



Zdravotně  
sociální fakulta  
Faculty of Health  
and Social Sciences

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

**Dezinformace, konspirační teorie, mediální manipulace  
a sociální práce v České republice**

## **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Studijní program: **SOCIÁLNÍ PRÁCE**

**Autor:** Marie Holátová

**Vedoucí práce:** PhDr. Salim Murad, Ph.D.

České Budějovice 2024

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci s názvem *Dezinformace, konspirační teorie, mediální manipulace a sociální práce v České republice* jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby bakalářské práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé bakalářské práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 29. 4. 2024 .....

## **Poděkování**

Touto cestou bych chtěla poděkovat panu PhDr. Salimu Muradovi, Ph.D. za vedení bakalářské práce a za cenné rady a podněty. Dále děkuji zúčastněným respondentům za zapojení do výzkumu. A v neposlední řadě i své rodině za motivaci a trpělivost během celého studia.

# **Dezinformace, konspirační teorie, mediální manipulace a sociální práce v České republice**

## **Abstrakt**

Média jsou nedílnou součástí našich životů a jsou i místem, kde se objevují různá nepravdivá tvrzení, která se nás snaží ovlivnit.

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou dezinformací, konspiračních teorií a mediální manipulace ve spojitosti se seniory, a to pohledem sociálních pracovníků, kteří s nimi pracují.

Teoretická část obsahuje dvě kapitoly. První se soustředí na vymezení pojmů dezinformace, konspirační teorie, hoax, fake news, manipulace a propaganda. Druhá kapitola se věnuje převážně médiím, mediální gramotnosti a seniorům.

Praktická část zkoumá, odolnost seniorů proti mediálním manipulacím a jak se projevuje, a zda sociální pracovníci prošli školením mediální gramotnosti a jestli se sami cítí být mediálně gramotní.

Pro praktickou část byl zvolen kvalitativní výzkum. Data byla sbírána metodou dotazování, které proběhlo technikou polostrukturovaného rozhovoru. Rozhovory byly zakódovány otevřeným kódováním. Kódy byly následně rozděleny do kategorií. Výzkumným souborem byli sociální pracovníci, kteří pracují se seniory.

Téma mediální manipulace mi přijde důležité, protože v dnešní době mají skoro všichni lidé přístup k médiím a internetu, a manipulátoři to vědí a zlepšují se v jejich používání, tak abychom jim uvěřili.

Výsledky výzkumu přinášejí pohled na dezinformace a mediální manipulaci se spojení se seniory, kteří jsou klienty sociálních služeb.

## **Klíčová slova**

dezinformace; mediální manipulace; mediální gramotnost; senioři; sociální pracovník

# **Disinformation, conspiracy theories, media manipulation and social work in the Czech Republic**

## **Abstract**

The media is an integral part of our lives and is also a place where various false claims are made in an attempt to influence us.

This bachelor's thesis explores the issues of misinformation, conspiracy theories and media manipulation in relation to the elderly through the eyes of social workers who work with them.

The theoretical part contains two chapters. The first focuses on defining the terms disinformation, conspiracy theory, hoax, fake news, manipulation and propaganda. The second chapter focuses mainly on the media, media literacy and the elderly.

The practical part explores seniors' resilience to media manipulation and how it manifests itself, and whether social workers have received media literacy training and whether they themselves feel media literate.

Qualitative research was chosen for the practical part. The data was collected through a survey method, which was conducted using a semi-structured interview technique. The interviews were open coded. The codes were then categorized. The research population was social workers who work with the elderly.

I find the topic of media manipulation important because nowadays almost all people have access to media and the internet, and manipulators know this and are getting better at using it so that we believe them.

The results of the research provide insight into misinformation and media manipulation with connections to seniors who are clients of social services.

## **Key words**

disinformation; media manipulation; media literacy; seniors; social worker

## Obsah

Úvod.....	8
1 Teoretické vymezení pojmů.....	9
1.1 Dezinformace.....	9
1.2 Konspirační teorie.....	11
1.3 Hoaxy.....	12
1.4 Fake news.....	13
1.5 Manipulace.....	14
1.6 Propaganda.....	15
2 Média a mediální gramotnost.....	17
2.1 Média.....	17
2.1.1 Definice médií.....	17
2.1.2 Sociální pracovníci a digitální gramotnost.....	17
2.2 Vliv médií.....	18
2.2.1 Média a pozornost.....	18
2.2.2 Obraz sociální práce v médiích.....	19
2.3 Definice a význam mediální gramotnosti.....	19
2.3.1 Mediální výchova.....	19
2.3.2 Mediální gramotnost.....	20
2.3.3 Kritické myšlení.....	21
2.4 Senioři a média.....	22
2.4.1 Senioři.....	22
2.4.2 Senioři a informační technologie.....	22
2.5 Rozvoj mediální gramotnosti.....	23
3 Cíl práce a výzkumné otázky.....	25
3.1 Cíl práce.....	25

3.2	Výzkumné otázky.....	25
4	Metodika.....	26
4.1	Metodický postup.....	26
4.2	Výzkumný soubor.....	26
4.3	Realizace výzkumu.....	27
4.4	Etika výzkumu.....	27
4.5	Technika analýzy dat.....	28
5	Výsledky výzkumu.....	29
5.1	Charakteristika výzkumného souboru.....	29
5.2	Kategorie 1 – Mediální gramotnost seniorů.....	30
5.3	Kategorie 2 – Zdroje informací seniorů.....	34
5.4	Kategorie 3 – Mediální gramotnost sociálních pracovníků.....	37
5.5	Kategorie 4 – Zdroje informací sociálních pracovníků.....	39
6	Diskuse.....	43
7	Závěr.....	47
8	Seznam použitých zdrojů.....	48
9	Příloha.....	52
9.1	Otázky na polostrukturovaný rozhovor.....	52
10	Seznam obrázků a tabulek.....	54

## Úvod

Pro svou bakalářskou práci jsem si vybrala téma dezinformací a mediální manipulace ve spojitosti se seniory. S dezinformacemi se v našem běžném životě setkáváme stále častěji a senioři jsou jednou ze skupin, kteří jimi mohou být snadněji ovlivněni.

Cílem bakalářské práce je popsat současný stav u vybraného segmentu sociální práce z pohledu sociálních pracovníků pracujících se seniory.

Práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část je rozdělena na dvě kapitoly. První kapitola obsahuje vymezení pojmů dezinformace, konspirační teorie, hoax, fake news, manipulace a propaganda. Druhá kapitola se věnuje hlavně seniorům, médiím a popisu mediální gramotnosti. Praktická část se zabývá zkoumáním odolnosti seniorů proti mediální manipulaci a jak se mediální gramotnost či negramotnost u seniorů projevuje, a dále zda sociální pracovníci prošli školením mediální gramotnosti a jestli se sami cítí být mediálně gramotní.

Pro realizaci praktické části byl zvolen kvalitativní výzkum. Sběr dat proběhl metodou dotazování, které se uskutečnilo technikou polostrukturovaného rozhovoru. Rozhovor obsahoval 22 standardizovaných otázek, které jsou k dispozici v příloze 1 „Otázky na polostrukturovaný rozhovor“.

Respondenty byli sociální pracovníci z různých zařízení a krajů. Ve všech zařízeních jsou klienty senioři, na něž jako skupinu byl výzkum zaměřen.

Rozhovory byly posléze zpracovány otevřeným kódováním. Jednotlivé kódy byly přiřazeny do kategorií. Ty byly zpracovány do obrázků, které jsou prezentovány ve výsledcích výzkumu.

Doufám, že tato bakalářská práce pomůže ke zvýšení povědomí o dezinformacích, mediální manipulaci a důležitosti mediální gramotnosti nejen u seniorů a sociálních pracovníků, ale u celé veřejnosti.



# 1 Teoretické vymezení pojmů

## 1.1 Dezinformace

Dezinformace je zavádějící informace určená k ovlivnění úsudku a názorů jednotlivce, skupiny lidí nebo celé společnosti (Nutil, 2019). Řadíme ji mezi druhy klamání, kam patří například i lež, přetvářka a podvod (Verner, 2011).

Je základní stavební jednotkou fake news a obvykle má politický kontext (Černocho, 2022). Je také velmi efektivním nástrojem propagandy (Gregor a Vejvodová, 2018).

*Dezinformacím také častěji věří lidé, kteří nedůvěřují systému, institucím, politikům či médiím* (Struhárik, 2022, s.66).

Samotné slovo „dezinformace“ pochází z ruského slova „dezinformatsiya“ (Gregor a Vejvodová, 2018).

Reifová et al. (2004) definuje dezinformaci jako záměrně nesprávnou nebo zkreslenou informaci tajně vloženou do informačního systému oponenta s cílem ovlivnit jeho názory či aktivity žadáním směrem. Aby se jí to podařilo, je třeba, aby byla uvěřitelná a z části založena na důvěryhodných informacích (Gregor a Vejvodová, 2018).

Záměrné šíření nepravdivých informací (obvykle vládní agenturou) za účelem ovlivnění domácího a mezinárodního veřejného mínění považuje Boese (2019) za dezinformační kampaň. Ta je úspěšná, pokud se dostane do mainstreamových médií, kde má větší dosah a mnohé lidi přesvědčí či zvyklá (Gregor a Vejvodová, 2018).

Klára Šimáčková Laurenčíková, vládní zmocněnkyně pro lidská práva, v rozhovoru pro iRozhlas řadí do zranitelných skupin, na které mají manipulace a dezinformace silný vliv, děti, seniory a lidi se zdravotními handicapami (Kroc a Stuláková, 2023).

Podle Struhárika (2022) si západní svět uvědomil ničivou sílu dezinformací, které jsou v novém mediálním prostředí velmi účinné a vlivné, v roce 2016. Za příklady uvádí americké prezidentské volby, které vyhrál Donald Trump, a referendum o vystoupení Velké Británie z Evropské unie.

Ve výzkumu Národního institutu SYRI pro zpravodajský web Českého rozhlasu je česká společnost rozdělena na osm skupin lidí podle jejich vztahu k dezinformacím.

Tento vztah ovlivňuje důvěra ve vládu či média. Počet silných odpůrců konspirací je 17 %. Oproti tomu silných příznivců je přibližně 6 %. Další skupiny příznivců se lišily podle jejich zaměření na migraci nebo covid-19 (Pika a Cibulka, 2023).

Právě nedůvěra v politický systém a státní instituce je klíčová při otevírání se jedince různým konspiracím a dezinformacím. Proto by úkolem společenských věd mělo být chránit důvěru v systém, který je podkopáván alternativními zdroji informací a decentralizovanou komunikací (Bělohradský, 2024).

*Dezinformace ...může vytvářet prakticky kdokoli a za minimální náklady může oslovit rozsáhlé publikum. Změnila se i rychlost šíření, cena produkce nepravd a možnosti jejich cílení.* (Struhárik, 2022, s. 62).

