásit se k určitému světonázoru a komunitě, která sdílí podobné pocity či přesvědčení. Pro mnoho lidí, kteří žijí s pocitem nedůvěry vůči mainstreamovým institucím a systémům, může být dezinformace prostředkem pro vyjádření jejich zkušeností s nerovností a marginalizací, kterou ve společnosti zažívají.

Ověřování informací před jejich sdílením

Většina respondentů, celkem 53 %, uvedla, že aktivně ověřuje věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, a to i přes své názory a přesvědčení. Tato strategie naznačuje snahu o zachování objektivitu a kritického myšlení a odpovědnost před šířením informací. Menší podíl respondentů, celkem 25 %, se spoléhá na důvěryhodnost zdrojů, které dle nich udávají pravdivé informace. Tento přístup se jeví efektivním v případě, že se jedná o renomované a ověřené zdroje. Ověřování pravdivosti informací nezávisle na zdroji praktikuje 18 % respondentů, zatímco pouze 4 % neověřuje pravdivost informací, pokud potvrzují jejich názory a přesvědčení, což může vést k selektivnímu vnímání informací a posilování vlastních předsudků.

¹¹⁷ HEŘMANOVÁ, Marie (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

2.2.5 Výsledky testování hypotéz

H1: Očekáváme, že pro většinu mladších respondentů (ve věkové kategorii 45-55 let) budou hlavním zdrojem informací online noviny a portály.

Na základě výsledků je hypotéza H1 potvrzena. Z výzkumu vyplývá, že 70 % respondentů ve věkové kategorii 45-55 let preferuje online noviny a portály jako hlavní zdroj informací.

H2: Respondenti s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním spíše ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním než respondenti se středoškolským a základním vzděláním.

Na základě výsledků se hypotéza H2 potvrdila. Respondenti s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním, kteří aktivně ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, jsou v nadpoloviční většině než respondenti se středoškolským a základním vzděláním. Celkem ověřuje informace 59 % z nich. Tento výsledek naznačuje, že vzdělanější respondenti jsou pravděpodobně více obeznámeni s metodami ověřování informací a kladou důraz na přesnost a spolehlivost.

H3: Respondenti sledující zpravodajství od různých zdrojů a důvěřující renomovaným zpravodajským organizacím ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním i přes své názory a přesvědčení.

Na základě výsledků se hypotéza H3 potvrdila. Z celkového počtu respondentů 40 % z nich sleduje zpravodajství od různých zdrojů a důvěřuje renomovaným zpravodajským organizacím. Celkem 60 % z nich uvedla, že ověřují věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, a to i přes své názory a přesvědčení.

H4: Respondenti, kteří se podílejí na vyvracení dezinformací si aktivně ověřují informace, a to i přes jejich názory a přesvědčení.

Na základě analyzovaných dat lze konstatovat, že hypotéza H4 je rovněž potvrzena. Respondenti, kteří se angažují v procesu vyvracení dezinformací, vykazují vysokou míru aktivního ověřování informací, a to i přes své vlastní názory a přesvědčení. To dokládá 58 % aktivně se podílejících respondentů na vyvracení dezinformací, kteří si ověřují informace i přes jejich názory a přesvědčení. Tento výsledek naznačuje, že lidé zapojení do boje proti dezinformacím si uvědomují důležitost faktické přesnosti a spolehlivosti informací a jsou ochotni ověřovat jejich věrohodnost nezávisle na svých osobních preferencích.

H5: Pro respondenty žijící na venkově bude rádio důvěryhodnějším zdrojem informací než pro respondenty žijící ve městě.

Na základě získaných odpovědí se hypotéza H5 potvrdila. I přesto, že jak pro respondenty žijící na venkově, tak i pro ty, co žijí ve městě jsou nejdůvěryhodnějším zdrojem informací online noviny a portály, u respondentů z venkova má rádio větší důvěru než u respondentů z města. Zatímco 11 % respondentů z venkova považuje rádio za nejdůvěryhodnější zdroj informací, respondenti žijící ve městě zastávají stejný názor pouze 8 % případů.

H6: Na rozdíl od žen bude většina mužů vyhledávat informace spojené s politikou.

Hypotéza H6 se rovněž potvrdila. Zatímco podíl respondentek zajímajících se o politická témata činí 40 %, v případě mužů se projevil o tento typ informací vyšší zájem. Celkem se o politiku zajímá 68 % respondentů mužů.

2.2.6 Shrnutí

Výsledky analýzy odpovědí na otázky v online dotazníku ukazují, že většina respondentů preferuje online noviny a portály jako hlavní zdroj informací a zároveň je považuje za nejdůvěryhodnější. Respondenti nejčastěji filtrují informace sledováním a porovnáváním informací od různých zdrojů, což naznačuje snahu o objektivitu a rozvíjení kritického myšlení. Většina respondentů uvedla, že se nezapojuje do online diskusí a aktivně ověřuje pravdivost informací před jejich sdílením, což signalizuje určitou míru opatrnosti a odpovědnosti při sdílení informací. Tyto výsledky odrážejí důležitost kritického hodnocení informací a otevřenosti různým perspektivám při získávání a šíření informací v digitálním věku. Většina z dotazovaných vyjádřila důvěru ve věrohodnost informací poskytovaných renomovanými zpravodajskými organizacemi. Přestože se setkávají s dezinformacemi, a to zejména na sociálních sítích, často na ně nereagují.

Navzdory tomu, že výsledky dopadly ve všech třech dimenzích *mediální gramotnosti* vykazují převážně pozitivní tendence, je důležité brát v úvahu chyby v sociální percepci osob. U formy online dotazování nemáme jistotu, s jakou pečlivostí respondenti na otázky odpovídali. I přesto, že byl online dotazník zcela anonymní, mohl se u respondentů projevit

jev „*social-desirability bias*“.¹¹⁸ Tedy v našem případě, volba takových odpovědí při vyplňování otázek v dotazníku, aby navenek respondenti působili tak, jak se ve společnosti očekává, a to nehledě na jejich skutečné postoje a názory. Proto je nezbytné přistupovat k výsledkům dotazníků s obezřetností. Také z tohoto důvodu jsme se rozhodli v rámci výzkumu provést rozhovory, díky kterým budeme mít příležitost oslovit některé respondenty napřímo a získat tak autentičtější pohled na jejich názory a zkušenosti. Tím získáme jednak lepší porozumění skutečné situaci a dále také minimalizujeme riziko zkreslení výsledků.

2.3 ROZHOVORY S RESPONDENTY

V následující části se budeme věnovat otevřenému kódování rozhovorů, které jsme uskutečnili s celkem 10 respondenty. Pro zachování ochrany jejich soukromí a podporu jejich otevřenosti a upřímnosti během rozhovorů, jsme se rozhodli k jejich anonymizaci.¹¹⁹ Z tohoto důvodu uvedeme pouze popis vzorku respondentů bez identifikačních údajů. Respondenti byli vybráni s ohledem na jejich demografické charakteristiky, aby bylo dosaženo co největší rozmanitosti vzorku z hlediska genderu a věku. Zastoupeny jsou všechny věkové kategorie vyplývající z předchozího online dotazníku. Čtyři respondenti spadají do skupiny věkového rozpětí 45-50 let, tři do 51-55 let, jeden do 56-60 let a dva do 61-65 let. Většina respondentů pochází z města a dosahuje vyššího odborného či vysokoškolského vzdělání. Z každého rozhovoru jsme vybrali důležité kódy odrážející přístupy respondentů k informacím, které jsme zapsali do tabulky a následně je analyzovali. Přepisy všech rozhovorů jsou dostupné v Příloze č. 2.

Setkání se všemi respondenty proběhlo prostřednictvím videohovoru přes rozhraní Google Meet. Přestože by bylo osobní setkání lepší volbou, rozhodla jsem se pro tuto časově úspornější alternativu s vědomím, že online videohovor je jednou z přijatelných alternativ osobního setkání, jelikož umožňuje vizuální kontakt s respondenty. Všichni účastníci souhlasili se zpracováním jejich odpovědí v rámci této diplomové práce.

¹¹⁸ Do češtiny překládáno jako „sociální žádoucnost“. Jedná se o snahu zastávat postoje, které jsou ve společnosti žádoucí. KRUMPAL, Ivar (2011). *Determinanty zkreslení sociální žádoucnosti v citlivých průzkumech: literární přehled*. Kvalita a kvantita, 47(4), s. 2025-2047. [online]. Dordrecht: Springer. [cit. 2024-03-18]. DOI: 10.1007/s11135-011-9640-9. Dostupné z: <https://boris.unibe.ch/9112/>

¹¹⁹ O respondentech budeme v textu pojednávat dle čísla rozhovoru pod označením R1-R10 a v mužském rodě.

2.3.1 Analýza rozhovorů

Rozhovor 1

Tabulka č. 1 – kódy Rozhovoru 1

Důvěryhodné zdroje	Veřejnoprávní média, CNN, ARD, dále Seznam.cz, Aktuálně.cz, Petr Pavel
Filtrace informací	Kontrola pravdivosti, pravidelné ověřování z více zdrojů
Postoj k dezinformacím	Omezení kontaktu s šířiteli a původci
Postoj k nesouhlasným názorům	Omezení kontaktu s nimi
Veřejně vystupující osobnosti	Důvěra v osobnosti dle jejich postavení a kvalifikace
Sociální sítě	Informace zde obvykle nejsou důvěryhodné

Z odpovědí v *Rozhovoru 1 (R1)* je patrné, že respondent upřednostňuje rozmanitost informačních zdrojů, ze kterých čerpá a za důvěryhodné považuje ověřené zdroje. Kromě českých veřejnoprávních stanic považuje za důvěryhodné také zahraniční zpravodajství, a to například CNN a německou regionální veřejnoprávní televizi ARD. Z online zdrojů například deník Aktuálně.cz nebo zpravodajství na Seznam.cz. Zmiňované zdroje považuje nejen za důvěryhodné, ale také na ně spoléhá při získávání nových informací. Tento přístup naznačuje jeho aktivní postoj k vyhledávání informací z různých zdrojů a získávání komplexního přehledu o aktuálních událostech z domova i ze zahraničí.

Respondent si je rovněž vědom nezbytnosti informace ověřovat, a proto provádí jejich pravidelnou faktickou kontrolu. Činí tak zejména u informací pocházejících ze zdrojů, které běžně nečte. Jak sám popisuje, v takových případech „zjišťuje, zda se o tématu nepíše u jiného, a z jeho zkušeností spolehlivějšího, zdroje.“ Informacím na sociálních sítích nepřikládá velkou důvěru, a proto se i zde zaměřuje spíše na zdroje, kterým důvěřuje. V případě setkání se s dezinformacemi nebo manipulativními zprávami praktikuje respondent R1 postupy, kdy omezuje kontakt se šířiteli nepravdivých zpráv. Konkrétně „přestane takové osoby a stránky sledovat nebo ztiší jejich aktivitu.“ Tímto postupem rovněž zabraňuje možnosti, aby ho algoritmy sociálních sítí v budoucnosti s danými osobami a stránkami propojovaly. Nicméně dle respondentových odpovědí ve třetí otázce, kdy dokázal zařadit správně pouze dva titulky z pěti, naznačuje, že i přes veškeré úsilí omezovat kontakt s nepravdivými informacemi, může

vést pouze k omezené účinnosti jeho opatření a stále je vystaven riziku manipulace či šíření nepravdivých informací.

Co se týče postojů respondenta R1, je zřejmé, že se nejraději obklopuje informacemi, které souzní s jeho názory a přesvědčeními. S odlišnými názory se snaží omezovat kontakt, protože ho „*obtěžují a vadí mu hloupost, nenávisť, naivita a krátkozrakost některých osob.*“ Omezením ostatních názorů se však staví do informační bubliny. Jeho postoje jsou formovány důvěrou v určitá média a veřejné osobnosti, jakož i snahou vyhnout se dezinformacím a manipulativním obsahům. Tento přístup může naznačovat tendenci k potvrzování vlastního přesvědčení a vyhýbání se konfrontaci s názory odlišnými od jeho vlastních.