Dezinformace pak můžeme dělit na aktivní, která byla vytvořena záměrně, a pasivní, to jest pokud dezinformace vznikla utajením, zdržením či upravením dat (Verner, 2011).

Reifová et al. (2004) řadí dezinformace mezi nástroje tzv. černé propagandy. Ta dále pracuje s polopravdami a skandalizací. Gregor a Vejvodová (2018) se s Reifovou et al. (2004) shodují na znacích úspěšných dezinformací. To jsou:

- dezinformace vychází z pravdivých pramenů
- je přizpůsobena kulturnímu kontextu
- k publiku se dostane více kanály

Dle Struhárika (2022) na problém dezinformací upozorňují zpravodajské služby. Kupříkladu Bezpečnostní informační služba ve své výroční zprávě za rok 2020 upozornila, že dezinformace ohrožují demokratické základy státu, podporují rezignaci společnosti a omezují schopnost státu efektivně komunikovat strategické otázky.

Nejvíce ohrožené dezinformacemi jsou dle Kláry Šimáčkové Laurenčíkové, vládní zmocněnkyně pro lidská práva, děti z rodin, kde rodiče nejsou schopni ani ochotni poskytnout svým dětem podporu, vysvětlit jim veřejné dění a naučit je rozlišovat mezi pravdivými a nepravdivými informacemi. Za další ohrožené skupiny považuje děti s křehčí psychickou stabilitou, které byly již zasaženy náročnými roky s covidem, a seniory, kteří se hojně setkávají s řetězovými e-maily, a dokonce je sami někteří i dál šíří (Kroc a Stuláková, 2023).

## 1.2 Konspirační teorie

Konspirační teorie nám vysvětlují různé události, tím že u nich předpokládají spiknutí skupiny osob, ačkoli tyto události by se daly vysvětlit jinak, nějakou pravděpodobnější možností (Černocho, 2022). Základním kamenem je pro ně víra lidí, že naše životy jsou ovládnány někým jiným nebo že nám někdo o jistých událostech lže (Gregor a Vejvodová, 2018).

Mezi znaky konspiračních teorií patří jejich spekulativní charakter. Jsou více založeny na domněnkách a mlhavých odhadech než na důkazech a faktech (Cassam, 2020).

Lidé se ke konspiračním teoriím uchylují, protože je lidskou přirozeností hledat v okolním světě vzorce, které nám pomáhají vysvětlit svět kolem nás, a tak když nevíme, tak si vzorec vymyslíme a vysvětlíme podle sebe (Gregor a Vejvodová, 2018)

Na jednu stranu, existují teorie, které nám připadají neškodné, kupříkladu že Země je ve skutečnosti placatá. Na druhou stranu, jsou i takové, které mají na svědomí lidské životy, třeba nepravdivé informace o škodlivosti očkování (Černocho, 2022).

Lidé mají v povaze si z dostupných informací a možných vysvětlení vybrat ty, které podporují jejich vlastní názor, a naopak ty, které se s názorem nesházejí, mají ve zvyku ignorovat a podcenit (Gregor a Vejvodová, 2018).

Někteří lidé hledají v konspiračních teoriích osobní smysl. Chtějí se odlišit od ostatních, být výjimeční. Chtějí si říct: „Vím věci, které ostatní nevědí.“ (Černocho, 2022).

Cassam (2020) ve své knize Konspirační teorie zmiňuje studii, která uvádí, že konspirační teorie jsou škodlivé jak pro společnost, tak pro jednotlivce. Jejich tvůrci jsou dle studie často svobodní muži s nízkým vzděláním žijící v domácnostech s nižším příjmem, kteří svou pozici ve společenském žebříčku také vnímají nízko.

Pro některé lidi je víra v konspirační teorii, která vysvětluje události spiknutím osob, alternativou pro náboženství, protože je pro lidi snazší věřit, že jejich problémy způsobil někdo jiný než přiznat, že udělali chybu či se jedná o nepřízeň osudu (Gregor a Vejvodová, 2018).

Funkcí konspiračních teorií je propagovat politický cíl. Jsou totiž formou politické propagandy. Propagandou jsou, i když je o nich jejich šířitel upřímně přesvědčen, že jsou pravdivé (Cassam, 2020).

Dle tiskové zprávy STEM (2021) 46 % občanů uvěřilo minimálně jednomu z vymyšlených politických útoků, které se v roce 2021 objevovaly na konspiračních serverech v období před volbami. Nejvíce lidí zaznamenalo útoky proti Pirátské straně týkající se tématu migrace. Takovými útokům věří lidé bez ohledu na věk nebo socioekonomickou skupinu. Mírně imunní jsou pouze mladí lidé s vysokoškolským vzděláním. Důvěra ve falešné zprávy velmi souvisí s pocitem, že si jich společnost neváží a nenaslouchá jim.

Existují i konspirační teorie bez politického obsahu nebo jen s jeho minimem (Cassam, 2020).

Obecně platí, že přesvědčování zastánců konspiračních teorií vyžaduje trpělivost, logické argumenty a mít podložené zdroje informací. Lidem, kteří konspiracím věří je třeba se věnovat důkladně, upravit pro ně jazyk a důležité informace jim sdělovat opakovaně (Gregor a Vejvodová, 2018).

### **1.3 Hoaxy**

Gregor a Vejvodová (2018) považují hoaxy za poplašné a ve většině případů zcela zbytečné řetězové zprávy, jejichž hlavním znakem je navádění jedince k jejich rozesílání a sdílení.

Černoch (2022) popisuje hoax jako úmyslný podvod vydávaný za pravdu, který vyvolává paniku a strach. Může se jednat i o poplašnou zprávu či mystifikaci.

Hoaxy se snaží zaujmout tím, že povětšinou obsahují poutavé a nějakým způsobem vyhrocené emotivní téma a k tomu případně i dramatický popis událostí. Další možností je využití principu autority, kdy se zaštiťují nějakými známými osobnostmi, velkými firmami či anonymními experty a vědci (Nutil, 2019).

Hoaxy se nejčastěji šíří pomocí e-mailů a sociálních sítí (Gregor a Vejvodová, 2018).

Odborníci z Psychologického ústavu AV ČR a z Masarykovy univerzity zjistili, že rozhodnutí lidí, zda se nechat očkovat proti covidu-19 je významně ovlivněno

politickým smýšlením daného člověka. Dle jejich zjištění se téměř 90 % Čechů, kteří se cítí být součástí demokratické Evropy, očkovat nechalo. Lidí se zcela opačným názorem je očkováno přibližně 53 %. Ti dle výzkumu také desetkrát častěji věří hoaxům (Černoch, 2022).

Sklouznout k intuitivnímu stereotypnímu vidění světa se dá velice snadno, když se necháme unést prvotní emocí, kterou v nás hoax vyvolá a nezamyslíme se nad obsahem daného sdělení. To ovlivňuje i nízká mediální gramotnost, kdy se stále mnoho lidí neorientuje v médiích a nedokáže posoudit relevanci zdroje, z kterého informace pochází (Nutil, 2019).

Přeposílání hoaxu může zavinit zneužití osobních údajů, protože lidé nechají ve zprávě všechny předešlé příjemce, díky čemuž se vytvoří seznam e-mailových adres kolující internetem (Gregor a Vejvodová, 2018). *Identifikovat přeposílací hoax není těžké. Téměř vždy totiž obsahuje nějakou variaci na větu: Přepošlete tuto zprávu všem svým známým* (Boese, 2019, s. 131).

Z průzkumu z roku 2021, který se zaměřuje na důvěryhodnost médií, plyne, že dezinformacím a smyšleným zprávám na internetu nejvíce věří senioři. Dále bylo zjištěno, že lidé ve věku 60 let a více příliš nedůvěřují tradičním zdrojům informací. Tento průzkum se ptal seniorů kupříkladu na rizika a přínosy vakcíny proti covidu. Správně odpovědělo pouze 32 % respondentů. Více než polovina uvedla, že neví. U dalšího tvrzení 43 % seniorů odpovědělo správně, že tvrzení o škodlivosti respirátorů jsou nepravdivá (Vrlák, 2021).

#### **1.4 Fake news**

Fake news jsou záměrně vytvořené falešné zprávy, které spojují dohromady několik dezinformací (Černoch, 2022). *Mohou šířit lživé obvinění, strach, nenávisť a podpalovat ve společnosti extremistické tendence* (Gregor a Vejvodová, 2018, s. 47).

Hojně využívají společenské stereotypy, zjednodušený výklad světa nebo zneužijí velké téma, které rezonuje celým světem. Obzvláště nebezpečné je vložení kousíčků pravdy do jinak zcela nepravdivé a manipulativní zprávy (Poznáte fake news?, 2021).

Falešné zprávy tu byly vždycky. Změnily se však kanály, kterými se šíří. Existence internetu a vznik sociálních sítí daly šíření falešných, zmanipulovaných a nepřesných

zpráv nový rozměr. Obsah, ať už pravdivý, nebo nepravdivý, může nyní vytvářet kdokoli, kdykoli, bez nutnosti financování a především bez nutnosti ověřování informací (Poznáte fake news?, 2021).

Společnost Socialbakers, která se věnuje analytice sociálních sítí, vydala v únoru 2017 výsledky průzkumu, kde se ukazuje, že fake news jsou z 87 % odkazy, v 10 % fotografie a ve 3 % se jedná o dezinformační videa (Fake news jsou jako miny. Když vybuchnou, je zle, říká expert na sociální sítě, 2017).

Fake news, které se soustředí na zdravotní péči mohou mít mimořádně nebezpečný účinek. To nám ukazuje případ z roku 1998, kdy britský doktor Andrew Wakefield se svými dvěma kolegy zveřejnil studii, že vakcína proti příušnicím, spalničkám a zarděnkám (tzv. MMR) způsobila u některých dětí autismus. Lékařští experti zjistili, že se tato studie zakládala na podvodných a zavádějících údajích. I další studie Wakefieldova týmu byla shledána falešnou. Ta tvrdila, že existuje souvislost mezi vakcínou proti viru spalniček a autismem. Pozdější studie prokázali, že MMR vakcíny jsou bezpečné a autismus nezpůsobují. Mezi rodiči ale obava z očkování zůstala. Protože některé děti s autismem dostaly MMR vakcínu, tak si část rodičů myslela, že mezi tím existuje souvislost (Allen, 2020).

## **1.5 Manipulace**

Manipulace je nepřiznané ovlivňování vědomí lidí, zejména prostřednictvím médií, s úmyslem systematicky a cíleně kontrolovat a utvářet jejich vědomí, myšlenky a pocity (Reifová et al., 2004). Ovlivňování může být zřejmé, obvykle je však skryté a vede k naplnění cílů propagandy (Verner, 2011).

Když s námi někdo manipuluje, tak nám chce zabránit ve vytvoření si vlastního názoru a chce rozhodnout za nás (Gregor a Vejvodová, 2018).

Manipulace je pokládána za nejúčinnější formu donucení, protože je donucením skrytým, takže nevyvolává nesouhlas manipulované osoby a ta si ani neuvědomuje, že je s ní manipulována (Reifová et al., 2004).

Lidi lze poměrně snadno ovlivňovat, přesvědčovat a manipulovat s nimi, pokud jsou předkládané argumenty jednoduché, jasné a na první pohled srozumitelné (Verner, 2011).

Manipulace je úmyslná, ale někdy i neúmyslná snaha ovlivnit myšlení druhých pomocí podvodného chování k dosažení svých cílů (Lokaj et al., 2014).

Jednou z jednoduchých forem manipulace je svalování viny na někoho jiného. Manipulátor přesvědčí veřejnost, že za aktuální problémy ve společnosti může jistý jedinec či nepohodlná skupina (instituce, organizace). Známým příkladem je nacistické Německo, které označilo za strůjce veškerého zla Židy, a dále i komunisty, kteří bojovali proti rozšíření imperialismu a kapitalismu a za původce zla označili buržoazii (Gregor a Vejvodová, 2018).

## **1.6 Propaganda**

Propaganda je záměrné šíření ideologických podnětů informačního, regulačního nebo stimulačního charakteru, jehož cílem je dosáhnout chování slučitelného s šířenou ideologií (Verner, 2011).

Jednou z forem propagandy je reklama. Jedná se o placenou formu, která danou věc prezentuje v pozitivním světle či nabízí zboží, služby nebo ideje (Verner, 2011).

Gregor a Vejvodová (2018) uvádějí dělení propagandy, které vychází z reality, zda je možné určit její zdroj. Propaganda, která působí na veřejné mínění či něco propaguje za použití pravdivých a objektivních informací, se nazývá bílá. To může být kampaň, která vybízí lidi k očkování. Protipólem k bílé propagandě je pak černá propaganda, která využívá polopravdy, dezinformace a skandalizaci, která má soupeři ublížit. Její zdroje jsou úplně falešné nebo alespoň úmyslně zavádějící. V minulosti se hojně využívala během druhé světové války, v dnešní době jsme si jí mohli všimnout během amerických prezidentských voleb v roce 2016. Třetím typem je šedá propaganda, která objektivně prezentuje své argumenty, které bývají založené na pravdě, ovšem jejich původní zdroj nemusí být zcela očividný. Zprostředkovatelem, který ji šíří, bývají neutrální média.

Dále lze propagandu dělit na komerční a politickou nebo případně na mírovou a válečnou (Verner, 2011).

Černá propaganda se využívá k „démonizaci nepřítele“. Jakmile obyvatelstvo uvěří, že se nepřítel připravuje na válku, mírový dialog s nepřítelem již není možný a jediným způsobem řešení neshod v ideologickém a materiálním prostoru společného světa je násilný konflikt, jehož dosažení bylo záměrem (Verner, 2011).

*Čtyři zásady lidové propagandy: srozumitelnost pro nejširší masy, emoční oslovení, apel na představitost, opakování sdělení (Verner, 2011, s. 44).*

Pokud osoba šíří fake news, ke které se vztahují ideologické a politické implikace, a zcela upřímně jim věří, jedná se o neúmyslnou propagandu (Cassam, 2020).

Verner (2011) mezi předpoklady úspěšné propagandy řadí mimo jiné:

- stanovení cílové skupiny (dle věku, vzdělání, předpokládané emoční citlivosti...)
- vybrání vhodného mediálního prostředku k oslovení dané cílové skupiny (rozhlas, televize, plošná reklama...)
- vyvolání zájmu o cíl
- vyvolání a udržení pozornosti
- volba účinných metod a nositelů propagace
- využití žádoucí reakce cílové skupiny (poukázání na reakci jejím zveřejněním)



## 2 Média a mediální gramotnost

### 2.1 Média

#### 2.1.1 Definice médií

Reifová et al. (2004) uvádí, že médium je prostředkem komunikace, který se většinou vykytuje v provedení mediální organizace, která veřejně dostupně šíří normalizované zprávy, vytvořené mediálními profesionály, k početnému publiku. Takovou komunikaci označujeme za interpersonálně nepřímou.

Duignan (2024) praví, že masmédia jsou typy masové komunikace, kdy oslovujeme velký počet lidí a mezi masmédia dle něj patří:

- tisk
- rozhlas
- televize
- filmy
- videa
- audio nahrávky
- internet

Postavení médií ve společnosti vždy závisí na kvalitě kultury dané společnosti a jejich hodnotách, v jejichž mezích se mezilidská komunikace odehrává. V nejobecnější rovině lze říct, že média ve společnosti mohou potvrzovat současné společenské hodnoty (tj. mít stabilizační roli). Za určitých okolností ovšem mohou být pro společenské hodnoty destruktivní, dále je mohou pomoci přeměnit a prosadit nebo vytvářet hodnoty zcela nové. To ve velké míře závisí na tom, jaké jednání je médiím přisuzováno ze strany náležité společenské kultury, protože média takováto hodnocení chápou jako podnět k zaměření své činnosti (Jirák, 2006).

### *2.1.2 Sociální pracovníci a digitální gramotnost*

Vzdělávací instituce v oblasti sociální práce ví, že organizace sociálních služeb používají sociální média k propojení s veřejností, a tak by měli budoucí sociální pracovníky vybavit potřebnými dovednostmi, aby se v sociálních médiích během své praxe efektivně orientovali (Zgoda a Shane, 2018).

Nejlepší možností je začlenit předmět zaměřující se na digitální gramotnost do učebního plánu na bakalářské, případně magisterské úrovni, tím by se zaručilo, že absolventi budou mít odpovídající dovednosti pro používání digitálních technologií, než kdyby tento předmět byl jenom volitelný (Zgoda a Shane, 2018).

## **2.2 Vliv médií**

### *2.2.1 Média a pozornost*

Prokop (2022) říká, že média mají zásadní vliv na naše postoje k jevům, s nimiž nemáme přímou zkušenost.

Média nejsou natolik mocná, aby veřejnosti určovala, co si má myslet, avšak jsou natolik zdatná, že mohou ovlivnit o čem má veřejnost přemýšlet nebo mluvit (Táborský, 2020). Mimořádnou pozornost na sebe strhávají témata, která můžeme označit jako 3S – strach, smrt a sex (Nutil, 2020).

Nutil (2020) popisuje pojem heuristická dostupnost, to znamená, že některá témata dostanou od médií více pozornosti než jiná nebo také to, že objektivita je relativní, protože komerční zpravodajství je založené na schopnosti vyvolat emoce, pobavit a šokovat, místo na fakticitě.

Pomocí médií se dá ovlivnit vědomí lidí, formování jejich myšlenek a pocitů. Manipulací pak lze informace zkreslit, zadržet či neadekvátně doplnit (Reifová et al., 2004). Odborníky v této oblasti jsou dle Alvarové (2022) Rusové, kteří se dlouhodobě věnují ovlivňování lidí za pomoci propagandy a trolich farem.

Klára Šimáčková Laurenčíková, vládní zmocněnkyně pro lidská práva, považuje šíření lží za obzvlášť nebezpečné, protože v dnešní době se dá informace pomocí technologií a online médií dostat k velkému množství lidí opravdu velmi rychle (Kroc a Stuláková, 2023).

Je důležité si uvědomit, že masově produkováný mediální obsah je především zbožím, účelem jeho produkce je zisk a tak by měl být také vnímán (Nutil, 2020).

V dnešních demokratických režimech nenalezneme žádnou velkou cenzuru informací a ty se tak mohou skrze sítě neomezeně šířit dál. Nekritický konzument pak může snadno zaměnit informace od odborníků s emocemi podloženými informacemi laiků. To je problém, když autoři takových informací šíří kromě svých názorů, vědomě nebo nevědomě, i dezinformace či hoaxy, které se prezentují jako pravdivé, a následně pak ovlivňují veřejné mínění (Nutil, 2020).

### *2.2.2 Obraz sociální práce v médiích*

Velký počet lidí se nikdy v životě nedostane do přímého kontaktu se sociálním pracovníkem (Šveřepa, 2005). Média tak mají významnou roli na vytváření představ o sociální práci u široké veřejnosti. Ty většinou upozorňují na nedostatky, přitom média jsou vhodná pro zvyšování povědomí veřejnosti o sociálních problémech (Westwood, 2013).

Šveřepa (2005) uvádí, že lidé mají sklon považovat to, co je uvedeno ve zprávách, za skutečný obraz události, ačkoli pracovníci v médiích určují, které zprávy a v jakém podání se ve zpravodajství objeví. Jedním z podstatných faktorů je časové ohraničení události, tedy aby událost měla očividný začátek a konec. Obvyklé činnosti sociálních pracovníků jsou dlouhodobé, a proto jsou z hlediska zpravodajství málo zajímavé. Dále autor zmiňuje faktor jednoduchosti. Média snadněji popíší jednoduchou a jasnou událost. Kvůli tomu snáz informují o případech, kdy sociální pracovníci selhali, než aby popisovali běžnou činnost sociálních pracovníků a jejich úspěchy.

## **2.3 Definice a význam mediální gramotnosti**

### *2.3.1 Mediální výchova*

Mediální výchova je proces, jehož cílem je získání mediální gramotnosti. Rámcový vzdělávací program specifikuje, že základní úroveň mediální gramotnosti, kterou by se měl žák obohatit, obsahuje získání základních znalostí o funkcích a společenské roli současných médií, dále schopnost analyzovat sdělení a posoudit jejich důvěryhodnost, a také zvolit si z jakých medií bude informace čerpat (Kaderka, 2019).

Kvůli nárůstu dezinformací kolujících ve veřejném prostoru, vzrostl zájem škol o výuku mediální výchovy. Jednotná koordinace na úrovni školy a podpora státu zatím ale chybí. Dle průzkumu Stav mediálního vzdělávání na základních a středních školách, kterého se zúčastnilo téměř 400 ředitelů a ředitelky a přes 600 vyučujících mediální výchovy na základních a středních školách, vyplývá, že v mnoha školách se mediální výchova vyučuje podle koncepce jednotlivých učitelů, kteří si vytvářejí vlastní plány. Za hlavní důvod nedostatečné pozornosti věnované mediální výchově ve školách považují respondenti ve větší míře školní vzdělávací programy. Učební osnovy vyžadují, aby se učitelé zabývali velkým množstvím látky, a neumožňují věnovat dostatek času průřezovým tématům (JSNS, 2023).