Rozhovor 2

Tabulka č. 2 – kódy Rozhovoru 2

Důvěryhodné zdroje	ČT1, Minuta N, Novinky.cz, iDNES.cz
Ověřování informací	Kontrola z více zdrojů, nahodile
Předcházení dezinformacím	Vyhýbání se neseriózním zprávám
Odlišné názory	Důvěra ve vlastní rozum a ověřené informační zdroje
Sociální sítě	Algoritmy nejsou důležité, nezapojuje se do diskusí

Respondent Rozhovoru 2 (R2) považuje za nejdůvěryhodnější zpravodajské platformy Minuta N, Novinky.cz, iDNES.cz a ČT1. Informace čerpá z internetových a televizních zdrojů i rádia. Tato preference naznačuje snahu o získávání informací z různorodých zdrojů, což může přispět k získání širšího a komplexnějšího porozumění aktuálním událostem. Hlavním kritériem při výběru zdrojů je dle respondenta R2 rychlá dostupnost a aktualizace informací. Tento přístup odráží jeho potřebu být vždy informován o aktuálním dění, které se rychle mění. Je zjevné, že sleduje události a novinky nepřetržitě, a to například, jak sám zmiňuje, „*v mobilní aplikaci Minuta N,*“ která umožňuje pravidelnou aktualizaci nových informací. Jeho snaha získávat co nejčerstvější informace může být způsobena důsledkem FOMO efektu, jehož výskyt je v souvislosti se sociálními sítěmi častý. Jak jsme zmínili v teoretické části, uživatelé sociálních sítí a internetu se snaží být neustále online a v centru dění, aby nezmeškali žádné novinky.

V oblasti ověřování pravdivosti informací respondent R2 upřednostňuje nahodilou kontrolu z více zdrojů. Tento postup je klíčový pro zajištění důvěryhodnosti informací a minimalizaci rizika podléhání nepravdivým informacím. Jeho schopnost hledat informace z různých zdrojů a porovnávat je, naznačuje jeho kritický přístup k mediálnímu obsahu. Omezené reakce a pocity frustrace jsou patrné v respondentově postoji k dezinformacím. Z vlastního vyjádření respondenta R2 vyplývá, že se cítí frustrací z dezinformací, ale nepřikládá jim příliš velkou pozornost. Dle rozhovoru ho údajně *„dezinformace štvou, ale moc je neřeší a nereserózní zprávy nevyhledává.“* Tato skutečnost naznačuje, že mu pravděpodobně chybí schopnost identifikovat manipulativní a dezinformační obsah. Tento závěr podporuje i schopnost určit typ zprávy podle titulků, kdy je respondent R2 dovedl správně pojmenovat pouze ve dvou případech.

Respondentovy postojové preference odkrývají jeho tendence omezovat kontaktu s rozporupnými názory, protože je to podle něho *„ztráta času a z vlastních špatných zkušeností se jim snaží vyvarovat.“* Stejně jako v případě R1 může takový postoj vést k vytváření informační bubliny a nedostatečnému vystavení se různým perspektivám či názorům. Respondent rovněž vyjadřuje důvěru výhradně vlastnímu rozumu nebo zdrojům, na které se může spolehnout, a nevidí důvod ke změně postojů na základě informací od ostatních. Tento postoj naznačuje silnou důvěru v jeho schopnost kriticky posuzovat a vyhodnocovat informace. Co se týče sociálních sítí, nepovažuje je za důležité a nikdy se nezapojuje do diskusí. Názorům nekvalifikovaných osobností, vyjadřujících se k tématům, kterým nerozumí, nepřikládá téměř žádnou hodnotu. Tento postoj naznačuje preferenci v ověřené informační zdroje a odborníky.

Rozhovor 3

Tabulka č. 3 – kódy Rozhovoru 3

Důvěryhodné zdroje	Česká televize, Seznam.cz, Alexandr Vondra, Petr Pavel
Kritéria výběru zdrojů	Rychlá aktualizace, důvěra na základě minulosti a pravdomluvnosti
Filtrování informací	Srovnání s dřívějšími informacemi, faktická kontrola zřídka
Dezinformace	Ignorece, neotevírání článků od neznámých zdrojů
Odlíšné názory	Respektování různých názorů, ale zachování vlastních, názory celebrit vyjadřujících se k tématům, kterým nerozumí považuje za bulvár

Respondent R3 projevuje důvěru veřejnoprávní média, online zpravodajské weby i významné osobnosti figurující v politice. Konkrétně se jedná o Českou televizi, Seznam.cz, Alexandra Vondru a Petra Pavla. Při vyhledávání informací je pro respondenta klíčovým faktorem rychlá aktualizace a spolehlivost zdrojů. Spolehlivost je dle respondenta R3 založena „na základě minulosti a pravdomluvnosti.“ Z toho vyplývá, že je pro respondenta klíčové se pravidelně obklopovat aktuálními informacemi, a to od zdrojů, kterým důvěřuje. Při ověřování pravdivosti informací respondent uplatňuje strategie, ke kterým patří porovnání nových informací s těmi, které „již četl nebo slyšel v minulosti“ nebo je kontroluje z více zdrojů a diskutuje o nich s přáteli. Tento přístup ukazuje jeho snahu získat co nejúplnější a nejobektivnější obraz o událostech a tématu, která ho zajímají.

Faktickou kontrolu informací šířících se na sociálních sítích provádí jen zřídka, nicméně na dezinformace a manipulativní obsah reaguje ignorováním. Jak sám respondent R3 zmínil, „odkazy z neznámých zdrojů neotvírám, protože je to podle něho zbytečné.“ Podobně ambivalentní vztah má i k rozporuplným informacím, které nejsou v souladu s jeho postoji. Odlíšné názory ostatních se snaží respektovat, avšak zachovává si svůj vlastní. Tento postoj ukazuje na jeho snahu o objektivní vyhodnocování informací a současné zachování své vlastní identity a vlastních postojů. Naprosto žádnou hodnotu ale nepřikládá názorům známých osobností ze showbyznysu, kteří se vyjadřují k tématům, na které nemají dostatečnou

kvalifikaci. Takovým názorům přisuzuje bulvární charakter. Do diskusí se zapojuje pouze v rámci svých přátel. Upřednostňuje tedy soukromé diskuse a sdílení názorů s lidmi, kterým důvěřuje, před veřejným projevováním svých postojů.

Rozhovor 4

Tabulka č. 4 – kódy Rozhovoru 4

Důvěryhodné zdroje	ČT24, Aktuálně.cz, Deník N, A2larm, Echo24, Seznam Zprávy, The Jerusalem Post
Metody ověřování informací	Srovnávání s dalšími médii, informace od co největšího množství zdrojů
Prevence proti dezinformacím	Omezení kontaktu s jejich zdroji, ignorace, ověřování pravdivosti na webech Demagog.cz, Manipulátoři.cz
Přístup k protichůdným názorům	Otevřenost, zájem o různé perspektivy, naopak ignorace názorů nedostatečně kvalifikovaných osob
Účast v diskusích	Absence účasti v diskusích na témata, o kterých nemá dostatek informací

Respondent R4 projevuje důvěru v média ČT24, Aktuálně.cz a Deník N, což signalizuje jeho preferenci v důvěryhodné a ověřené zdroje informací. Tímto přístupem minimalizuje riziko manipulace nebo získávání zkreslených informací z pochybných zdrojů. Při získávání informací klade důraz na objektivnost a nezávislost zdrojů, což ukazuje na snahu získat vyvážené a spolehlivé informace k aktuálním tématům. Nicméně je nutno podotknout, že stoprocentní objektivnosti v současné žurnalistice nelze docílit, neboť dle Trampoty „*i přes naplnění veškerých etických pravidel a norem se žádný redaktor nemůže zcela oprostit od svého hodnotového rámce, od představ, co je důležité, a představ, co je správné a co nikoliv.*”¹²⁰

Díky získávání informací z různých zdrojů si respondent R4 vytváří komplexní přehled, který mu umožňuje spoléhat převážně na vlastní znalosti, a tím minimalizovat vliv informací od ostatních osob nebo manipulativních zdrojů. Jak sám respondent R4 tvrdí, „*potřebuje mít dostatek informací i z jiných zdrojů, a to například k případné změně názoru, kterou*

¹²⁰ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. s. 148. ISBN 80-7367-096-8.

nevyklučuje.“ Zároveň se snaží překonávat informační bublinu tím, že neomezuje kontakt s informacemi pojednávajícími o jiných názorech. Možná i na základě zájmu o různé typy informací dokázal respondent R4 přiřadit více titulků ke správnému typu zprávy než předchozí respondenti a prokázal lepší schopnost rozlišovat mezi seriózními, manipulativními a bulvárními zprávami.

Respondent R4 prokazuje zájem ověřovat pochybné informace pomocí specializovaných webových stránek Demagog.cz a Manipulátoři.cz. To naznačuje aktivní přístup k ověřování informací a snahu získávat zprávy od důvěryhodných zdrojů. Pravidelně provádí faktickou kontrolu informací. Snaží se minimalizovat riziko setkávání s dezinformacemi selekcí zdrojů a osob, což ukazuje jeho snahu si udržovat kvalitní základ mediálních zdrojů. Ačkoliv je respondent R4 otevřený různým perspektivám a bere v úvahu informace od ostatních uživatelů za účelem „*poskytování odlišné perspektivy,*“ zároveň nepřikládá žádnou relevanci názorům nekvalifikovaných osobností, které vyjadřují své názory na odborná témata. To svědčí o respondentově preferenci ověřených zdrojů informací. Zároveň sám nepřispívá názory do diskusí o tématech, o kterých nemá dostatečné informace, což poukazuje na obezřetný přístup při sdílení názorů a zamezování šíření neověřených informací.

Rozhovor 5

Tabulka č. 5 – kódy Rozhovoru 5

Důvěra v alternativní média	Mainstreamová média nejsou důvěryhodná, strani jen určitým názorům
Ověřování informací	Srovnáváním různých zdrojů a cizojazyčných textů
Postoj k dezinformacím	Bez reakce, vyskytují se i v mainstreamových médiích
Přístup k odlišným názorům	Nevyhýbá se jim pro své osobní srovnání
Vyjadřování se v diskusích	Nevyjadřuje se, nemá to zapotřebí

Respondent R5 vykazuje značnou nedůvěru v mainstreamová média, což odráží jeho preferenci pro alternativní zdroje informací. I přesto mainstreamová média občas sleduje, a to proto, aby „*měl porovnání informací, dezinformací, lži a polopravd, které nám jsou podsouvány.*“ Tato preference je motivována pocitem, že mainstreamová média nedávají prostor všem názorům a mohou prezentovat dezinformace. Respondent upřednostňuje

alternativní média díky jejich nezávislosti a důvěryhodnosti, které podle něj mainstreamová média často postrádají. V případě respondenta R5 lze pozorovat skeptický postoj a nedůvěru v tradiční média. Dle Růžičky je často nedůvěřivost dlouhodobějším problémem, jehož základy lze hledat v nedůvěře společnosti v současnou vládu, a měli bychom se na ni zaměřit více než na samotné definování dezinformací.¹²¹

Na dezinformace reaguje respondent R5 pasivně a nevěnuje jim příliš pozornosti. Namísto toho se spoléhá na své vlastní schopnosti ověřování informací srovnáváním různých zdrojů a porovnáváním obsahu, a to i z cizojazyčných zdrojů. Nicméně je důležité poznamenat, že respondent považuje za důvěryhodné především alternativní média, která mohou v některých případech vykazovat charakteristiku dezinformačních webů. Tato situace představuje scénář, kdy může být respondent pravidelně vystavován dezinformacím, které pocházejí z těchto zdrojů, aniž by si uvědomoval, že se jedná o nepravdivé informace. Problematickým se z hlediska důvěřivosti v dezinformace jeví také další faktor, a to ten, že respondent R5 čte informace pocházející ze zdrojů psaných v ruštině. To dokládá odpověď: „*Jelikož učím ruštinu, tak zvládnu přečíst také ruské články.*“ Takové zdroje jsou však mnohdy šířiteli ruské propagandy a konspiračních teorií. K nejznámějším patří například agentura Sputnik, jež byla Masarykovou univerzitou klasifikována jako klíčový nástroj šíření ruské propagandy v Česku.¹²² Z hlediska bezpečnostních rizik, která byla s touto agenturou spojována, byla její česká verze na základě rozhodnutí armádního Národního centra kybernetických operací zařazena počátkem roku 2022 na seznam blokových webů. Z tohoto důvodu ji jedny z nejvýznamnějších internetových platforem přestaly podporovat. Například vyhledávač Seznam již nezobrazuje odkazy na tento web ve svých výsledcích, sociální síť Facebook omezila přístup svých uživatelů k webovým stránkám Sputniku v Česku i celé Evropské unii a YouTube rovněž zablokoval oficiální video kanál patřící této agentuře.¹²³

Důvodů, proč respondent R5 upřednostňuje může být několik. Jednak mu mohou poskytovat rozmanitost perspektiv, jelikož dle jeho mínění, „*mainstreamová média nedávají prostor všem názorům a redaktoři často straní pouze určitým názorovým proudům.*“ Své

¹²¹ RŮŽIČKA, Adam (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

¹²² WIRNITZER, Jan a Kateřina KOVÁČSOVÁ. IDNES. Analýza „prokemelských“ webů: šíří vlnu zloby a půl procenta soucitu. IDNES [online]. 2016 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/analiza-prokemelskych-webu-evropske-hodnoty-masarykova-univerzita-gregor-vejvodova.A160613_122145_domaci_jw

¹²³ ČTK. YouTube zablokoval v celé Evropě kanály spjaté s ruskými médii RT a Sputnik. *České noviny* [online]. 2022 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/youtube-zablokoval-v-cele-evrope-kanaly-spjate-s-ruskymi-medii-rt-a-sputnik/2169736>

stanovisko navíc umocňuje tím, že podle jeho názoru, „*mainstreamová média uvádí dezinformace*.“ Taková situace nastala například v USA, kdy se projekt Veritas snažil úmyslně poškodit mainstreamová média tím, že jim úmyslně podkládal falešné informace s cílem dokázat, že zkreslují realitu.¹²⁴ Hlavním cílem zakládání podobných projektů a jejich činů je prohlubování nedůvěry nejen v tradiční média, ale i samotné novináře. Podle investigativní novinářky Holcové budou v budoucnosti média vystavována hrozbě nepravdivých zpráv mnohem častěji, a stejně jako v případě zahraničních států, je dle jejích slov i české prostředí rovněž podobně neklidné.¹²⁵ Ve srovnání s některými dalšími zeměmi, jako je Makedonie nebo Maďarsko, je však situace relativně přijatelná. Lze však očekávat, že jak mediální domy, tak i samotní novináři budou čím dál častěji testováni a ohrožováni obdobnými projekty, jako je například Veritas. Snaha manipulovat s novináři, aby zveřejnili neověřené informace a stali se terčem posměchu a diskreditace, bude díky technologiím mnohem jednodušší.