Překážky v mediální výuce vidí respondenti průzkumu v nejistotě vyučujících, která pramení z nedostatku znalostí a dovedností potřebných pro výuku mediální výchovy, dále v neúčasti na vzdělávacích akcích zaměřených na související témata a nedostatek kvalitních materiálů, které by se daly při výuce použít, a tak si vyučující často připravují materiály sami. V neposlední řadě způsobuje obtíže nepochopení médií, která žáci využívají, ze strany vyučujících, a že celkově není mediální výchova považována v českém školství za významné téma (JSNS, 2023).

### *2.3.2 Mediální gramotnost*

Obsahem mediální gramotnosti jsou dovednosti, znalosti a porozumění, které spotřebitelé potřebují k efektivnímu a bezpečnému používání médií. Mediálně gramotní lidé jsou schopni činit informovaná rozhodnutí, chápou povahu obsahu a služeb a využívají všech možností, které jim nové komunikační technologie nabízejí. Také by měli zvládnout chránit sebe a svou rodinu před škodlivým či urážlivým obsahem. Proto je důležité rozvoj mediální gramotnosti podporovat ve všech oblastech společnosti (Kaderka, 2019).

Na nízkou mediální gramotnost upozornil Ivan Krejčí, předseda Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, již v roce 2015. Tehdy vydal tiskovou zprávu, v které vyzýval k provedení systémového řešení. Navrhoval, aby vznikla mezirezortní komise, která by měla na starosti přípravu jednotné koncepce zvyšování mediální gramotnosti nejen u ohrožených skupin jako jsou sociálně slabí a senioři, ale u celé populace České republiky (Kaderka, 2019).

V roce 2018 provedla výzkumná agentura STEM/MARK plošný průzkum na zmapování úrovně mediální gramotnosti u českého obyvatelstva, kdy jenom čtvrtina dospělých dosáhla vyhovující úrovně. Rozhodujícími faktory bylo spíše pohlaví a dosažené vzdělání než věk. Špatných výsledků dosáhli i studenti, jelikož žádná koncepce výuky mediální gramotnosti od ministerstva školství není (Brejcha, 2022).

Brejcha (2022) sděluje, že úroveň mediální gramotnosti byla naměřena na 39 bodů ze 100. Podle dosaženého skóre byla populace rozdělena do tří skupin. Nejvíce respondentů dosáhlo na střední mediální gramotnost, konkrétně to bylo 53 % dotázaných. U vysoké a nízké mediální gramotnosti pak vyšly podobné hodnoty. U vysoké mediální gramotnosti 23 % a u nízké pak 25 %.

### 2.3.3 *Kritické myšlení*

Kritické myšlení je schopnost jedince vytvořit úsudek na základě efektivní analýzy informací. Abyste mohli myslet kriticky, musíte si být při kontaktu s informacemi vědomi vlastních předsudků a předpokladů a při posuzování informačních zdrojů uplatňovat konzistentní kritéria (Eoghan, 2022).

Kritické myšlení se hodí všem, když potřebují od sebe rozeznat fakty a názory, což na první pohled vypadá jednoduše, ovšem jak nám dokazuje nejen prostředí internetu, lehké to opravdu není (Nutil, 2020).

Autorům lze věřit, pokud jsou to skuteční lidé píšící pod svým jménem, a ne počítačový program, dále jsou-li kompetentní se k danému tématu vyjadřovat a nejsou ve střetu zájmů (Markoš, 2022).

Eoghan (2022) ve svém článku uvádí otázky, s jejichž pomocí se dá nad novou informací kriticky zamyslet:

- *Kdo je autorem? Je odborníkem ve svém oboru?*
- *Co se říká? Je jeho argument jasný? Můžete to shrnout?*
- *Kdy to řekl? Je zdroj aktuální?*
- *Kde je ta informace zveřejněná? Je to akademický článek? Je to recenzované*
- *Proč ji autor publikoval? Jaká je jeho motivace?*

- *Proč ji autor publikoval? Jaká je jeho motivace?*
- *Jak předkládá své argumenty? Je to podložené důkazy? Opírá se o názory, spekulace, nebo apeluje na emoce? Řeší alternativní argumenty?*

## **2.4 Senioři a média**

### *2.4.1 Senioři*

Obecně jsou senioři definováni na základě věku jako osoby starší 65 let (Senioři v ČR v datech, 2023).

Ve stáří dochází k tělesným změnám, objevuje se polymorbidita (výskyt více, většinou chronických chorob zároveň) a změny u kognitivních funkcí. Dochází k zhoršení zraku, sluchu a kvality pozornosti, dále k zpomalení poznávacích procesů, zhoršení paměti a začne se projevovat jistá nepřizpůsobivost v postoji k problémům, kdy senioři odmítají nové a neproověřené styly uvažování, protože jsou spokojeni s navykklou rutinou a stereotypy (Lokaj et al., 2014).

Životním milníkem je odchod do důchodu, po kterém už nemá jedinec pevně určený obsah svých dní. Důležitou se pro něj stává role prarodiče a celkově role rodiny, v nichž nachází svůj nový hlavní smysl života a vyplnění času (Lokaj et al., 2014).

### *2.4.2 Senioři a informační technologie*

Senioři v ČR v datech (2023), publikace Českého statistického úřadu, obsahuje mimo jiné informace zjištěné z šetření o ICT v domácnostech a jejich využívání jednotlivci, z kterého vyplývá, že podíl seniorů, kteří přijímají informační technologie jako samozřejmost, se rok od roku zvyšuje.

Dle publikace využívá mobilní telefon 96 % osob starších 65 let. Z toho 54 % jedinců vlastní tlačítkový telefon a zbytek využívá chytrý telefon. Zároveň počet seniorů, kteří využívají chytrý telefon každý rok roste.

Dále publikace uvádí, že pokud lidé nevyužívají informační technologie, jsou tím vyloučeni z využívání některých služeb. Kupříkladu když nepoužívají internet, stejně tak když nepoužívají chytrý telefon a aplikace v něm. Zatím seniorů, kteří používají internet na svých chytrých telefonech je 32 %. Celkově podíl seniorů využívajících

internet vzrostl z 28 % v roce 2015 na 52 % v roce 2023. Z toho třetina používá internet každý den.

Senioři využívají internet k nakupování (vybavení do domácnosti, oblečení, léky a doplňky stravy...). Nejčastěji ovšem ke čtení zpravodajství a zasílání e-mailů. To provádí více než 40 % seniorů. Mezi dalšími častými činnostmi najdeme používání internetového bankovníctví a vyhledávání informací o zdraví. Sociální sítě zatím seniory příliš nezajímají, využívá je prozatím 15 % osob (Senioři v ČR v datech, 2023).

## **2.5 Rozvoj mediální gramotnosti**

Respondenti průzkumu Stavů mediálního vzdělávání na základních a středních školách by ocenili výuku mediální výchovy jako průřezové téma napříč vícero předměty. Dále by preferovali jednorázové akce, jako jsou projekty, workshopy a besedy s novináři (JSNS, 2023).

Rozvíjení mediální gramotnosti u pracovníků neziskových organizací se věnoval projekt organizace Akademie mediální gramotnosti, který byl podpořen z Norských fondů 2014–2021. Následně na něj bylo navázáno projektem, který se soustředí na neformální vzdělavatele, kteří působí v regionech (Akademie mediální gramotnosti, 2023).

Mediální výchova byla jedním z témat, na které se zaměřil projekt redakce HlídacíPes.org s názvem „Propasti a mosty mezi generacemi“, který se uskutečnil za podpory Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky v období červenec až prosinec 2023 (HlídacíPes.org (Jaro 2023), 2023).

Dříve, během covidu se někteří senioři rozhodli udělat si počítačový kurz, aby se lépe orientovali v přijímaných informacích. Naučili se například poznat hoaxy. Ty ve stylu „pošli to patnácti lidem“ účastníci kurzu rovnou mažou. Organizace Elpida považuje za účinnější dlouhodobé kurzy, které se obvykle skládají z několika částí. V nich se senioři učí dávat si pozor na podvodné e-maily, ověřovat informace z více zdrojů či stahování fotografií. Elpida má i poradnu, kde se na ně senior může obrátit s informací, a dozvědět se, zda je pravdivá či nikoliv (Vrlák, 2021).

Vzdělávání seniorů v oblasti dezinformací a fungování médií se věnuje projekt Mediím na kloub. Spočívá v tom, že odborníci navštěvují seniory po celé České republice a

pomáhají jim orientovat se v informacích. Učí je, jak se nenechat oklamat či jak si dát pozor, když se s nimi někdo snaží manipulovat (Vrlák, 2021).

Kurz s názvem „Bezpečně internetem“, který se věnoval mediální gramotnosti a byl určen pro starší dospělé zájemce, uspořádala v roce 2023 Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě. Během kurzu proběhlo i setkání s Terezou Rekovou, která získala ocenění za svůj rozhlasový pořad „To je pravda, napsala“, který se zaměřuje na téma řetězových mailů a dezinformací (Plisková, 2023).

Podle organizace Sensen jsou vzdělávací projekty potřeba. Proto natočila krátká videa, v kterých upozorňuje na to, s kým se přátelit na sociálních sítích (Vrlák, 2021).

Jaroslav Valůch, vedoucí projektů mediálního vzdělávání v organizaci Transitions, ve spolupráci s Janem Bartošem dokonce vytvořili publikaci „Metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům“, kde poskytují podrobný návod, jak vzdělávací akci uskutečnit, včetně doporučení, co dělat v krizových situacích (Valůch a Bartoš, 2023).

K vzdělávání seniorů v oblasti mediální gramotnosti se připojili i studenti Katedry informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity, kteří ve svém studentském projektu vytvořili online kurz, kde jsou vysvětlovány pojmy jako dezinformace a fake news či návody, jak posoudit důvěryhodnost získané informace. Kurz obsahuje doprovodná videa, příklady a odkazy na další zdroje poznání (On-line kurz mediální gramotnosti seniorů, 2024).



### **3 Cíl práce a výzkumné otázky**

#### **3.1 Cíl práce**

Cílem práce je zmapovat, jak odolnost vůči mediální manipulaci vnímají sociální pracovníci, kteří pracují se seniory. Dále jak se mediální manipulace projevují v jejich práci s klienty a jaký vliv dle jejich zkušenosti mají. Zároveň práce zkoumá, zda sami sociální pracovníci prošli školením mediální gramotnosti a jestli se sami cítí být mediálně gramotní.

#### **3.2 Výzkumné otázky**

Byly vytvořeny dvě výzkumné otázky.

VO1: Jak je odolnost seniorů vůči mediální manipulaci vnímána sociálními pracovníky?

VO2: Hodnotí sociální pracovníci pracující se seniory svou mediální gramotnost jako dostatečnou?

## **4 Metodika**

### **4.1 Metodický postup**

Pro zpracování výzkumné části bakalářské práce byl zvolen kvalitativní výzkum. Hricová et al. (2023) tvrdí, že data získaná kvalitativním výzkumem nejsou ve formě čísel, ale ani nemusí být ve formě textu. Dále autorka píše, že u kvalitativního výzkumu hledáme důvody a odpovídáme, tak na otázku „Proč?“. Reichel (2009) říká, že kvalitativní výzkum nám usnadňuje porozumění zkoumaného jevu, přičemž zkoumáme více hledisek u menšího počtu objektů.

Pro sběr dat byla zvolena metoda dotazování, které proběhlo technikou polostrukturovaného rozhovoru. Dle Novotné et al. (2019) je to rozhovor se zčásti dopředu přichystanou strukturou, kdy výzkumník může během rozhovoru měnit pořadí otázek a zároveň žádnou nezapomene položit. Autorka vidí výhodu polostrukturovaného rozhovoru v tom, že výzkumník může vysvětlit, co bylo otázkou myšleno, a předejít tak možnému nedorozumění z nepochopení dotazu. Hricová et al. (2023) uvádí, že během odpovědi při polostrukturovaném rozhovoru může dojít k odklonění od tématu, avšak to nemusí být na škodu, neboť se tak výzkumník může dozvědět o problému více do hloubky.

Polostrukturovaný rozhovor obsahoval 22 standardizovaných otázek, které byly popřípadě dovysvětleny či doplněny upřesňujícími otázkami. Rozhovory s respondenty trvaly přibližně 20 minut. Seznam použitých otázek je k dispozici v příloze 1 „Otázky na polostrukturovaný rozhovor“.

### **4.2 Výzkumný soubor**

Výzkumný soubor byl vybrán cíleně technikou účelového výběru. Je tvořen 6 sociálními pracovníky, kteří pracují v zařízení, které využívají senioři. Pro výzkum byli hledáni jak sociální pracovníci, kteří se setkali s mediální manipulací u seniorů, tak ti, kteří se s ní neseťkali.

Mezi respondenty je pět žen a jeden muž. Všichni pracují na pozici sociálního pracovníka. Aby došlo k zachování jejich anonymity jsou označováni čísly (R1, R2, R3,

R4, R5, R6) a ve výsledcích výzkumu jsou popisováni v mužském rodě podle slova respondent.

Oslovení sociální pracovníci byli seznámeni s cílem výzkumu a výzkumnými otázkami. Byli také ujistěni, že získané odpovědi budou použity pouze v rámci tohoto výzkumu. Sociální pracovníci byli upozorněni, že rozhovor je anonymní a dobrovolný. S výzkumem souhlasili.

### **4.3 Realizace výzkumu**

K oslovování respondentů došlo během února 2024. Následně během března a dubna 2024 se uskutečnilo jedno osobní setkání a pět rozhovorů, které proběhly v online prostředí kvůli velké vzdálenosti.

Na začátku rozhovorů byl informantům zopakován cíl výzkumu. Respondenti souhlasili s nahráním rozhovoru. Rozhovory byly nahrávány na mobilní telefon pomocí aplikace Diktafon. Když se začaly odpovědi opakovat, byl sběr dat ukončen. Nahrávky rozhovorů byly následovně přepsány do dokumentu Microsoft Word za účelem zpracování dat. Transkripce těchto rozhovorů jsou uloženy v osobním archivu.

### **4.4 Etika výzkumu**

Hricová et al. (2023) uvádí, že důležitými metodami využívanými k ochraně účastníků výzkumného šetření je důvěrnost a anonymita. Důvěrnost se dle autorky projevuje tak, že výzkumník zná údaje účastníků výzkumu, avšak tyto údaje nejsou následně prezentovány. Autorka zmiňuje doporučení, aby konkrétní údaje jako je název organizace nebo města byly obměněny za obecný popis. V tomto výzkumu je proto uvedeno zařízení, kde respondent pracuje pouze obecným názvem a jako místo, kde se nachází, je uveden kraj.

Na rozdíl od toho, o anonymitu by se jednalo, pokud by výzkumník identitu účastníků vůbec neznal, například pokud by prováděl pozorování na veřejném prostranství (Hricová et al., 2023).

Aby došlo k anonymizaci respondentů byly jejich jména nahrazeny čísly a jsou proto označováni (R1, R2, R3, R4, R5, R6).

Hricová et al. (2023) uvádí, že není doporučeno přikládat v příloze kompletní přepisy rozhovorů, protože by někdo mohl účastníka výzkumu poznat i podle specifitějších řečových obrátů. Proto v příloze není žádný přepis rozhovoru.

Při oslovení byli respondenti seznámeni s cílem výzkumu. Všichni souhlasili se schůzkou a nahráním rozhovoru pro účely výzkumu bakalářské práce.

#### **4.5 Technika analýzy dat**

Nahrané rozhovory byly přepsány do písemné podoby. Reichel (2009) uvádí, že přepis získaných údajů je významným krokem k tomu, aby se s údaji dalo dále pracovat. Dle autora existuje několik možností přepisu. Řadí mezi ně například přepis doslovný, přepis selektivní či přepis s komentářem.

Následovně byly rozhovory zpracovány otevřeným kódováním. Jednotlivé kódy byly rozděleny do kategorií. Ty byly zpracovány do obrázků, které jsou prezentovány ve výsledcích výzkumu. Reichel (2009) popisuje metodu vytváření kategorií jako hledání obecnější kategorie s podobnými znaky. Tyto kategorie jsou schopné obsáhnout více případů a jsou dobře vymezené, uvádí dále autor.

## 5 Výsledky výzkumu

V této kapitole jsou představeny výsledky výzkumu, kterého se zúčastnili sociální pracovníci, kteří pracují v zařízeních, které využívají senioři. Jedná se o různá zařízení napříč Českou republikou. Aby se zachovala anonymita účastníků výzkumu jsou v textu označováni jako respondenti (zkráceně R1 – R6).

S respondenty proběhly rozhovory, které byly poté zpracovány technikou otevřeného kódování. Kódy byly na základě stejného tématu přiřazeny do jednotlivých kategorií.

### 5.1 Charakteristika výzkumného souboru

Tabulka 1: Pracovní působení respondentů

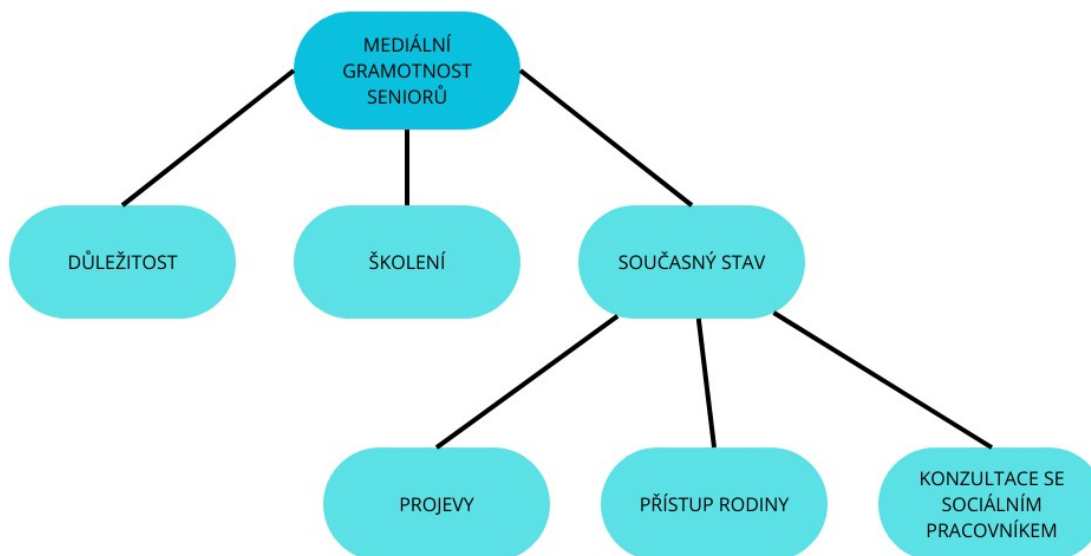
<b>RESPONDENTI</b>	<b>PRACOVNÍ POZICE</b>	<b>ZAŘÍZENÍ</b>	<b>MÍSTO PŮSOBENÍ</b>
R1	Sociální pracovník	Pečovatelská služba, Domov s pečovatelskou službou	Moravskoslezský kraj
R2	Sociální pracovník	Denní stacionář, Týdenní stacionář, Odlehčovací služba	Ústecký kraj
R3	Sociální pracovník	Domov pro seniory	Pardubický kraj
R4	Sociální pracovník, vedoucí sociálního úseku	Domov pro seniory	Jihočeský kraj
R5	Sociální pracovník	Pečovatelské centrum	Středočeský kraj
R6	Sociální pracovník	Pečovatelská služba	Pardubický kraj

Zdroj: Vlastní výzkum, 2024

V tabulce 1 jsou uvedeni respondenti, s kterými proběhly rozhovory, které byly využity pro výzkumnou část této bakalářské práce. Všichni respondenti byli zaměstnáni na pozici sociálního pracovníka.

## 5.2 Kategorie 1 – Mediální gramotnost seniorů

Kategorie Mediální gramotnost seniorů se zabývá pohledem sociálních pracovníků na významnost tématu ve vztahu k seniorům, zda jim nějaká organizace nabídla pro seniory školení a dále, jak se tato gramotnost či negramotnost u seniorů projevuje, a jestli téma mediální gramotnosti nebo záležitosti s ní související nějak řeší se sociálními pracovníky, případně s rodinnými příslušníky.



Obrázek 1: Mediální gramotnost seniorů

Zdroj: Vlastní výzkum, 2024

Všichni respondenti se shodují na tom, že téma mediální gramotnosti seniorů je důležité. R5 považuje seniory za nejvíce ohroženou skupinu, která snadno podlehne manipulaci skrze internetová sdělení. Pro R3 jsou senioři jednou z nejvíce ovlivnitelných skupin médií. R6 říká: „*Víceméně vše, co se dozví z televize berou jako pravdu.*“ R2 dodává: „*Nedokážou si hledat relevantní zdroje, a tak věří všemu, co jim přijde. Často narážím na to, že slyším z jejich úst nějaký neověřený zdroj. Když se na to zeptám, odkud to je, hned se ukáže, že oni sami nevědí, odkud ta informace pochází.*“ Potíž vidí v tom, že senioři jsou zvyklí, že se informace braly z televize, rozhlasu nebo novin a všechno to byly autorizované zdroje, kde probíhala kontrola a obsahovaly tak dá se říct ověřené informace. Kvůli tomu dnes někteří nepředpokládají, že informace z těchto médií nemusí být pravda. R1 si myslí, že mediální gramotnost se hodí člověku do života a těžko může být bez ní v dnešní době úspěšný.