Další důvod, proč se respondent uchyluje k sledování alternativních médií, by mohl souviset se situací dostupnosti informačních zdrojů v minulosti, kdy nebylo možné získávat zprávy z různorodých médií, která nespádala pod hlavní informační proudy, dle libovlnosti. Jak jsme v souvislosti s alternativními médii zmínili v teoretické části, důvodem jejich zakládání může být způsobeno na základě komunistické minulosti a potlačování občanské společnosti, jež dříve vedli k výraznému omezení provozování komunitních nebo alternativních médií, která spadala pod přísnou kontrolu.¹²⁶ Dále hraje roli i fakt, že alternativní média často nabízejí detailní analýzy aktuálních témat, která mohou být zpracovávána mainstreamovými médii pouze povrchně. Díky tomu si respondenti mohou myslet, že dostávají komplexnější informace a vyvolávat pocit, že jsou k nim takové informační zdroje více otevřené a objektivní. Vystává však otázka, zda konzumováním alternativních médií získá recipient spolehlivější a pravdivější pohled na dění ve světě, obzvlášť jedná-li se o alternativní médium šířící nepravdivé informace.

¹²⁴ Jedná se o kauzu deníku Washington Post, kdy se žena obrátila na novináře známého deníku s tvrzením, že Roy Moore, republikánský kandidát na senátora za Alabamu, ji v roce 1992 přivedl jako nezletilou do jiného stavu a přiměl ji k potratu. Novináři však později odhalili, že žena spolupracuje s projektem Veritas a snažila se kandidáta zdiskreditovat, proto se rozhodli případ nezveřejnit.

¹²⁵ ČESKÝ ROZHLAS. Jak napálit mainstreamová média? Dezinformace chtějí vyvolávat nedůvěru, shodují se novináři. *Plus.rozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/jak-napalit-mainstreamova-media-dezinformace-chteji-vyvolavat-neduveru-shoduji-6505208>

¹²⁶ HÁJEK, Roman; CARPENTIER, Nico. Alternative mainstream media in the Czech Republic: beyond the dichotomy of alterative and mainstream media. *Continuum*. 2015-01-13, roč. 29, čís. 3, s. 365–382. [online]. [cit. 2024-02-03]. ISSN 1030-4312. DOI 10.1080/10304312.2014.98606. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10304312.2014.986061>

Co se týče šíření informací, zachovává respondent R5 rezervovaný postoj, neúčastní se diskusí a upřednostňuje čtení a získávání informací před aktivním zapojováním se do debat.

Rozhovor 6

Tabulka č. 6 – kódy Rozhovoru 6

Důvěra v média	Pouze veřejnoprávní televize a ČTK
Ověřování informací	Sledování zpravodajství od různých zdrojů, provádění faktické kontroly minimálně
Dezinformace	Nečte, nekomentuje, nesdílí je
Odlišné názory	Nevyhýbá se jim, chce znát různé pohledy

Respondent R6 považuje za důvěryhodnou pouze veřejnoprávní televizi a zpravodajskou agenturu ČTK, protože „*poskytují dlouhodobě spolehlivé a seriózní zpravodajství.*“ Tento výběr je dle něho motivován dlouhodobou kvalitou a objektivním zpravodajstvím. To naznačuje hlubokou nedůvěru vůči méně etablovaným médiím, a to zejména sociálním sítím, kterým „*nedává velkou váhu a nepovažuje je za spolehlivé zdroje informací.*“ Na druhou stranu jeho reakce na dezinformace a manipulativní obsah na sociálních sítích je neutrální. Dezinformace nekomentuje, nesdílí, nevěnuje jim pozornost a faktickou kontrolu informací provádí také minimálně. Takový přístup může být důvodem, proč respondent R6 dokázal přiřadit správný typ zprávy k titulku pouze v jednom případě.

Respondent R6 aktivně využívá nástroje sociálních sítí, jako je funkce "skrýt" na Facebooku, za účelem omezit množství nežádoucího nebo irelevantního obsahu. Tím se snaží udržet kontrolu nad informacemi, které jsou mu prezentovány, což je projevem jeho snahy o selektivní přístup k médiím, které nemusí poskytovat relevantní informace. Minimální význam přikládá názorům nedostatečně kvalifikovaných osobností na odborná témata, což ukazuje jeho skepsi vůči autoritě založené na popularitě nebo celebritě. Tento postoj ukazuje, že si je respondent R6 vědom možného zkreslení mediálního obrazu v případě, kdy osobnosti mimo dané odborné pole hovoří o komplexních problémech bez příslušného vzdělání nebo zkušeností. Co se týče diskusí, respondent R6 se drží zpět od zapojování do debat na témata, o nichž nemá dostatek informací, což je projevem jeho zodpovědného přístupu k veřejné komunikaci a důrazu na informovanost.

Rozhovor 7

Tabulka č. 7 – kódy Rozhovoru 7

Zájem o odbornou literaturu	Nezájem o média a osobnosti ve veřejném prostoru, upřednostňování odborné a populárně naučné literatury
Postoj k sociálním sítím	Sociální sítě jako saturace biologických, psychologických a sociálních potřeb
Důvěra ve vlastní selekci informací	Pozorování a naslouchání a kritické myšlení
Filtrace informací	Hlídní množství přichozích informací, přijímání odlišných názorů, avšak ne nekriticky a bez cenzury
Obraz světa	Zprostředkovaný médií a autory zpráv
Nezapojování se do diskusí	Zapojením do diskuse nelze přispět ke zkvalitnění života jiných, „ovlivnit lze jen pár metrů čtverečních kolem sebe“
Dezinformace a manipulativní obsah	Jak poznat?
Algoritmy	Druh manipulace, forma zneužití dat

Respondent R7 v rozhovoru sice napřímo neprojevuje nedůvěru v mainstreamová média a ve veřejně známé osobnosti, nicméně se o mediální scénu nezajímá, a jak sám zmiňuje, „investuje energii do témat, která souvisejí s ním a kvalitou jeho života.“ Namísto sledování médií preferuje jako zdroj informací odbornou a populárně naučnou literaturu, která je pro něho „mnohem poučnější než populisticky hrané role s často osobními pravdami na pozadí.“ Tento postoj může pramenit ze situací, kdy se osoby figurující v politické scéně snaží prostřednictvím médií utajovat fakta, která by byla pro jejich funkci kompromitující. Jak sám Růžička zmiňuje, nedůvěra v média je často spojována s paternalistickým přístupem státu, „kdy má stát tendenci chránit veřejnost před informacemi, které považuje za nebezpečné, což může vést ke ztrátě důvěry, a to zejména pokud se prokáže, že stát utajuje pravdivé informace.“¹²⁷

Pro respondenta R7 je filtrace obsahu klíčová, přičemž se nebrání odlišným názorům. Nicméně na každý názor zvenčí vždy pohlíží kriticky a přijímá ho pouze tehdy, pokud mu dává smysl. Nejčastěji se při hodnocení informací spoléhá na vlastní úsudek a kritické myšlení. A to například tím, že pečlivě vybírá, kterým informacím věnuje svou pozornost a které odmítne. Nikdy nepřijímá informace nekriticky, což znamená, že si klade za cíl filtrovat a selektovat informace na základě jejich relevance, spolehlivosti a přínosu pro jeho osobní poznání a vlastnímu porozumění světu. Obecně považuje média za „obraz světa, který se stále snaží

¹²⁷ RŮŽIČKA, Adam (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

média nebo ten, kdo píše, zprostředkovávat.“ V souvislosti s touto výpovědí lze odkázat na Bergerovu a Luckmannovu teorii sociální konstrukce reality, kterou popisují jako jednostranný proces, při němž média konstruují významy a informace. Obraz světa je tedy utvářen převážně médii.¹²⁸

Skeptický postoj zastává také vůči sociálním sítím, na kterých se snaží trávit co nejméně času. Dle respondenta R7 totiž *„sociální sítě lidem pouze saturují a nahrazují biologické, psychologické a sociální potřeby.*“ Neúčastní se ani diskusí na sociálních sítích, protože jde podle něho často o *„společenskou debatu, na kterou nemá čas.*“ Jeho preference spočívají v zaměření se na hloubku informací a vlastní sebereflexi před šířkou obsahu a společenskými trendy. Negativum sociálních sítí shledává také v algoritmech, které označuje za *„manipulativní formu zneužívající data.*“ Právě algoritmy jsou zodpovědné za personalizaci obsahu na základě našich předchozích interakcí a preferencí a mohou se podílet na tvorbě *echo komor*, o nichž jsme pojednávali v teoretické části, a polarizování společnosti. Kvůli tomu se hovoří o potřebě regulace algoritmů sociálních médií, která by zahrnovala požadavky na transparentnost, aby uživatelé dokázali lépe porozumět tomu, jak algoritmy fungují.¹²⁹

Omezení času stráveného na sociálních sítích a nezájem o manipulativní obsah nasvědčuje snaze chránit se před nekvalitními informacemi a nepodstatnými obsahy, což je důležité pro udržení jeho mentální pohody a dle jeho slov zachování *„kvality života.*“ Celkově lze konstatovat, že respondent projevuje kritický přístup k mediálnímu obsahu a sociálním sítím, preferuje informace z odborných publikací před populistickým obsahem a je pro něho důležité vlastní konstruování obrazu světa.

Rozhovor 8

Tabulka č. 8 – kódy Rozhovoru 8

Důvěra v sociální sítě	Získávání informací z Facebooku
Kritéria	Rychlá aktualizace zpráv, informace od odborníků
Dezinformace	Ignorování
Filtrování informací	Průběžná kontrola z více zdrojů

¹²⁸ BERGER, P. - LUCKMANN, T.: Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. s. 67. ISBN 80-85959-46-1

¹²⁹ IMM INSTITUTE. Social media algorithms and regulation: Striking a balance between connection and concerns. *LinkedIn* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-algorithms-regulation/>

Respondent R8 považuje za nejdůvěryhodnější zdroj informací sociální sítě, a to konkrétně Facebook, ze kterého rovněž pravidelně nové zprávy čerpá. Kromě rychlé aktualizace informací oceňuje „ověřené zdroje a osobnosti, které se zde nachází.“ Zatímco u zdrojů respondent uvedl konkrétní účet zpravodajského webu ČT24, osobnost, které při získávání informací důvěřuje, nechtěl konkretizovat. Nepodařilo se nám tedy zjistit přesné informace o respondentových preferencích osobností, které jsou zdrojem informací na sociálních sítích. Je však nutno podotknout, že ne všechny veřejně vystupující osobnosti jsou relevantními zdroji informací. Příkladem jsou jedinci nebo skupiny působící na sociálních sítích za účelem zneužití jejich sociálního postavení k záměrnému šíření nepravdivých informací či extremistických názorů.

Na znepokojující kauzu, kdy se vlivní čeští politici podíleli na správě dezinformačních skupin upozornil web Investigace.cz.¹³⁰ Například ve skupině „Přátelé RF a Vladimíra Putina“ figuroval, předtím, než byl upozorněn, jako správce skupiny bývalý mluvčí prezidenta Jiří Ovčáček, Ke správcům dalších dezinformačních skupin patří například politici Jana Volfová a Lubomír Španěl. Tento jev je navíc spojený s nárůstem falešných profilů a jejich zapojování se do dezinformačních skupin na sociálních sítích. Takové profily sice nepřinášejí žádný obsah, ale uměle zvyšují počet členů skupiny, a tím vytváří zkreslený obraz popularity a podpory určitých politických názorů či postojů. I přesto, že veřejně známé osobnosti mohou mít vliv na veřejné mínění, není automaticky zaručeno, že vše, co říkají nebo podporují, je pravdivé nebo vyvážené.

Rozhovor 9

Tabulka č. 9 – kódy Rozhovoru 9

Nedůvěra v média	Neví, čemu věřit
Faktická kontrola informací	Dodatečné vyhledávání informací
Ochrana soukromí	Nástroje pro ochranu soukromí a odmítnutí sledování
Omezení informací	Vyhýbání se informacím, které jsou v rozporu s jeho názorem

Respondent R9 vyjadřuje nejistotu při vyhledávání důvěryhodných zdrojů, jelikož „zcela upřímně aktuálně netuší, čemu může ve veřejném prostoru věřit.“ Toto tvrzení

¹³⁰ GABRIELA, Jezberová. INVESTIGACE.CZ. Nejvlivnější dezinformační skupiny na českém Facebooku spravují politici. Jsou mezi nimi Vyvadil, Volfová, Klán a řada dalších. *Investigace.cz* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.investigace.cz/nejvlivnejsi-dezinformacni-skupiny-na-facebooku/>

odůvodňuje situacemi, kdy si média protiřečí a vyvrací informace, o nichž v minulosti informovala. Při vyhledávání informací upřednostňuje internetové zdroje zpravodajských webů. Ačkoliv, jak zmiňuje, na dezinformace reaguje „úsměvem a snaží se nad nimi povznést,“ prokazuje z hlediska dovednosti přiřadit titulky k typu zpráv mnohem lepší schopnosti než ostatní respondenti. Správně pojmenoval celkem čtyři typy zpráv z pěti. Mezi hlavní strategie pro získávání ověřených informací respondent R9 řadí používání internetových vyhledávačů a hledání dalších zdrojů, což svědčí o jeho aktivním přístupu k získávání informací. V porovnání s ostatními respondenty je odlišný jeho postoj k algoritmům, kdy „nesouhlasí se sledováním aktivity jeho vyhledávání“, avšak na rozdíl od ostatních respondentů tuší, jakým způsobem vůči nim bojovat. Zároveň z rozhovoru vyplývá, že se respondent snaží aktivně omezovat kontakt s nepravdivým obsahem na sociálních sítích, což může být vnímáno jako obranný mechanismus proti šíření dezinformací a manipulace.

Rozhovor 10

Tabulka č. 10 – kódy Rozhovoru 10

Informační zdroje	Osobnosti, především ty, které přispívají na webu Blogosvět.cz
Ověřování informací	Neprovádí faktickou kontrolu, spoléhá na informace od rodiny a přátel
Dezinformace	Vyhýbání se nepravdivým informacím na sociálních sítích
Důvěra v osobnosti	Důvěra v názory odborníků a veřejně známých osobností

Respondent R10 ve svých odpovědích ukázal silnou důvěru v osobnosti z veřejného prostoru, zejména těch, které přispívají svými názory na platformě Blogosvět.cz poskytující myšlenky a názory bez cenzury. Jedná se o web, jehož sponzorem je názorový server Echo24.cz. I přesto, že na platformě účinkují odborníci, figurují zde jména, která jsou spojována s jistou kontroverzí. Například advokátka Zwyrtek Hamplová, která se v minulosti vyhraňovala vůči očkování nebo zmínila, že by se „pro romské děti měli vytvářet speciální samostatné třídy.“¹³¹ Dále například lékař Jan Hnízdil, kterému byla za zpochybňování psychosomatické

¹³¹ IROZHLAS.CZ. Rasismus a segregace, odsoudila Romea výrok Hamplové o samostatných třídách pro romské děti. *Irozhlaz.cz* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/samostatne-tridy-pro-romske-deti-rekla-jana-zwyrtek-hamplova-rasismus-segregace_2303311501_elev

medicíny udělena anticena zlatý Bludný balvan od českého spolku skeptiků Sisyfos, jehož byl v minulosti členem.¹³²

Postoj, kdy respondent považuje za nejdůvěryhodnější zdroj informací názorový web omezuje jeho schopnost přijímat širší spektrum informací, jelikož může být více nakloněn takovým zprávám, které se shodují s jeho postoji a představami. Co se týče dalších zdrojů informací, respondent uvedl, že hodně spoléhá na CNN Prima News a také na informace od partnera a příbuzných. Tato volba tradičních a osobních zdrojů může znamenat, že dává přednost stabilním a známým informačním kanálům, což může být jak bezpečné, tak omezující, pokud jde o přístup k různorodým pohledům. V rámci ověřování pravdivosti informací respondent přiznal, že nemá systém pro faktickou kontrolu a spoléhá na různorodost dostupných zdrojů. Tento přístup naznačuje možné riziko přijetí nepravdivých či zkreslených informací, protože bez adekvátní faktické kontroly mohou být falešné informace považovány za pravdivé. Jak se respondent staví k dezinformacím, je také důležité. Snaží se jim aktivně vyhýbat, ale podle preference zdrojů, jež považuje za nejdůvěryhodnější, se nezdá, že by se věnoval aktivnímu hledání pravdivosti obsahu, který konzumuje.

Celkově přístup respondenta R10 k médiím a informacím odhaluje směs důvěry v alternativní i tradiční zdroje spolu s nedostatečnou aktivitou v oblasti ověřování faktů, což může ovlivnit jak jeho osobní názory, tak schopnost rozeznat manipulativní a dezinformační obsah od seriózního, což se potvrdilo také v případě určování typů zpráv dle titulků, kdy respondent R10 přiřadil správně pouze dva titulky.

2.3.2 Shrnutí

Celkově odpovědi respondentů R1-R10 odráží různorodost v přístupech při získávání a ověřování informací. Analýza odpovědí respondentů podle tří dimenzí mediální gramotnosti, a to znalostní, dovednostní a postojové odhaluje různé úrovně schopností a přístupů k mediálnímu obsahu.

Znalostní dimenze

Respondenti vykazují proměnlivé znalosti o důvěryhodnosti zdrojů. Někteří mají jasnou představu o tom, které zdroje považují za spolehlivé, jako jsou odborníci nebo renomované

¹³² MEDICAL TRIBUNE. Výbor Psychosomatické společnosti ČLS se ohrazuje proti tvrzením MUDr. Hnízdila. *Tribune.cz* [online]. 2015 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.tribune.cz/komentare/vybor-psycho-somaticke-spolecnosti-cl-s-se-ohrazuje-proti-tvrzenim-mudr-hnizdila/>

platformy, zatímco jiní spoléhají na méně tradiční nebo osobní zdroje, jako jsou rodina a přátelé a alternativní média či názorové weby, což může vést k získávání méně objektivních informací. Vyskytuje se značná variabilita v porozumění toho, jak média fungují, zejména co se týče role algoritmů a jejich vlivu na zobrazovaný obsah. Někteří respondenti se těmto procesům vědomě vyhýbají, nevěnují jim pozornost nebo je ignorují.

Dovednostní dimenze

Mnozí respondenti nevykazují vysokou míru dovedností v oblasti ověřování informací. Někteří spoléhají na diskuse s blízkými nebo na porovnávání různých zdrojů, ale chybí jim systematický přístup k faktické kontrole. Pouze několik respondentů používá konkrétní nástroje nebo techniky pro ověřování pravdivosti informací. Na základě odpovědí vyplývá, že mnoho respondentů má omezené dovednosti v analýze a kritické interpretaci mediálního obsahu. Někteří provádějí aktivní faktickou kontrolu prostřednictvím ověřených online zdrojů, zatímco jiní spoléhají na informace získané od rodiny a přátel nebo přijímají informace bez dalšího ověření.

Postojová dimenze

Respondenti obecně ukazují opatrnost a kritický postoj k informacím, které považují za potenciálně nespolehlivé nebo dezinformační. Většina se snaží vyhýbat dezinformacím, což je pozitivní, i když někdy může chybět aktivní angažovanost v jejich dalším ověřování. Někteří respondenti projevují otevřenost vůči různým názorům, jiní se informacím odlišných názorů vyhýbají, což může vést k informačním bublinám. Většina respondentů má tendence vyhýbat se dezinformacím a manipulativnímu obsahu, přičemž pouze někteří z respondentů mají proaktivní přístup, jako je používání faktických kontrolních nástrojů a vzdělávacích zdrojů. Jiní, naopak, preferují vyhýbání se potenciálně problematickým zdrojům bez aktivního ověřování obsahu. Co se týče algoritmů, někteří respondenti je zcela ignorují, zatímco jiní se vůči nim snaží aktivně bojovat. Většina respondentů se vyhýbá veřejnému přispívání do online diskusí, což může odrážet obavy z konfrontace nebo nedostatek důvěry ve vlastní znalosti na dané téma. Ti, kteří se diskusí účastní, často hledají dialog s lidmi, kteří sdílejí podobné názory, nebo se spoléhají na uzavřené komunity.

Toto shrnutí ukazuje, že zatímco někteří respondenti mají stanovené jasné strategie pro orientaci v mediálním prostředí, jiní mohou být více náchylní k přijímání neověřených nebo jednostranných informací, což může ovlivňovat jak jejich osobní názory, tak schopnost účinně se zapojit do informovaných veřejných diskusí.

ZÁVĚR

Na základě kvantitativního a kvalitativního výzkumu, konkrétně analýzy online dotazníku a kódování rozhovorů, jsme identifikovali několik klíčových poznatků, které nám poskytují ucelený obraz o přístupu respondentů vybrané věkové skupiny 45-65 let k informacím v době post-pravdivé.

Jak jsme předpokládali, oba výzkumy přinesly v souvislosti s přístupem respondentů k informacím a mediálním sdělením vzájemně odlišné výsledky. Zatímco analýzou odpovědí z online dotazníku jsme získali výsledky odpovídající takřka ideálnímu obrazu mediální gramotnosti, jelikož reflektují především očekávané postupy při práci s informacemi, výsledek kódování rozhovorů poskytuje podrobnější a komplexnější pohled na reálné chování, postoje a praktiky respondentů.

Během rozhovorů byli respondenti při sdělování svých zkušeností s médii a postoji mnohem otevřenější, což v porovnání s výsledkem online dotazníku odhalilo jisté odchylky od ideálních postupů při konzumování a zpracovávání informací a mediálních obsahů. Rozmanitost výsledků obou výzkumů nám umožnila se zamyslet nad rozdíly mezi tím, jak své dovednosti mediální gramotnosti respondenti prezentují dle postupů oznamovaných v dotazníku a jejich praxe. Díky tomu jsme identifikovali možné rozpory mezi jejich vnímanými dovednostmi a reálným chováním.

Prvním zjištěním z kvantitativního výzkumu je to, že většina respondentů, celkem 69 %, upřednostňuje online noviny a portály jako svůj hlavní zdroj informací a zároveň je považuje za nejdůvěryhodnější. Tento trend reflektuje postupný přesun od tradičních médií k digitálním platformám a naznačuje důvěru respondentů v online zdroje informací. Dále tento výsledek potvrzuje, že jsme před zahájením výzkumu dokázali úspěšně identifikovat takovou věkovou kategorii respondentů, která čerpá informace z internetu a je aktivní v online prostředí. V tomto případě se s dotazníkem shodují i výsledky kvalitativního výzkumu, ze kterého rovněž vyplývá vysoký zájem respondentů o informace získávané z online prostředí.

Z hlediska dovednostní dimenze mediální gramotnosti jsme zaznamenali, že mnozí respondenti projevují tak vysoký zájem o ověřování informací, jak odpovídali v online dotazníku. V online dotazníkovém šetření uvedla nadpoloviční většina respondentů, celkem 53 %, že se aktivně snaží ověřovat pravdivost informací před jejich sdílením. Tyto odpovědi naznačovaly, že respondentům záleží na spolehlivosti sdílených informací a snaží se

minimalizovat potenciální šíření dezinformací. Nicméně, z analýzy rozhovorů vyplynulo, že mnozí respondenti nemají dostatečné dovednosti a strategie pro systematické ověřování informací. Většina z nich provádí faktickou kontrolu informací především pouze tehdy, když je nějaká zpráva zaujme nebo spoléhají na diskuse se svými příbuznými.