Na otázku, zda se u nich v zařízení konalo nějaké školení pro seniory, které by se zaměřovalo na mediální gramotnost nebo by s ní bylo spojené, odpověděli 4 respondenti negativně. Pozitivně se vyjádřili jenom R2 a R5. R2 neví přesně od koho nabídku dostali. Jmenoval organizace Čeští elfové a Hlídací pes. Tak jako tak se u nich přednáška uskutečnila. R5 říká: „*Občas tady jsou nějaké kurzy digitální gramotnosti, ale nevím, jaký to má úspěch.*“

Většina respondentů, kromě R5, se shoduje na tom, že seniory nepovažují za odolné vůči mediálním dezinformacím. R5 uvádí: „*Nechci všechny házet do jednoho pytle. Jistě jsou klienti, kteří jsou opatrní, konzultují třeba to, jestli je nějaká zpráva či e-mail hoax. Naopak někteří si něco někde přečtou a začnou to rozhlašovat jako pravdu, ačkoliv se jedná o naprostou blbost. Záleží na jednotlivci, jak citlivě zachází s internetem.*“

Důvody proč si ostatní myslí, že senioři nejsou příliš odolní vůči mediálním dezinformacím se různí. R1 spatřuje problém v jejich přílišné důvěřivosti. S nadsázkou říká: „*Pokud mají pocit, že to je podle nich důvěryhodný člověk a je jim sympatický, tak mu uvěří i to, že umí létat.*“ R2 a R3 mají podobný názor. Dle R2 byli senioři zvyklí na jiná média a internetové zdroje příliš neovládají. „*Třeba ty řetězový maily mi vyloženě ukazovali nebo přeposílali,*“ dodává. R3 konstatuje: „*Nejsou zvyklí a ani nechtějí kolikrát ověřovat informace. Nerozpoznají důvěryhodné zdroje, a kolikrát to, co řeknou v televizi, je jediná možná pravda.*“ R6 k tématu připojuje: „*Vše berou jen z televize. A ti, co jsou nějakým způsobem zruční, tak čtou pro změnu jen seznam zprávy, které také nepovažují za stoprocentně pravdivý zdroj informací o reálném dění.*“

Všichni respondenti se shodují na tom, že neznalost mediální gramotnosti se ve výsledku projevuje u seniorů negativními emocemi. R5 uvádí: „*Jsou tu skupiny klientů, kteří různá témata z internetu rozvádí, diskutují nad nimi, a často se u toho naštvou. Myslím, že je to štev, jelikož většina zpráv na internetu je negativní. Může to pak ovlivňovat jejich chování, vztahy s okolím nebo rodinou.*“ Naštvanost zmiňuje i R4 a souhlasí, že to může negativně ovlivnit rodinné vztahy. R1, R2 a R4 se shodují na vyvolání emoce strachu. R1 popisuje zkušenost: „*Nakupují zbytečné zásoby, protože co kdyby. V televizi říkali, že možná zdraží, že nebude dostatek něčeho.*“ R2 říká: „*Často slýchávám, co se to děje s tím světem, jak to že se tohle může stát. Nebo to by se za našeho mládí nestalo. Je to trošku úsměvný, protože v té době, kdy oni 40 let žili*

v aktivním věku v jiném režimu, který taky vysílal svým způsobem dezinformace, ale vytvářel je systematicky, tak je přijímali, a teď nemají tu rozlišovací schopnost.“ R4 se vyjadřuje k tomu, jak se u seniorů strach projevuje. Říká: „Věří všemu, co jim kdo řekne, co si kde přečtou, a potom se bojí a ptají se, jak to bude a co bude. Chtějí od nás znát informace, jak to je doopravdy.“ Jako další emoci uvádí R2 smutek.

Mezi projevy řadí R6 velmi vyhraněné politické názory, sledování politických diskuzí a propagaci minulého režimu, za kterého bylo dle názoru seniorů lépe. R6 konkretizuje: „Absolutní nezáměr o okolní dění, sledování jen svého vlastního světa a proč mám já jako senior špatně. Mají velice zúžený pohled na svět bez toho, aby se snažili vidět věci v širších souvislostech.“

O dezinformacích se senioři se sociálními pracovníky příliš nebaví. R6 říká, že s ním se o tom nebaví vůbec. R1 uvádí, že se ho senioři občas ptají na názor na něco, co slyšeli, nebo kde by našli k dané věci více informací. R3 má obdobnou zkušenost, kdy si s ním senioři občas promluví, o tom, co viděli a jak je to podle nich hrozné. R4 popisuje situaci: „Spíš se o tom baví s pečujícím personálem, jak jsou s ním v denním kontaktu. Třeba něco nadhodí a personál jim to vysvětlí. Když je to něco závažnějšího, tak jdou za námi (sociálními pracovníky), ale to se nestává často. Většinou je pečovatelé uvedou na pravou míru.“ R2 sděluje, že se se seniory baví o obsahu informací. Za nejhorší reakci, která by mohla nastat z jeho strany, považuje říct, že daná informace není pravda a senioři jí vůbec nemají věřit. „Tím si úplně zavřu vrátka k tomu poučení nebo vzdělávání,“ popisuje.

Zkušenosti s přístupem rodinných příslušníků se různí. R3, R4 a R6 uvádějí, že toto téma s nimi rodina neřeší. R6 říká: „Jejich zájem se spíše přesouvá k péči o ně. Zabezpečení z hlediska obědů, hygieny, úklidu.“ R1 popisuje, že některé rodiny kupují seniorům chytré telefony a učí je s internetem. Většina to prý příliš neřeší. Koupí jim baterie do ovladače od televize nebo noviny. R5 k tématu přidává svou zkušenost: „Některé rodiny jim dávají elektroniku, aby mohli „být v obraze“. Jiné rodiny zase nechtějí, aby jejich příslušníci sledovali média. Nejhorší je to vždy před volbami, když přilítnou rodiny, které celý rok neprijdou a začnou cpát babičkám a dědům nějaké letáky a nabádají je koho mají volit. Předvolební období je nejhorší, jelikož dezinformační weby to berou útokem.“ R2 má oproti tomu i pozitivní zkušenost, kdy s ním rodinní příslušníci problém s dezinformacemi řešili. Říká: „Přiznali, že nemají



*moc nervy nebo energii to s ní řešit, ale že to je problém, protože ona to čte. Třeba ty maily. Ptali se „Mohli byste si s ní o tom promluvit?“, takže je to takový přehození na mě, ale mně to nevadí.“*

Z rozhovorů vyplynulo, že o pomoc senioři žádají, pokud potřebují:

- pomoci s problémem na mobilu nebo počítači
- naladit rádio
- vyhledat informace
- nastavit něco na počítači
- objednat nějakou věc přes internet

Na otázku, jestli mediální manipulaci podlehnou častěji muži nebo ženy, odpověděli všichni respondenti kromě R6, že si myslí, že spíše ženy. R2 k tomu ovšem dodává: *„Není to reprezentativní vzorek, protože častěji jsou to ženy-seniorky, které se dožívají vyššího věku. Muži umírají dřív, takže co se týče struktury klientů, tak je víc žen.“* S tím souhlasí R1, který říká: *„Většina seniorů jsou ženy.“* Má proto více zkušeností s ženami, které byly zmatené hoaxy. R3 si myslí, že ženy podlehnou snáz, protože jsou citlivější a vnímavější, co se týče špatných zpráv. R5 má jiný důvod. Myslí si, že je to kvůli tomu, že jsou ženy více aktivní na internetu. R4 se na to dívá spíše z hlediska sociálního. Uvádí: *„Když máte v rodině někoho, kdo se stará o všechny věci, finance a podobně, tak ten je potom spíše orientovaný. Ve starších rodinách to často býval manžel a manželka se starala jenom o domácnost a nic, takže ta potom mohla být ovlivnitelná. Obzvláště když ten manžel zemřel. V současné době je to obráceně nebo jsou oba vyrovnaný.“*

Jediný R6 uvedl, že si myslí, že mediální manipulaci podlehnou spíše muži, protože mají více potřebu něco řešit a na něco nadávat než ženy, které se spíš soustředí na rodinu a nemusejí se o média tolik zajímat.

Dále respondenti popisovali situace, kdy se s mediální manipulací u seniorů setkali.

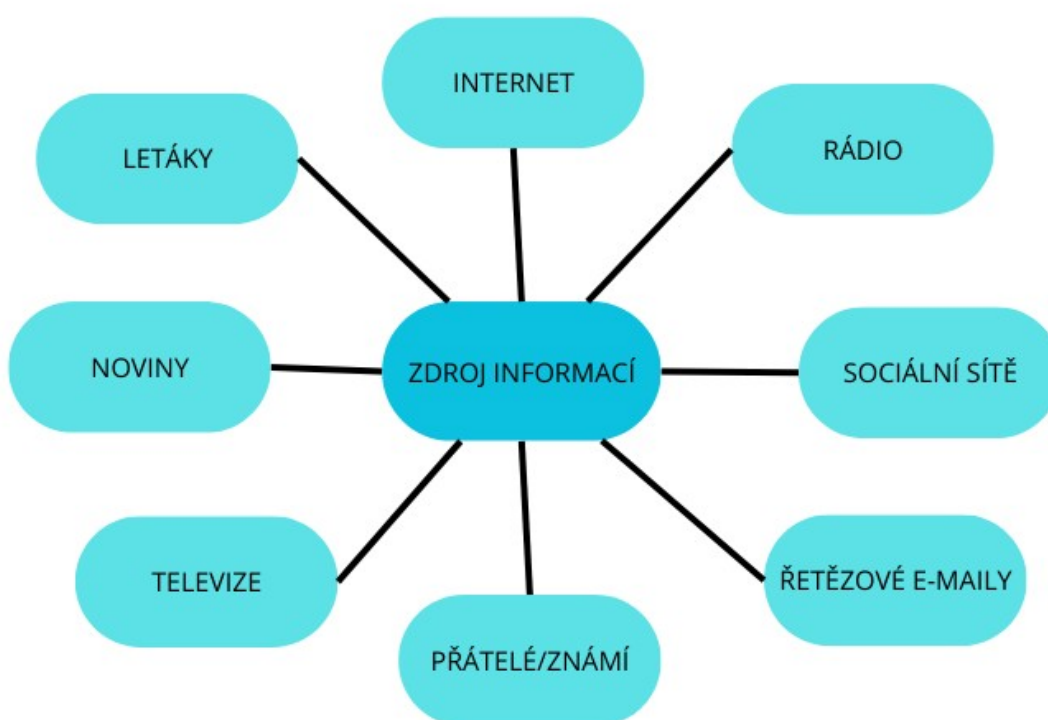
R1 mluvil o panice během pandemie covid-19. Senioři panikařili a báli se, že nebudou roušky. R1 se tehdy spojil s místním obchodem, který pořádá i kurzy šití, donesl jim velké množství prostěradel a nití a oni mu ušili cca 350 roušek, které následovně R1

rozdával seniorům, popelářům a dalším lidem, co je potřebovali. Když se senioři báli, že nebude dezinfekce, tak jí sehnal velký kanystr. Když senioři panikařili, že nebudou určité potraviny, tak je uklidňoval, že jsou jistě zásoby.