Tato skutečnost ukazuje na určitý nesoulad mezi deklarovaným chováním respondentů a jejich skutečnými praktikami při ověřování pravdivosti informací. Výsledek rovněž poukazuje na důležitost podpory rozvoje dovedností a edukace v oblasti mediální gramotnosti, zejména v kontextu s rostoucím objemem informací, dezinformací a deepfake příspěvků na internetu a sociálních sítích.

Z hlediska rozboru postoje dimenze mediální gramotnosti jsme pozorovali jistou opatrnost a kritický postoj respondentů k informacím, které považují za potenciálně nespolehlivé nebo dezinformační. Většina respondentů se snaží vyhýbat dezinformacím, což je pozitivní, avšak některým z nich chybí aktivní angažovanost k ověřování informačních sdělení pomocí dostupných online nástrojů. Z výsledků dotazníkového průzkumu vyplývá, že většina účastníků vykazuje opatrnost a kritický postoj k informacím, které považují za potenciálně nespolehlivé. Tento postoj naznačuje jejich snahu vyhnout se šíření dezinformací a zdůrazňuje, že kladou důraz na spolehlivost informačních zdrojů. Nicméně, z analýzy rozhovorů, poskytující komplexnější pohled na postoj respondentů k dezinformacím, vyplynulo, že mnoho respondentů se sice snaží vyhýbat dezinformacím, ale někteří z nich nezastávají aktivní přístup k ověřování každého obsahu.

Tato skutečnost naznačuje, že i když může být prohlašovaný postoj k dezinformacím opatrný a kritický, skutečný přístup k ověřování obsahu může být pro některé respondenty méně aktivní nebo spíše omezený. Rovněž se v tomto případě projevil jev, který poukazuje na možnou nedostatečnou podporu vhodných zdrojů určených k faktické kontrole informací, či nedostatečné povědomí respondentů o existenci takových ověřovacích zdrojů.

Dále výsledky dotazníkového průzkumu naznačují, že se většina respondentů vyhýbá aktivní účasti v online diskusích. Tento závěr se potvrdil i během rozhovorů, které ukazují, že se respondenti skutečně nezapojují do online diskusí, a to především kvůli obavám z možné konfrontace nebo kvůli nedostatku důvěry ve vlastní znalosti.

Celkově jsme dospěli k závěru, že existuje rozmanitost v přístupu respondentů k mediálním obsahům, přičemž někteří z nich mají stanovené jasné strategie pro orientaci v mediálním prostředí, i co se výběru zdrojů týče, zatímco jiní jsou v přístupu k informacím

spíše regresivní, a dokonce si nejsou jistí, zda mohou vůbec nějakým informacím v médiích věřit. Každý z přístupů má přitom vliv na jejich osobní názory a schopnosti se efektivně zapojovat do veřejných diskusí.

Závěrem je nutné zmínit, že mediální gramotnost a přístup k informacím napříč generacemi je stále aktuálnější a důležitějším tématem, a to zejména v souvislosti s bleskovým rozvojem technologií, které šíří nepravdivé informace zpracované v takové podobě, že je mnohdy obtížné je kriticky posuzovat.

SEZNAM ZDROJŮ

Literární zdroje

AMBROZOVÁ, Eva a Vratislav POKORNÝ. Kognitivní management: pro prostředí 4.0 a další. 1. vyd., Brno: Newton Academy: 2018. ISBN 978–80–87325–13–1.

AUFDERHEIDE, P. 1997. Media Literacy: From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. In Kubey (Ed.), Media Literacy in the information age: Current perspectives. Transaction Books. s.79. ISBN: 1-56000-238-7.

BARON, Jonathan; HERSHEY, John C. Outcome bias in decision evaluation. *Journal of personality and social psychology*, 1988, 54.4: s. 569-579.

BERGER, Guy. Journalism, fake news & disinformation. UNESCO, 2018. s. 7-13. ISBN 978-92-3-100281-6.

BERGER, P. - LUCKMANN, T.: Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. s. 67. ISBN 80-85959-46-1

BÍNA, Daniel, 2010. Mediální gramotnost v „českém jazyce a literární výchově“. In: MAŠEK, Jan, SLOBODA, Zdeněk a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ, eds. Mediální pedagogika v teorii a praxi. Sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice, s. 201–204. Plzeň: Katedra výtvarné kultury, Pedagogická fakulta, Západočeská univerzita v Plzni, Asociace pro mediální pedagogiku. s. 201-202. ISBN 978-80-7043-851-0.

BÍNA, Daniel. Výchova k mediální gramotnosti. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2005. s.7. ISBN 80-7040-844-8.

D'ANCONA, M. (2017). Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back. New York: Random House.

DOSTÁL, J. Školní informační systémy. In Infotech 2007 - moderní informační a komunikační technologie ve vzdělávání. Olomouc: Votobia, 2007. s. 61. ISBN 978-80-7220-301-7.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. s. 46. ISBN 80-7367-040-2.

- HERMAN, Dan, 2000. Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *J Brand Manag*, 7. s. 330–340.
- HOBBS, Renee. *Digital and Media Literacy: A Plan of Action: A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy*. Washigton: The Aspen Institute, 2010. s. 9-19. ISBN: 0-89843-535-8.
- JAMES, William. *The Writings of William James: A Comprehensive Edition*. Modern Library, 1968. s. 429-443.
- JIRÁK, Jan, KUCHAR, P. „Mediální výchova čili o jedné díře v našem všeobecném vzdělávání.“ Pp. 17-18 in *KMIT*, 1997, č. 12.
- KOLÁŘ, Petr. *Pravda a fakt*. Praha: Filosofia, 2002. s. 81-83. ISBN 80-7007-168-0.
- LEBO, M. J., & CASSINO, D. (2007). The aggregated consequences of motivated reasoning and the dynamics of partisan presidential approval. *Political Psychology*, 28(6). s. 719–746.
- MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 9. ISBN 978-80-7367-315-4.
- NAJVAROVÁ, Veronika. Model funkční gramotnosti a RVP ZV. In: JANÍK, Tomáš, KNECHT, Petr a NAJVAROVÁ, Veronika (eds.). *Příspěvky k tvorbě a výzkumu kurikula*. Brno: Paido, 2007, s. 77. ISBN 978-80-7315-153-9.
- NIKLESOVÁ, Eva, 2007. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. České Budějovice: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. s. 83. ISBN 978-80-7040-995-4.
- NIKLESOVA, Eva. *Mediální gramotnost a mediální výchova*, 1. vyd. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. s. 24. ISBN 978-80-904247-6-0
- NYHAN, Brendan a Jason REIFLER. When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behaviour*. 2010. roč. 32, č. 2, DOI: [10.1007/s11109-010-9112-2](https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2). s. 303–330. ISSN 1573–6687.

PACEPA, Ion Mihai and Ronald J. RYCHLAK, *Disinformation: Former Spy Chief Reveals Secret Strategies for Undermining Freedom, Attacking Religion, and Promoting Terrorism*, WND Books, 2013. s. 4–6, 34–39, 75, ISBN 978-1-936488-60-5

PARISER, Eli. 2011. *The Filter Bubbles: What the Internet Is Hiding from You*. NY: The Penguin Press. s. 10-11. ISBN: 9780141969923

POLÁKOVÁ, Eva. *Mediálne kompetencie*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2007, 144 s. ISBN 978-80-89220-65-6.

RÁDL, Emanuel. *Dějiny vývojových teorií II*. Praha: Academia, 2006. s. 26-27. ISBN 80-200-1393-8.

RÁDL, Emanuel. *Romantická věda. Otázky a názory* (Jan Laichter). Praha: Laichter, 1918. s. 129, 131, 290.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Žurnalistika a komunikace*. Praha: Grada, 2014. s. 412. ISBN 978-80-247-3568-9.

SLOBODA, Zdeněk (2012): „Diskurs mediální gramotnosti v ČR po roce 1989“. In MLČOCH, Miloš a STRÁNSKÁ, Eva. *Komunikační výchova v teorii a praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2012, s. 116-125. ISBN 978-80-244-3264-9.

STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu*. Albert; Podané ruce, 1999. s. 40. ISBN 80-85834-60-X.

SUNSTEIN, Cass R. *Liars: Falsehoods and Free Speech in an Age of Deception (Inalienable Rights)*. Oxford University Press, 2021. ISBN 978-0197545119.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. s. 148. ISBN 80-7367-096-8.

Internetové zdroje

AERONET.NEWS. *Slovenský premiér oznámil, že Fialův režim odkládá jednání vlád obou zemí na neurčito! Podle informací jde o odvetu Prahy za schůzku ministra zahraničí SR se Sergejem Lavrovem v Turecku minulý víkend! O čem se jednalo na diplomatickém fóru ve městě Antalya? O míru na Ukrajině! Fialova vláda byla zahájena ruskou generální*

prokuraturou, která vyšetřuje toky peněz a zbrání přes ČR a české kampeličky na Ukrajinu! [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://aeronet.news/slovensky-premier-oznamil-ze-fialuv-rezim-odklada-jednani-vlad-obou-zemi-na-neurcito-podle-informaci-jde-o-odvetu-prahy-za-schuzku-ministra-zahranici-sr-se-sergejem-lavrovem-v-turecku-minuly-vikend/>

BEHAVIO. Češi, kteří sledují pravidelně pořady o politice (debaty, analýzy...). *Atlas Čechů* [online]. 2024 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: https://atlascechu.cz/results/tv_shows-politics

BERNARD, H. Russell (Harvey Russell), 1940- Research methods in anthropology. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, [2018], s. 164. (DLC) 2017036691. [cit. 2024-01-31].

Dostupné z:

[https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=2Fk7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bernard,+H.+R.+\(1988\).+Qualitative+methods+in+cultural+anthropology.&ots=HcsAT7jKaj&sig=P9c2So7l7gxgh-6DBo-6LqehpiY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=2Fk7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bernard,+H.+R.+(1988).+Qualitative+methods+in+cultural+anthropology.&ots=HcsAT7jKaj&sig=P9c2So7l7gxgh-6DBo-6LqehpiY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

ČERNOVSKÝ, Tomáš. *Top 10 sociální sítě: kdo je používá a proč na nich propagovat svůj byznys?* [online]. 2024 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.cernovsky.cz/marketing/top-10-socialni-site/>

ČESKÉ NOVINY. *Izraelská armáda tvrdí, že v nemocnici v Gaze zabila 200 ozbrojenců Hamásu* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2498566>

ČESKÝ ROZHLAS. Jak napálit mainstreamová média? Dezinformace chtějí vyvolávat nedůvěru, shodují se novináři. *Plus.rozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/jak-napalit-mainstreamova-media-dezinformace-chteji-vyvolavat-neduveru-shoduji-6505208>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Vyhledávání vybraných informací na internetu* [online]. 2023 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/191486287/0620042308t.pdf/9c771e26-1927-4f03-81d8-fbbc870952ef?version=1.1>

ČTK. YouTube zablokoval v celé Evropě kanály spjaté s ruskými médii RT a Sputnik. *České noviny* [online]. 2022 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z:

<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/youtube-zablokoval-v-cele-evrope-kanaly-spjate-s-ruskymi-medii-rt-a-sputnik/2169736>

DAMME, Dirk Van a Doris ZAHNER. *Does Higher Education Teach Students to Think Critically?* [online]. Paris. OECD Publishing, 2022 [cit. 2024-03-17]. ISBN 978-92-64-95496-0. Dostupné:

<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=142527&img=30584&res=150>

DUKE UNIVERSITY. *DAN ARIELY ON HOW 'FEAR OF MISSING OUT' WORKS* [online]. Duke 100, 2024 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://today.duke.edu/2015/04/dan-ariely-how-%E2%80%98fear-missing-out%E2%80%99-works>

EKOLIST. *Soud prodloužil vazbu muži obviněnému za založení požáru v Českém Švýcarsku* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z:

<https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/soud-prodlouzil-vazbu-muzi-obvinenemu-za-zalozeni-pozaru-v-ceskem-svycarsku>

EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY. *Důvěra v média je v Česku rekordně nízká, ukazuje Digital News Report 2023* [online]. 2023 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/7337/nova-media-a-web-2-0/duvera-v-media-je-v-cesku-rekordne-nizka-ukazuje-digital-news-report-2023>

FOROUGH, H., GABRIEL, Y., and FOTAKI, M. (2019). Leadership in a post-truth era: A new narrative disorder? *Leadership*, 15(2), [online]. [cit. 2024-02-03]., s. 135-151. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1742715019835369>

HÁJEK, Roman; CARPENTIER, Nico. Alternative mainstream media in the Czech Republic: beyond the dichotomy of alterative and mainstream media. *Continuum*. 2015-01-13, roč. 29, čís. 3, s. 365–382. [online]. [cit. 2024-02-03]. ISSN 1030-4312. DOI 10.1080/10304312.2014.98606. Dostupné:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10304312.2014.986061>

IMM INSTITUTE. Social media algorithms and regulation: Striking a balance between connection and concerns. *LinkedIn* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-algorithms-regulation/>

Introducing Meta: A Social Technology Company. In Meta [online]. October 28, 2021 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>

IROZHLAS.CZ. Rasismus a segregace, odsoudila Romea výrok Hamplové o samostatných třídách pro romské děti. *IRozhlas.cz* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/samostatne-tridy-pro-romske-deti-rekla-jana-zwyrtke-hamplova-rasismus-segregace_2303311501_elev

JEZBEROVÁ, Gabriela. INVESTIGACE.CZ. Nejvlivnější dezinformační skupiny na českém Facebooku spravují politici. Jsou mezi nimi Vyvadil, Volfová, Klán a řada dalších. *Investigace.cz* [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.investigace.cz/nejvlivnejsi-dezinformacni-skupiny-na-facebooku/>

KAHAN, Dan M., Misconceptions, Misinformation, and the Logic of Identity-Protective Cognition (May 24, 2017). Cultural Cognition Project Working Paper Series No. 164, Yale Law School, Public Law Research Paper No. 605, Yale Law & Economics Research Paper No. 575, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2973067> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2973067>

KASÍK, P. & LAZŇOVSKÝ, M. (2015). Migranti jsou pro nás poslové špatných zpráv, říká slavný sociolog. iDnes. [online]. [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/veda/zygmunt-bauman-rozhovor-sociolog-uprchlici-migrace-technologie-modernita-stesti.A150826_151023_veda_mla

KEJLOVÁ, Tomara, 2016. „Post-pravdivý“ slovem roku: Na faktech nesejde, vítězí emoce [online]. Londýn: ČT24 [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/1957973-post-pravdivy-sloves-roku-nafaktech-nesejde-vitez-emoce>

KRUMPAL, Ivar (2011). *Determinanty zkrslení sociální žádoucnosti v citlivých průzkumech: literární přehled*. Kvalita a kvantita, 47(4), s. 2025-2047. [online]. Dordrecht: Springer. [cit. 2024-03-18]. DOI: 10.1007/s11135-011-9640-9. Dostupné z: <https://boris.unibe.ch/9112/>

MANIPULÁTOŘI. EU nechce zakázat opravy aut starších 15 let. Cílem návrhu je bojovat proti vrakům [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: https://manipulatori.cz/eu-nechce-zakazat-opravy-aut-starsich-15-let-cilem-navrhu-je-bojovat-proti-vrakum/#google_vignette

Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. In *Journal of Media Literacy Education*, 2(1). s. 14. DOI: <https://doi.org/10.23860/jmle-2-1-1>

MARWICK, Alice a Rebecca LEWIS. *Media Manipulation and Disinformation Online* [online]. Data&Society, 2017 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf

MCRANEY, David, Confirmation Bias [online]. 2010 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://youarenotsmart.com/2010/06/23/confirmation-bias/>

MEDICAL TRIBUNE. Výbor Psychosomatické společnosti ČLS se ohrazuje proti tvrzením MUDr. Hnízdila. *Tribune.cz* [online]. 2015 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.tribune.cz/komentare/vybor-psychosomaticke-spolecnosti-cls-se-ohrazuje-proti-tvrzenim-mudr-hnizdila/>

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. In: EDU.CZ [online]. 2021 [cit. 2024-02-17]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvpramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavacici-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvpzv/>

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Definice dezinformací a propagandy* [online]. 2024 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

Most popular social networks worldwide as of January 2024, ranked by number of monthly active users [online]. 2024 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

People show confirmation bias even about which way dots are moving. *medicalxpress.com* [online]. 2018-09-13 [cit. 2024-02-03]. Dostupné online: <https://medicalxpress.com/news/2018-09-people-bias-dots.html>

Post-Truth, ©2024. In: *Cambridge Dictionary* [online]. Cambridge University Press, 1999 [cit. 2024-02-03]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

PRZYBYLSKI, Andrew. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out, *Computers in Human Behavior* [online]. 2013 [cit. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

REDLAWSK, David P., Andrew J.W. CIVETTINI, and Karen M. EMMERSON (Forthcoming). "The Affective Tipping Point: Do Motivated Reasoners Ever 'Get It'?" *Political Psychology* [online]. 2010 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20110511211719/http://www-personal.umich.edu/~bnyhan/nyhan-reifler.pdf>

SCHORB, Bernd a Zdeněk SLOBODA. Teorie mediální pedagogiky. In MAŠEK, Jan, Zdeněk SLOBODA a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ, ed. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: Sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice* [online]. Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU, 2010, s. 10. [cit. 2024-03-29]. ISBN 978-80-7043-851-0. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/ZdenekSloboda/publication/49295075_Medialni_pedagogika_v_teorii_a_praxi_sbornik_prispevku_z_mezinarodni_konference_o_medialni_vychove_a_pedagogice_Plzen_17-18_cervna_2009/links/57a3a89908aefe6167a7809c/Medialni-pedagogika-v-teorii-a-praxi-sbornikprispveku-z-mezinarodni-konference-o-medialni-vychove-a-pedagogice-Plzen-17-18-cervna-2009.pdf

SUPER.CZ. *Smutné odhalení: Princezna Kate byla zřejmě nucena prozradit svou diagnózu* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://www.super.cz/clanek/celebrity-smutne-odhaleni-princezna-kate-byla-zrejme-nucena-prozradit-svou-diagnozu-1503714>

THE GUARDIAN. *This article is more than 7 years old 'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries* [online]. 2016 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>

The Skeptic's Dictionary - Skepdic.com. www.skepdic.com [online]. [cit. 2024-02-03]. Dostupné online: <https://www.skepdic.com/backfireeffect.html>

University of Pennsylvania. Echo chambers may not be as dangerous as you think, new study finds. phys.org [online]. [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://phys.org/news/2019-05-echo-chambers-dangerous.html>

URBAN, Patrik. Dezinformacím se v Česku daří. Proruské internetové zpravodajství ovládá pár hráčů, dohromady se vyrovnají největším serverům v zemi. *Hospodářské noviny* [online]. [cit. 2024-02-20]. Dostupné: <https://domaci.hn.cz/c1-66477660-dezinformacim-se-v-cesku-dari-proruske-internetove-zpravodajstvi-ovlada-par-hracu-dohromady-se-vyrovnavaji-nejvetsim-serverum-v-zemi>

VAN GROVE, Jennifer. Facebook then and now (pictures). In CNET [online]. 2014 [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/pictures/facebook-then-and-now-pictures/>

VEDANTAM, Shankar. THE WASHINGTON POST COMPANY. *The Power of Political Misinformation* [online]. 2008 [cit. 2024-02-26]. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/09/14/AR2008091402375_pf.html

VRÁNKOVÁ, Eva. Heslář: Mediální výchova. *Revue pro média: časopis pro kritickou reflexi médií* [online]. 2004, roč. 4, č. 8 [cit. 2024-03-06]. ISSN 1214-7494. Dostupné z: http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_vychova.htm

WAYBACK MACHINE. TIP#551: Co je to clickbait, clickbaiting? *Web.archive.org* [online]. 2016 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20170110020332/https://365tipu.wordpress.com/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/>

WIRNITZER, Jan a Kateřina KOVÁČSOVÁ. IDNES. Analýza „prokremelských“ webů: šíří vlnu zloby a půl procenta soucitu. IDNES [online]. 2016 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/analyza-prokremelskych-webu-evropske-hodnoty-masarykova-univerzita-gregor-vejvodova.A160613_122145_domaci_jw

Zdroje z konference

HEŘMANOVÁ, Marie (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

RŮŽIČKA, Adam (2023, 1. prosince). Dezinformace jako sociální problém. Konference Akademie věd-sociologický ústav, Praha, Česká republika.

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1 – kódy Rozhovoru 1

Tabulka č. 2 – kódy Rozhovoru 2

Tabulka č. 3 – kódy Rozhovoru 3

Tabulka č. 4 – kódy Rozhovoru 4

Tabulka č. 5 – kódy Rozhovoru 5

Tabulka č. 6 – kódy Rozhovoru 6

Tabulka č. 7 – kódy Rozhovoru 7

Tabulka č. 8 – kódy Rozhovoru 8

Tabulka č. 9 – kódy Rozhovoru 9

Tabulka č. 10 – kódy Rozhovoru 10

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Online dotazník

Příloha č. 2 – Přepis rozhovorů s respondenty

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1- Zpracování odpovědí

PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Online dotazník

Dobrý den,

ráda bych vás požádala o vyplnění zcela anonymního dotazníku, který je nezbytnou částí mé diplomové práce zaměřené na přístup k informacím osob ve věku 45-65 let. Jeho zodpovězení zabere přibližně 10 minut.

Předem děkuji za vaši ochotu a čas.

Patricie Macelová

Studentka Filozofické fakulty Univerzity Palackého

Jaký typ média upřednostňujete k získávání informací? (Vyberte jednu nebo více odpovědí)

- Online noviny a portály
- Tištěné noviny
- Televize
- Rádio
- Sociální média
- Jiná (prosím specifikujte)

Jaké médium považujete za nejdůvěryhodnější zdroj informací? (Vyberte jednu odpověď)

- Online noviny a portály
- Tištěné noviny
- Televize
- Rádio
- Sociální média
- Jiná (prosím specifikujte)

Jakým způsobem filtrujete informace? (Vyberte jednu odpověď)

- Sleduji různé zdroje a porovnávám informace
- Upřednostňuji zdroje, které potvrzují mé názory
- Sleduji zpravodajství pouze z jednoho zdroje

- Jiná (prosím specifikujte)

Jak často se zapojujete do online diskusí na sociálních sítích nebo sdílíte informace s ostatními uživateli? (Vyberte jednu odpověď)

- Denně
- Několikrát týdně
- Jednou týdně
- Nikdy

Z jakého důvodu se účastníte online diskusí nebo sdílíte informace s ostatními uživateli? (Vyberte jednu nebo více odpovědí)

- Zajímavé téma
- Sdílení informací s ostatními
- Diskuse o kontroverzních tématech
- Získání dalších perspektiv
- Jiná (prosím specifikujte)

Jaký druh informací nejčastěji vyhledáváte? (Vyberte jednu nebo více odpovědí)

- Politika a společenské události
- Věda a technologie
- Zdraví a wellness
- Zábava a kultura
- Podnikání a finance
- Životní styl a móda
- Jiná (prosím specifikujte)

Jaký druh zprávy vás nejvíce zaujme a přečtete si ji s největší pravděpodobností? (Vyberte jednu odpověď)

- Zpráva s překvapující/šokující informací
- Zpráva z mého okolí
- Zpráva potvrzující váš názor
- Zpráva rozporující váš názor
- Zpráva, o které již v minulosti média informovala

Jakým zdrojům při získávání informací nejvíce důvěřujete? (Vyberte jednu odpověď)

- Renomované zpravodajské organizace
- Osobní známí nebo rodina
- Odborné publikace a časopisy
- Sociální média
- Skupiny na Facebooku
- Jiná (prosím specifikujte)

Setkali jste se někdy s dezinformacemi nebo falešnými zprávami? (Vyberte jednu odpověď)

- Ano, setkal(a) jsem se s dezinformacemi nebo falešnými zprávami.
- Ne, nevzpomínám si na žádnou konkrétní situaci.

Pokud ano, kde jste se s dezinformacemi nebo falešnými zprávami setkali?

Jakým způsobem reagujete na dezinformace? (Vyberte jednu nebo více odpovědí)

- Podílím se na šíření ověřených informací, které popírají dezinformace
- Na dezinformace osoby v mém okolí i ostatní uživatele sociálních sítí aktivně upozorňuji
- Ignoruji dezinformace a neúčastním se diskusí na sociálních sítích
- Pracuji s každou informací, protože pojem dezinformace neuznávám
- Jiná (prosím specifikujte)

Ověřujete si informace, které podporují vaše názory a přesvědčení předtím, než je rozšíříte dál? (Vyberte jednu odpověď)

- Aktivně ověřuji věrohodnost informací před jejich sdílením nebo akceptováním, a to i přes své názory a přesvědčení
- Spoléhám se na to, že důvěryhodné zdroje uvádí pravdivé informace
- Neověřuji pravdivost informací, pokud mi jejich zdroj připadá důvěryhodný
- Neověřuji pravdivost informací, pokud potvrzují mé názory a přesvědčení

Můj věk je (Vyberte jednu odpověď)

- 45-50
- 51-55
- 56-60
- 61-65

Jsem (Vyberte jednu odpověď)

- Žena
- Muž
- Jiné (prosím specifikujte)

Bydlím (Vyberte jednu odpověď)

- Ve městě
- Na venkově

Mé nejvýše dosažené vzdělání je (Vyberte jednu odpověď)

- Základní
- Střední (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné/neodborné)
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

Jsem (Vyberte jednu odpověď)

- Nezaměstnaný/á
- Zaměstnaný/á
- OSVČ
- V důchodu

Součástí diplomové práce jsou také rozhovory s respondenty. Pokud byste byli ochotni podělit se o své zkušenosti v rámci polostrukturovaných rozhovorů, budu velmi vděčná za váš čas. Pokud máte zájem a dostatek času k účasti, poprosila bych vás o e-mailovou adresu.