R3 vypráví svou zkušenost: „Když začala válka na Ukrajině a spolu s tím i ruská propaganda, tak jedna babička byla silně přesvědčená o věcech, co nebyly pravda. Moje snaha jí to vysvětlit nikam nevedla. Byla silně přesvědčená a nechtěla slyšet nic jiného.“ R1 a R4 se setkali se situací, kdy seniorka podepsala „výhodnou“ smlouvu, kterou následovně zrušili. R5 zmínil, že mu seniorka řekla, že nás Petr Pavel zatáhne do války. R2 se u seniorů setkal s řetězovými e-maily.

### 5.3 Kategorie 2 – Zdroje informací seniorů

Kategorie zdroje informací seniorů obsahuje seznam zdrojů, z kterých senioři často čerpají informace. Dále k jakému elektronickému zařízení mají přístup, a jak je využívají.



Obrázek 2: Zdroje informací seniorů

Zdroj: Vlastní výzkum, 2024

Senioři často čerpají informace z televize. Na té se shodují všichni respondenti. R1 zmiňuje konkrétně kanály Prima a Nova. R4 říká, že u nich senioři sledují hlavně ČT1 a Novu. Senioři od R5 sledují Barrandov, ČT, Novu a Primu. R6 jmenuje Novu, Prima news, Seznam zprávy a politické diskuse. R6 dále říká: *„Informace si neověřovali a pokud neřešili diskuse, zabývali se bulvárem. Vše z těchto zpráv brali jako absolutní pravdu bez ohledu na to, aby si informace ověřili, především pak takové, které jim potvrzovali, že se mají špatně a proč se tak mají.“*

Dalším zdrojem jsou noviny. Z novin R1 uvádí Blesk. R1 a R4 zmiňují regionální noviny. R5 říká noviny všeobecně. R1 zmiňuje i letáky.

Dále se mezi zdroji vyskytuje rádio. To zmiňují R1 a R5. R1 říká, že u nich převažují místní nebo regionální rádia.

R3 mezi zdroji uvádí sociální sítě a články na internetu, které jsou z různých zdrojů. R2 jmenuje zpravodajské servery (Novinky, Aktuálně), sociální sítě a řetězové e-maily. Dále uvádí: *„Jsou schopný přeposílat posty na sociálních sítích. Jsou schopný je přesdílet na svoje zdi nebo je někomu poslat. Většinou ještě s rozčarováním nebo s osobním vzkazem. Nebo si to říkají i mezi sebou.“*

Jako další zdroje R1 jmenuje přátele a sousedy seniorů a internet. R3, R2, R6 a R5 přidávají Facebook. R2 připojuje stránku Seznam a říká, že v poslední době přibyla i proruská média, ale i ruské opoziční noviny Novaja Gazeta.

R5 říká: *„Různí se to člověk od člověka. Někdo zase odmítá televizi, noviny či jakékoliv informace z internetu.“*

Mezi odpověďmi na otázku, jaké sociální sítě senioři mají, se nejvíce opakoval Facebook. Dále se objevil WhatsApp, Skype, Instagram, a dokonce i Tiktok. Sociální sítě má však jen menšina seniorů. R4 na otázku, kolik to tak může být, odpovídá: *„Pár jich bude ale ne moc.“* R2 k tématu přidává: *„Je jich menšina. Z těch, co mají internet a používají ho, je stále víc těch, co spíš čtou nějaké servery a používají e-mail. Sociální sítě používá tak jedna třetina a většinou je to jenom Facebook.“* R6 k Facebooku dodává: *„Mohli čerpat informace odtud a zapojovat se do diskusí, což nepovažuji za něco smysluplného.“*

R2 vyjmenovává věci, kterým někteří senioři věří. Je mezi nimi skupina lidí, která tvrdí, že existuje jenom Československo a Česká republika není. V poslední době se objevují i obrázky vytvořené umělou inteligencí a deepfaky, což jsou upravená videa, kde jsou člověku – například politikům – vkládána do úst slova, která ve skutečnosti neřekl. Dále popisuje „zaručené věci“. Říká: *„Jsou to takové zaručené věci. Že nemusíte chodit k lékařům. Že naše babičky znaly tyhle recepty. Což jsou v lepším případě nějaké bylinky, ale v horším případě jsou to nesmysly. Jako olizování kamenů a takovýhle šílenosti, co se týče až ohrožení zdraví.“*

Následně uvádí 3 skupiny zdrojů. První zdroje jsou takové, které jsou zaměřené na zdraví. Konkrétně k tomu R2 sděluje: *„Většinou to má společný jmenovatel. Jako „Nevěřte lékařům a věřte přírodě.“ nebo „Tohle je zaručený a pomůže vám to.“ Nebo třeba „Nelčete rakovinu tím, že půjdete na chemoterapii.“ Podle mě by to měl být trestný čin.“* Druhá skupina se zaměřuje na spiknutí. R2 vyjmenovává hesla: *„Myslí si, že všechno na světě je spiknutí. Nevěřte politikům. Nevěřte institucím. Nevěřte vědcům. Lžou vám. Od toho, že globální oteplování je celý výmysl až po spiknutí se Sorosem a Billem Gatesem.“* Třetí skupina se vyrojila kolem války. Ať už jde o válku Rusko proti Ukrajině, Izrael a Palestina nebo další válečné konflikty. Takové dezinformace tvrdí, že žádný vojenský konflikt není, že je to všechno vymyšlené.

Dále se zjišťovalo, jaký mají senioři v zařízení přístup k internetu a elektronickým zařízením. R3 říká, že u nich mají senioři přístup k wifi. R1 konstatuje, že nemají vlastní počítačovou místnost, ale pokud senioři potřebují něco najít na počítači nebo něco vytisknout, tak mají možnost o to požádat pečovatelky v jejich kanceláři. R1 dále uvádí: *„Počítač nemá skoro žádný klient. Prý je nepotřebují. Chytrý telefon mají zas naopak skoro všichni. Ovšem internet nepoužívají. Ve většině případů tvrdí, že jim stačí, co řeknou v televizi. Maximálně se zeptají rodiny.“* R4 k tématu říká: *„Mobil mají všichni, kdo chtějí. Kdo to zvládá a umí to ovládat, tak má počítač nebo tablet. Na hale máme jeden společný počítač, který někteří klienti využívají.“*

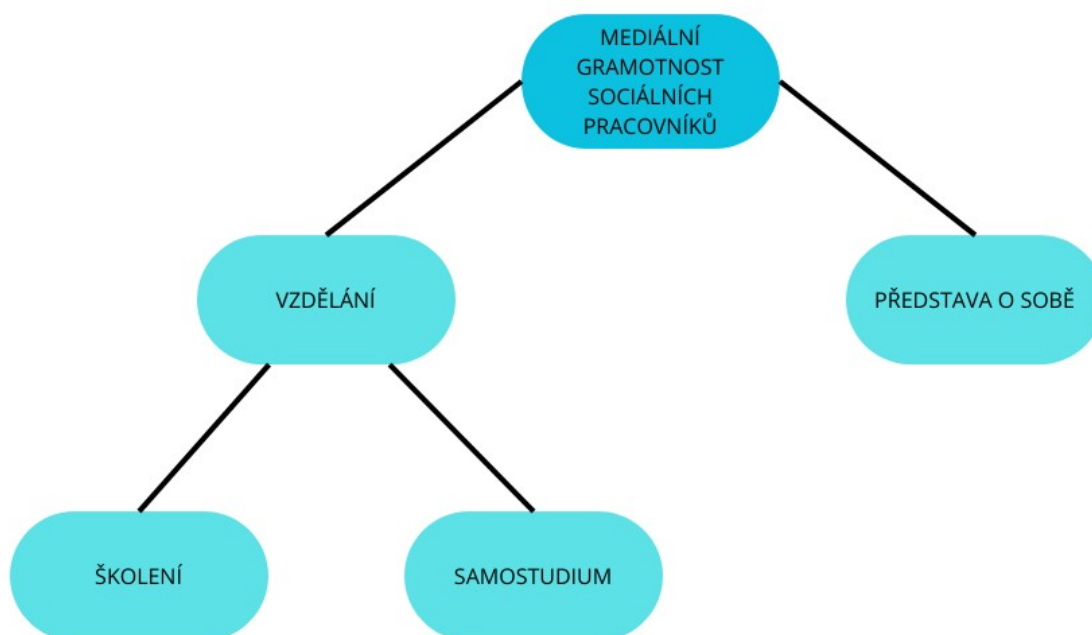
R6 rozděluje klienty na „mladší“ a „starší“ generaci. Popisuje, že „mladší“ generace má přístup k počítačům, telefonům a internetu a někteří i využívají tablet, protože ten je větší než telefon a věci jsou na něm lépe vidět, ovšem spíše se senioři věnují televizi. Do „starší“ generace R6 řadí lidi ležící a takové, kteří o sobě už moc nevědí. Ti sledují pouze televizi nebo vůbec nic. Ani vést rozhovor s nimi není moc možné. R6 vypráví:

„S takovými lidmi si ani moc nepopovídáte. Ti spíše řeší své mládí nebo mají představy, že žijí o 40 let dříve. Někteří se považovali za školáky s rodiči a chtěli jít do školy a rychle domů, aby se na ně maminka nezlobila.“

R5 popisuje situaci ve svém zařízení: „Počítač tu je veřejný pro všechny. Někteří klienti mají svůj vlastní. Mobily mají také vlastní. Kousek od nás je knihovna, kam mohou docházet také na počítač.“ R2 říká, že u nich mají wifi, na kterou se senioři mohou připojit. V zařízení pak mají k dispozici tablet a počítač. Jinak si mohou klienti přinést jakékoliv vlastní zařízení. Pokud potřebují, tak s připojením k wifi jim pomůžou zaměstnanci. Někteří klienti mají od rodiny zařízený neomezený internet v mobilu.

#### 5.4 Kategorie 3 – Mediální gramotnost sociálních pracovníků

Kategorie Mediální gramotnost sociálních pracovníků se zabývá pohledem sociálních pracovníků na jejich vlastní mediální gramotnost a zda se v této oblasti nějak vzdělávali.



Obrázek 3: Mediální gramotnost sociálních pracovníků

Zdroj: Vlastní výzkum, 2024

Z rozhovorů vyplývá, že žádný z respondentů neprošel školením v oblasti mediální gramotnosti. Pouze R1 má v plánu se takového školení zúčastnit. Pět z šesti

respondentů jejich pracoviště v rámci celoživotní vzdělávání školení zaměřené na mediální gramotnost nenabídlo. Jenom R2 přišla taková nabídka do e-mailu, ale nevyužil ji. Při své práci, a i v soukromí se ale s dezinformacemi setkává stále častěji, takže si nějaké informace o tomto tématu zjišťoval sám. Na konci našeho rozhovoru mi sdělil, že o školení týkající se mediální gramotnosti bude uvažovat, protože ho k tomu náš rozhovor namotivoval.