Příloha č. 2 - Přepisy rozhovorů s respondenty

Poznámka k otázce: Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: Smutné odhalení: Princezna Kate byla zřejmě nucena prozradit svou diagnózu¹³³

Titulek 2: Slovenský premiér oznámil, že Fialův režim odkládá jednání vlád obou zemí na neurčito! Podle informací jde o odvetu Prahy za schůzku ministra zahraničí SR se Sergejem Lavrovem v Turecku minulý víkend!¹³⁴

Titulek 3: Soud prodloužil vazbu muži obviněnému za založení požáru v Českém Švýcarsku¹³⁵

Titulek 4: EU plánuje omezit opravy starších vozidel...¹³⁶

Titulek 5: Izraelská armáda tvrdí, že v nemocnici v Gaze zabila 200 ozbrojenců Hamásu¹³⁷

Rozhovor 1

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Nejvíce důvěřuji veřejnoprávním médiím, protože by podle mě měly vždy podávat pravdivé informace. Takže nejčastěji čerpám z ČT1 a ČT24. Dále americkému zpravodajství CNN a německé regionální televizi ARD. Z online prostředí důvěřuji serverům Seznam.cz a Aktuálně.cz. Nejdůvěryhodnější osobností je pro mě prezident Petr Pavel.

¹³³ SUPER.CZ. *Smutné odhalení: Princezna Kate byla zřejmě nucena prozradit svou diagnózu* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://www.super.cz/clanek/celebrity-smutne-odhaleni-princezna-kate-by-la-zrejme-nucena-prozradit-svou-diagnozu-1503714>

¹³⁴ AERONET.NEWS. *Slovenský premiér oznámil, že Fialův režim odkládá jednání vlád obou zemí na neurčito! Podle informací jde o odvetu Prahy za schůzku ministra zahraničí SR se Sergejem Lavrovem v Turecku minulý víkend! O čem se jednalo na diplomatickém fóru ve městě Antalya? O míru na Ukrajině! Fialova vláda byla zahájena ruskou generální prokuraturou, která vyšetřuje toky peněz a zbrani přes ČR a české kampeličky na Ukrajinu!* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://aeronet.news/slovensky-premier-oznamil-ze-fialuv-rezim-odklada-jednani-vlad-obou-zemi-na-neurcito-podle-informaci-jde-o-odvetu-prahy-za-schuzku-ministra-zahranici-sr-se-sergejem-lavrovem-v-turecku-minuly-vikend/>

¹³⁵ EKOLIST. *Soud prodloužil vazbu muži obviněnému za založení požáru v Českém Švýcarsku* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/soud-prodlouzil-vazbu-muzi-obvinenemu-za-zalozeni-pozaru-v-ceskem-svycarsku>

¹³⁶ MANIPULÁTOŘI. *EU nechce zakázat opravy aut starších 15 let. Cílem návrhu je bojovat proti vrakům* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: https://manipulatori.cz/eu-nechce-zakazat-opravy-aut-starsich-15-let-cilem-navrhu-je-bojovat-proti-vrakum/#google_vignette

¹³⁷ ČESKÉ NOVINY. *Izraelská armáda tvrdí, že v nemocnici v Gaze zabila 200 ozbrojenců Hamásu* [online]. 2024 [cit. 2024-04-14]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2498566>

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Čerpám ze zdrojů zmiňovaných v předchozí odpovědi, protože mi poskytují komplexní informace z domácího i zahraničního prostředí. Nejdůležitější je pro mě kritérium komplexnosti a spolehlivosti informací. Veřejnoprávní televizi mohu důvěřovat.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: seriózní, titulek 3: seriózní, titulek 4: seriózní, titulek 5: manipulativní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Nejčastěji se snažím dohledávat další informace o tématu na internetu. Zjišťuji, zda se o tématu píše také u jiného, a z mých zkušeností spolehlivějšího, zdroje.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Dotyčnou osobu, která sdílí dezinformace okamžitě odstraním z přátel a přestanu ji sledovat.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Asi 1x týdně si hledám více informací na internetu o tématech, které mě zajímají.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Omezím kontakt s šířiteli dezinformací. Přestanu takové osoby nebo stránky sledovat.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ano, protože mě to obtěžuje. Vadí mi hloupost, nenávisť, naivita a krátkozrakost některých osob. Zvláště ve vysokých politických funkcích.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Neměním tak často názor, stojím si za svým.

Jak velkou hodnotu pro vás mají informace od jiných uživatelů?

Celkově pro mě nemají informace na sociálních sítích velkou hodnotu, pokud se nejedná o zdroje, kterým důvěřuji.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Trochu mě to štve a vím, že proti nim nelze účinně bojovat. Snažím se vyhýbat manipulativním obsahům tak, že zruším tlačítko sledovat nebo je ztiším.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Téměř žádnou. Záleží, zda má pro mě názor dané osobnosti nějakou váhu. Ve většině případů jde ale podle mě akorát o osobní pohled na situaci známé osobnosti. Nicméně každý může mít svůj názor, a to i nekvalifikovaný člověk.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nepřispívám, nemám to zapotřebí. Tedy pouze ve výjimečných případech, když chci někoho se stejným názorem podpořit nebo za něco poděkovat.

Rozhovor 2

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Mobilní aplikaci Minuta N, IN (Novinky.cz) a iDNES.cz. V televizi je za mě nejdůvěryhodnější zpravodajství na ČT1.

Proč jsou pro vás důvěryhodné?

Podle mých vlastních zkušeností poskytují tato média pravdivé informace, a navíc jsou pro mě nejvíce přístupné.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Internet, televize, rádio. Nejdůležitější je pro mě rychlá dostupnost a včasná aktualizace informací.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: seriózní, titulek 3: seriózní, titulek 4: seriózní, titulek 5: manipulativní.

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Ověřuji u více zdrojů.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Štvou mě, ale moc to neřeším.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Průběžně, moc často ne, spíše nahodile.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Neseriózní zprávy nevyhledávám, bulvár nekupuji a ani mě takové informace nezajímají.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ano, protože je to ztráta času. Z vlastních špatných zkušeností se snažím takovým informacím vyhýbat.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Nestává, důvěřuji svému zdravému rozumu a zmiňovaným informačním zdrojům.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Neřeším je. Reklamy a pro mě nežádoucí obsah zavírám a nevnímám ho.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Téměř žádnou.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nikdy se nezapojuji. Ani v případech, kdy jsem o tématu informovaná. V zásadě informace jen čtu a na odpovídání jsem velmi opatrná, protože podle mě každá reakce rozvíří další reakce.

Rozhovor 3

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Nejvíce důvěřuji České televizi a portálu Seznam.cz. Z osobností zase Alexanderu Vondrovi a Petru Pavlovi.

Proč jsou pro vás důvěryhodné?

Důvěřuji jim, protože je považuji za důvěryhodné na základě jejich minulosti a pravdomluvnosti.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Nejčastěji zprávy, které na mě vyskočí přímo z internetového vyhledávače Seznam.cz. Takže nejdůležitější je pro mě rychlá aktualizace zpráv.

Takže přímo Seznam Zprávy?

Ano, ale také ostatní zprávy, které se v tomto prohlížeči zobrazují.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: seriózní, titulek 4: seriózní, titulek 5: manipulativní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Nové informace porovnávám s těmi, o kterých jsem četl nebo slyšel v minulosti. Dále se dívám, co píší o stejném tématu ostatní média nebo se o tématu pobavím s přáteli.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Ignoruji je, nijak se jimi nezaobírám.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Velmi zřídka.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Takové informace nečtu. Neotvírám odkazy z neznámých zdrojů, protože mi to připadá zbytečné.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ne, jsem toho názoru, že každý názor je potřeba respektovat.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Vůbec, zatím jsem se s tímto případem neseťkal.

Jak velkou hodnotu pro vás informace od jiných uživatelů mají?

Jak jsem zmínil, respektuji názor každého. I přesto se ale nenechám ovlivnit a neměním své názory podle toho, co řeknou jiní.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Nijak, snažím se je jen ignorovat.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Naprosto žádnou. Takovou situaci považuji spíše za bulvár.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Do takových diskusí se občas zapojuji, ale jen v rámci okruhu mých přátel, kdy si sdělujeme různé pohledy na situaci. Nikdy bych si netroufl sdělovat názory veřejně.

Rozhovor 4

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Na základě svých vlastních zkušeností důvěřuji ČT24, Aktuálně.cz. Občas čerpám informace z Deníku N, webu A2, Echa24 nebo Seznam Zpráv.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Nejčastěji z ČT24, Aktuálně.cz, Seznamu. V poslední době také The Jerusalem Post. Nejdůležitějším kritériem zpráv je pro mě objektivnost a nezávislost, a to zejména u českých médií.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: seriózní, titulek 4: seriózní, titulek 5: seriózní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Pokud jde o informaci, která mě zajímá, ověřuji si její pravdivost i v dalších médiích. Někdy manipulátoři.cz.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Většinou nereaguji. Když mě něco zaujme a nejsem si zněním informace jistá, ověřuji zdroje na webu Demagog.cz a Manipulátoři.cz.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Pokud jde o informace na sociálních sítích, které mě zajímají, tak ověřuji v několika médiích, a to včetně zahraničních. Takovou kontrolu provádím asi jedenkrát týdně.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Selekcí některých zdrojů a také osob. Například zrušením sledování profilů, které sdílí dezinformace na Facebooku.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Naopak, snažím se kontakt neomezovat.

Proč?

Zajímají mě důvody, které vedou druhého k opačnému názoru. Byť s ním nesouhlasím, chci se aspoň dozvědět o jiném pohledu na situaci.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Neměním své názory na základě informací od ostatních uživatelů. Spíše potřebuji mít dostatek informací i z jiných zdrojů, a to například k případné změně názoru, kterou nevyklučuji.

Jak velkou hodnotu pro vás informace od jiných uživatelů mají?

Mají pro mě hodnotu, jelikož mi poskytují odlišnou perspektivu.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Jsem si algoritmů vědoma.

Snažíte se proti nim nějak bojovat?

Jak s nimi bojovat netuším. Celkově se snažím čas trávený na sociálních sítích omezovat.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Nepřikládám jim žádný význam, protože pro mě takové názory nejsou relevantní.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nikdy se nezapojuji do diskusí.

Rozhovor 5

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Někdy sleduji CNN Prima News, jinak upřednostňuji alternativní média.

Proč upřednostňujete alternativní média?

Protože podle mě nejsou mainstreamová média důvěryhodná. Nedávají prostor všem názorům a redaktoři často straní pouze určitým názorovým proudům. Taky uvádí dezinformace.

Co vás vede k názoru, že mainstreamová média uvádí dezinformace?

Mám schopnost čerpat i z cizojazyčných zdrojů, překládat a porovnávat různé články a informace. Tím je asi řečeno vše.

Z jakých cizojazyčných zdrojů čerpáte?

Jelikož učím ruštinu, tak zvládnou přečíst také ruské články. Čerpám z různých zdrojů, co najdu na internetu.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Jak jsem zmínila v první odpovědi, občas CNN Prima News a alternativní média. Samozřejmě se občas podívám i na to, co sdělují mainstreamová média, abych měla porovnání informací, dezinformací, lží a polopravd, které nám jsou podsouvány.

Existují nějaká média, která vůbec nečtete?

Nevyhledávám bulvární zprávy. To je podle mě zbytečné.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvár, titulek 2: seriózní-stalo se, šlo také o odvetu za odlišné názory a politiku Fica, titulek 3: seriózní-mohlo se stát, titulek 4: seriózní-EU plánuje spoustu nesmyslů, a to může být jeden z nich, to jsou ty plány EU, titulek 5: seriózní-je možné, že to izraelská armáda tvrdí.

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Sleduji různé zdroje, překládám si cizojazyčné texty a porovnávám.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Nijak, myslím si svoje.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Srovnáváním informací od různých zdrojů.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Nijak. Pokud jsem se z minulé zkušenosti přesvědčila o tom, že sdílí zdroj nepravdivé informace, tak od něho v budoucnu informace ani nečtu.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ne, protože mě pro mé osobní srovnání zajímají i další názory, se kterými nesouhlasím. Díky tomu sleduji, kam situace povede.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Dělám si názor výlučně na základě svých poznatků a zjištění. Sama sleduji různé zdroje a porovnávám.

Jak velkou hodnotu pro vás informace od jiných uživatelů mají?

Takřka žádnou.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Jelikož jsem schopná si vyhledat, co potřebuji, algoritmy mě nezajímají.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobností ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Každý ať se vyjadřuje k tomu, k čemu potřebuje. Odborné otázky pro mě mají relevanci jen v případě, že se k nim vyjadřují kvalifikovaní odborníci.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nepřispívám nikam. Nemám to zapotřebí, protože mám jiné starosti.

Rozhovor 6

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Pouze veřejnoprávní televizi. Z online prostředí například web ČTK.

Proč důvěřujete pouze veřejnoprávní televizi a webu ČTK?

Protože poskytují dlouhodobě spolehlivé a seriózní zpravodajství.

Informace tedy čerpáte především ze zmíněných zdrojů nebo také z jiných?

Ano, protože jsou nejspolehlivější. Informace od jiných zdrojů беру s rezervou.

Jaké zdroje máte na mysli?

Například sociální sítě, menší, a ne tolik známé webové stránky nebo různé diskuse na sociálních sítích a pod články. Na takové informace se nelze spoléhat.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: bulvární, titulek 4: seriózní, titulek 5: manipulativní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Ověřuji sledováním více zpravodajství

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Nijak, snažím se je přejít a nevímat si jich.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Faktickou kontrolu provádím minimálně. Celkově nedávám informacím na sociálních sítích velkou váhu a nepovažuji je za spolehlivý zdroj.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Nečtu je, v žádném případě je nesdílím ani nekomentuji. Neklikám na nesmyslné titulky.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ne, neomezuji kontakt s informacemi, i když s nimi třeba nesouhlasím.

Proč?

Protože chci znát různé pohledy na věc.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Moc často ne, spíše vůbec.

Jak velkou hodnotu pro vás informace od jiných uživatelů mají?

Mají pro mě minimální hodnotu. Důležitější jsou pro mě léta ověřené zdroje, ty jsou za mě nejspolehlivější.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Občas využiji funkce na Facebooku „skrýt“ na příspěvky, které pro mě nejsou zajímavé a relevantní.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Pokud se jedná o jednorázové vyjádření, považuji to za pouhý výkřik a má to pro mě minimální hodnotu. V případě, že jde o souvislejší aktivitu, přečtu si o postoji toho člověka víc.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Do diskusí se prakticky nezapojuji, protože na to nemám prostor.

Rozhovor 7

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Média nesleduji. Osobnosti ve veřejném prostoru často zastávají role, ke kterým nemají zralé kompetence. Je to hra. Nedá se to z mé strany nazvat jako nedůvěra, ale spíše nezáměr, osobní rozhodnutí o nezáměru. Investuji energii do témat, která souvisejí se mnou a kvalitou mého života, tedy s rodinou, vztahy, prací a zdravím.

Co tedy čtete a jakým informacím věnujete pozornost?

Odborné a populárně naučné literatuře. Ta je pro mě mnohem přínosnější než „populisticky hrané role“ s často osobními „pravdami“ na pozadí.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Kromě odborné a populárně naučné literatury čerpám informace prostým pozorováním a nasloucháním svému okolí. A to pozor, neplést si naslouchání s posloucháním. Klíčovým zdrojem je můj vlastní selský rozum a kritické myšlení. Chci informace spíše vytvářet, a ne se v nich utápět.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

K této otázce se nemá cenu vyjadřovat. Žijeme ve světě založeném na nabídce a poptávce. Tisk stejně jako internetový prostor nabízí téměř cokoli, k čemu se najdou příjemci. Ti pak bez posouzení širšího kontextu vytvářejí nefunkční „zkratky“ k rádoby funkčním názorům. Ve finále jde pouze o názory.

Co tím myslíte?

Reálně můžeme ovlivnit jen pár metrů čtverečních kolem sebe.

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Média nesleduji. Obraz světa se stále snaží někdo zprostředkovávat. Třeba média a ten, kdo píše. Osobně si obraz světa chci najít sám a nezprostředkovaně.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Nevěnuji jim svou pozornost. Podle čeho poznáte, že je obsah manipulativní nebo se jedná o dezinformace?

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Informacím ze sociálních sítí z 99 % nevěnuji pozornost. Já sám informace spíše vytvářím a na lidech je, aby se rozhodli věnovat jim čas a pozornost nebo ne.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Striktně si hlídám a reguluji čas strávený „životní omáčkou“. Život nabízí „prožitek“, svět nabízí informace. Ať se každý rozhodne, co ho více zajímá.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Obecně si hlídám množství informací, které ke mně přicházejí. Nebráním se ale také jiným názorům a běžně je integruji do svého obrazu světa. Tedy pokud jim rozumím a dávají mi smysl. Nepřijímám věci nekriticky a bez cenzury.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Opravdu se snažím čas na sociálních sítích velmi omezovat. Čas, energie a pozornost jsou příliš vzácné, než abych je věnoval něčemu, co nemohu ovlivnit. Často jde jen o společenskou debatu a na tu většinou nemám čas. Zajímá mě více hloubka než šířka a kvalita více než množství.

Co si myslíte o sociálních sítích?

Obečně si myslím, že sociální sítě lidem jen saturují a nahrazují biologické, psychologické a sociální potřeby, o jejichž zdroje jsme se sami připravili. Stále platí, že u ohně v kruhu, společně, v debatě, se cítíme vlastně fajn. Sociální sítě jsou jen náhražkou něčeho, co potřebujeme, protože jsme smečkoví tvorové. Ale je to jen iluze toho, co by mělo být opravdové. Toho, čeho jsme se vzdali.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Je mi to úplně jedno. Jen vím, že se to děje, a proto se sítím záměrně vyhýbám. Zřejmě se to dá označit za manipulativní a možná by to šlo žalovat u soudu. Měla by existovat ochrana ve veřejném prostoru. Je to forma zneužití dat.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Opírám se o vlastní úsudek, spoléhám na svůj selský rozum, informace cenzuruji. I když se můžu plést. Dnes je běžné, že je kdekdo odborník na kdeco a cítí se kompetentní k vyjadřování se. Je to vlastně směšné, svět je iluze, kterou vytváříme právě těmito řečmi. Myslíme si, že to je „ten“ život. Život ale začíná, až když se zastavíme a začneme vnímat sami sebe. Ale mohu se plést a nikomu tu myšlenku nevnučuji. Mně však funguje dobře.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nezapojuji se. Kecat umí každý. Dokonce je to zřejmě dnešní životní styl. Každého věc, jak si to udělá. Myslím si, že je iluzorní myslet si, že zapojením do nějaké diskuse mohu přispět ke kvalitě svého života nebo těch, kteří jsou pro mě důležití.

Rozhovor 8

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Nejvíce důvěřuji informacím na Facebooku.

Proč jsou pro vás důvěryhodné a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Nachází se tam prověřené zdroje i osobnosti, které informují. Nachází se zde také profily různých informačních webů a zdrojů, například ČT 24. Nejdůležitějším kritériem je pro mě rychlý a pohodlný přístup k informacím.

Jaké osoby považujete za důvěryhodné?

To nechci konkrétně uvádět.

Odkud nejčastěji čerpáte informace?

Informace z profilů médií na sociálních sítích, hlavně z Facebooku.

Jaká kritéria jsou pro vás nejdůležitější?

Rychlá aktualizace zpráv.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: seriózní, titulek 4: manipulativní, titulek 5: manipulativní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Čerpám z různých zdrojů a hledám souvislosti.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Takový druh obsahu ignoruji.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Průběžně kontroluji a srovnávám různé zdroje.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Nevyhledávám je, pokud na takový obsah narazím, přeskakují ho.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ano, nejsou pro mě důležité.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Zřídka kdy, záleží na důvěryhodnosti osob.

Jak velkou hodnotu pro vás informace od jiných uživatelů mají?

Ne velkou. Zajímají mě jen v případě, když pochází od odborníků na dané téma.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Nijak, snažím se je ignorovat.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Žádnou, protože to pro mě není relevantní. Zajímají mě jen názory kvalifikovaných osob.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nikdy se nezapojuji do diskusí. Na sociálních sítích pouze informace čerpám.

Rozhovor 9

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Zcela upřímně aktuálně netuším, čemu mohu ve veřejném prostoru věřit.

Co vás k tomuto názoru přivádí?

Zprávy si často protirečí a někdy se dokonce i v minulosti sdílená informace vyvrací. Člověk pak nemůže plně a trvale důvěřovat pouze vybranému zdroji.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Nejčastěji z internetu, kde je dostupné zpravodajství od různých institucí. Důležitá je pro mě tedy dostupnost informací, dále jejich aktuálnost a samozřejmě serióznost stránek.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: seriózní, titulek 4: manipulativní, titulek 5: seriózní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Zadám si zprávu do vyhledávače Google a hledám si o ní dodatečné informace.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Úsměvem. Snažím se nad tím povznést, co jiného může člověk udělat.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Pouze v případě, že mě informace zaujme. A to stejným způsobem jako u ostatních médií. Hledám o informaci další souvislosti.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Nesnažím se tomu předcházet. Po přečtení takovou zprávu ignoruji.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Víceméně ano, protože je to pro mě ztráta času.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Občas se stane, že změním názor pod tíhou ověřených informací. Pokud jsou informace relevantní a podložené, mají pro mě hodnotu, a to i od ostatních uživatelů sociálních sítí. V opačném případě nikoliv.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Nesouhlasím se sledováním aktivity mého vyhledávání, a proto se snažím nástrojům těchto algoritmů zamítnout povolení mě sledovat.

Jakým způsobem zamítáte povolení vás sledovat?

Použitím nástrojů na ochranu soukromí, odmítnutím cookies a nastavením soukromí na mém Facebook profilu.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobnosti ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Žádnou, pouze se nad tím lehce pousměji. Vždy dávám přednost názoru kvalifikovaného odborníka před výroky celebrit.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

V těchto diskusích nepřispívám. K věcem, kterým nerozumím se nevyjadřuji. A to ani nahlas, ani potichu.

Rozhovor 10

Jaká konkrétní média, zdroje informací nebo osobnosti z veřejného prostoru považujete za důvěryhodné?

Nejvíce důvěřuji osobnostem, protože moc dobře ví, o čem mluví a mají přehled.

Jakým například?

Třeba těm, které přispívají na web Blogosvět.cz.

Odkud nejčastěji čerpáte informace a jaká kritéria zvažujete při výběru zdrojů?

Většinou od partnera a mých příbuzných. Taky v televizi ze CNN Prima News nebo různě na internetu.

Pod jakým z uvedených titulků se podle vás ukrývá seriózní, manipulativní a bulvární zpráva?

Titulek 1: bulvární, titulek 2: manipulativní, titulek 3: bulvární, titulek 4: manipulativní, titulek 5: manipulativní

Jakými způsoby ověřujete pravdivost informací získaných prostřednictvím médií, odkud běžně informace nečerpáte?

Nijak, čtu různé informace a spoléhám na jejich pravdivost.

Jak reagujete na dezinformace nebo manipulativní obsah na sociálních sítích?

Takový obsah nevyhledávám.

Jak často provádíte faktickou kontrolu informací, se kterými se setkáváte na sociálních sítích, a jakými způsoby to děláte?

Neprovádím, pouze se o informacích bavím s přáteli, rodinou a sbírám jejich názory.

Jak se snažíte předcházet tomu, abyste se setkávali s dezinformacemi a nepravdivým obsahem na sociálních sítích co nejméně?

Snažím se tomu vyhýbat a neřešit to.

Snažíte se omezovat kontakt s informacemi, které jsou v rozporu s vaším názorem?

Ne, protože díky tomu získávám různé pohledy na téma.

Jak často se stává, že změníte svůj postoj na základě informací od ostatních uživatelů na sociálních sítích?

Zřídka kdy, záleží na důvěryhodnosti osoby.

Jak se stavíte k algoritmům sociálních sítí, které určují, jaký obsah se vám zobrazuje?

Algoritmy ignoruji, sociální sítě neřeším.

Jakou hodnotu přikládáte názorům nedostatečně kvalifikovaných, ale ve společnosti známých osobností? Například když se vyjadřuje k otázkám týkajících se zdravotnictví osobností ze zábavního prostředí (divadlo, film, hudba, sport).

Takovým názorům nepřikládám žádnou váhu. Spoléhám pouze na názory kvalifikovaných osob.

Jak často přispíváte vy sami svými názory do diskusí na téma, o kterém nejste dostatečně informovaní?

Nepřispívám a na internetu už vůbec ne, pouze se o aktuálních tématech bavím se známými.