Sami respondenti se v oblasti mediální gramotnosti vzdělávali tak, že například R1 si hledal informace na internetu. R6 sledoval naučná videa na internetu. Buď si je našel sám nebo mu je někdo poslal. R3 tvrdí: *„Dokážu vstřebávat informace a učit se nové věci už jenom tím, že jsem na internetu aktivní a zajímám se o dění okolo sebe. Na sociálních sítích sleduju lidi, kteří o těchto tématech mluví. Například youtuber Kovy nebo Lukefry často otevírají podobná témata.“* R4 a R5 se nesnažili se sami dovzdělat.

R2 zmiňuje pořad České televize „WTF“ (celým názvem: What the Fact?), který je dostupný na iVysílání i na YouTube. Dále jmenuje youtubery (Kovy, Jirka vysvětluje věci, Lukefry) a stránku Na pravou míru agentury AFP, která se podílí na projektech zabývajících se dezinformacemi a médii, a jenž jsou financovány Evropskou unií. *„Tam jsme se dozvěděli o těch Českéjch elfech,“* dodává. Načež říká: *„Někdy se to objeví i na Novinkách. Jako „Poznáte deepfake?“ a podobný věci. Většinou k tomu je i nějaký poučení. Anebo třeba na mojí bance je to teď taky. Aby člověk rozeznal falešný e-mail od banky a tak. Takže by se dalo říct, že každéj, kdo používá internet jako instituce se snaží trošku ze svého pohledu poučit.“*

Na otázku „Jak byste ohodnotil svou vlastní mediální gramotnost na škále od 1 do 5, když 1 je „orientuji se skvěle“ a 5 „vůbec se v dané oblasti neorientuji“?“ odpovídali respondenti v rozmezí čísel 1 až 3.

R5 si myslí, že se orientuje skvěle, ohodnotil se tedy jedničkou. Zdůvodňuje to tím, že je ještě mladý a stále studuje, a tak umí pracovat s informacemi. Na žádost o popis toho, co je to dezinformace, odpovídá: *„Dezinformace je pro mě zpráva, buď vytržená z kontextu, který se pozmění tak, aby to zapadalo do určitého narativu, který dezinformátor chce nebo je to úplně nová zpráva, která ale není pravdivá, ale snaží se vytvořit iluzi, že je. Hlavně dezinformace má zastrašit, znejistit, naštvat, takže je emočně zabarvená.“* Konspirační teorii vysvětluje následovně: *„Jsou to informace, které nemají základ na empirických výzkumech. Jsou vymyšlené na základě soustavy náhod, které*

*dále prezentují jako pravdu. Jsou také nabity emocemi, tak aby čtenáře pohltili a narušili jeho vlastní vnímání světa. Za synonymum ke konspirační teorii považují gaslightning.“*

R3 si o sobě myslí, že dokáže rozpoznat důvěryhodné zdroje, říká, že si ověřuje informace a pozná výtvary umělé inteligence, takže se hodnotí na rozmezí 1 až 2. Dezinformaci považuje za zavádějící a nepravdivou informaci. O konspirační teorii říká: *„Je to teorie, která předpokládá, že něco nějak bylo, je, teoreticky bude. Není založená na faktech, pouze na domněnkách lidí.“*

R1 se hodnotí na dvojku, protože si často nějaké informace všimne, ale nechá ji bez reakce, protože nemá čas ani náladu ji řešit nebo ověřovat. O dezinformaci si myslí, že to je informace, která překrucuje fakta, je lživá a snaží se nás ovlivnit do jiného směru. O konspirační teorii říká, že je to teorie nějakém o spiknutí.

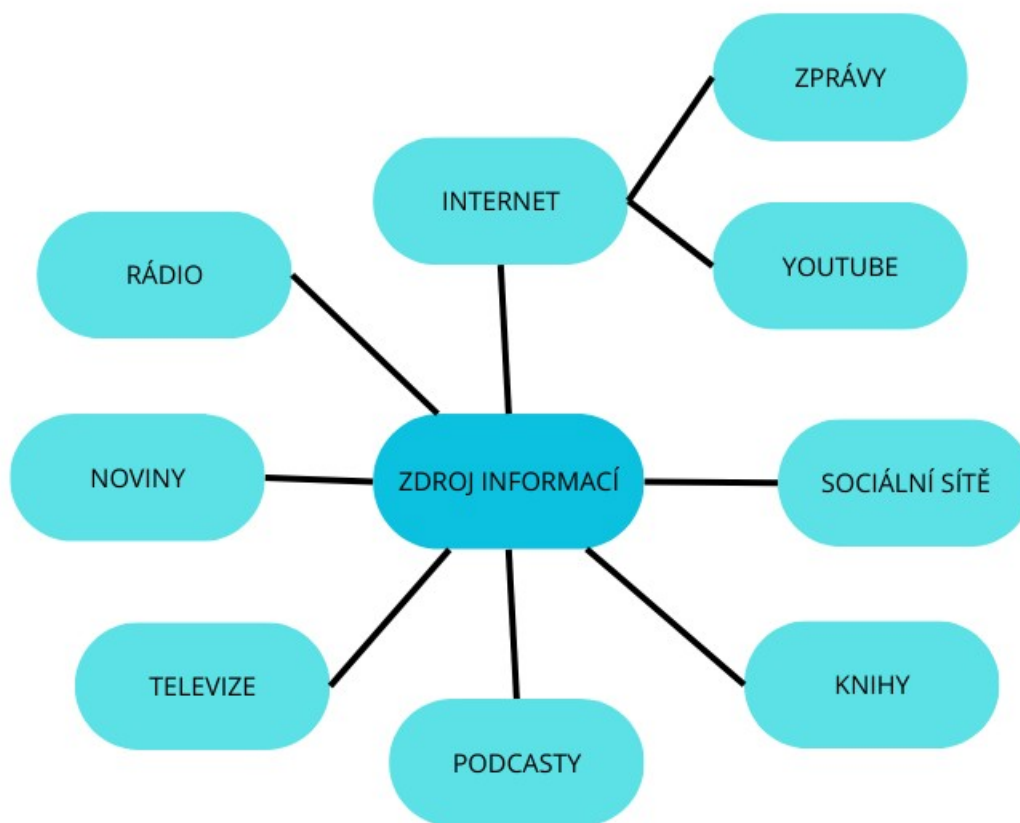
R2 říká, že se snaží dohledávat si zdroje, ale nemá na to moc čas, takže hodnotí svou mediální gramotnost také dvojkou. Dezinformaci popisuje slovy: *„Dezinformace je nepravdivá informace, která se snaží buďto vyvolat v příjemci té zprávy nějakou negativní emoci jako třeba strach, anebo se snaží ve společnosti nebo i mezi dvěma lidma udělat rozkol. Nebo je to propaganda. Jakože se snaží propagovat nějaký názor, co ale není pravdivé.“* Konspirační teorii vidí jako více promyšlenou verzi pravdy, jak něco funguje nebo, že se zabývá tím, co nám kdo zatajuje. *„Většinou se konspirační teorie týká systému. Ve smyslu že nás ten systém obelhává. Může se to týkat mimozemšťanů, přes covid, až po tu válku,“* doplňuje.

R6 o sobě říká, že je zlatý střed, hodnotí se tedy na rozmezí 2 a 3. *„Rozhodně se nepovažuji za odborníka, taky ale nevnímám všechno jako absolutní pravdu, co mi je podáno na zlatém podnose,“* dodává. Říká, že je schopen o věcech diskutovat a ověřovat si informace. Dezinformaci popisuje jako mylnou informaci, která má za úkol člověka zmást. Konspirační teorii vysvětluje jako vyfabulovanou nepravdivou teorii.

R4 se hodnotí horší trojkou. Dezinformaci vnímá jako zavádějící informaci, která není úplně konkrétní, takže si pod ní člověk může domyslet, co chce. A následně z toho vznikají nedorozumění. Konspirační teorii popisuje jako názor nebo tvrzení, které se opírá o nepodložená fakta.

## 5.5 Kategorie 4 – Zdroje informací sociálních pracovníků

Kategorie Zdroje informací sociálních pracovníků obsahuje výčet zdrojů, z jakých sociální pracovníci čerpají informace a na jakých sociálních sítích jsou aktivní.



Obrázek 4: Zdroje informací sociálních pracovníků

Zdroj: Vlastní výzkum, 2024

Respondenti uvádějí, že čerpají informace převážně z internetu. R2 a R4 si čtou Novinky.cz. Dále R2 uvádí, že nemá televizi, a tak sleduje Českou televizi v iVysílání na internetu a někdy si čte zprávy na Seznamu, Aktuálně nebo Hospodářské noviny. Říká, že je k novinářině kritický. „Někdy to ve mně vyvolává přesně to, co by nemělo. Je to zabarvené emocema a to si myslím, že do profesionální novinářiny nepatří. Nebo je tam trochu vyjádřený názor toho novináře,“ dodává. Proto spíše sleduje zprávy v podobě, kdy je převypráví nějaký youtuber. „Filtruji si zprávy tím, že si je nechám odříkat od ostatních. Na YouTube sleduju Herdyna. Ten dělá výcucy ze zpráv a



*komentuje je. Vím, že není nezaujatý, ale dokážu to vyfiltrovat. Takhle se podívám vlastně na souhrn,*“ popisuje.

R3 tvrdí, že bere informace z ověřených stránek a pokud se zajímá o nějaké téma, tak si vytipuje spolehlivé stránky a profily. Dále sleduje kupříkladu youtubery, kteří se snaží nějakým způsobem edukovat.

R1 poslouchá lokální rádia. Na internetu sleduje české zprávy a dále i BBC a Al Jazeera, které vysílají v angličtině.

R6 říká, že hlavně čte zprávy. Dále popisuje: *„Někdy narazím na nějaké video na YouTube, které mě zaujme a jdu si o tom zjistit něco více. Taky mi chodí zprávy na mobil, ale tam hodně filtruju, co si přečtu a co ne.“*

R5 říká, že sleduje různé podcasty. Mimo jiné se jedná o Deník N, 5:59, Vlevo dole a Příběh, který se opravdu stal. Dále R5 čte knihy a studie.

Zajímavostí je, že tři ze šesti respondentů uvádějí, že nevlastní televizi. R2 to zdůvodňuje tím, že nesleduje televizní zpravodajství. Toto rozhodnutí učinil po povodních, které zasáhly Českou republiku v roce 2002. R2 vypráví: *„Televize Nova mě absolutně znechutila tím, jak o tom informovala. Jde o tu formu. Jestli si dobře pamatují, tak ztmavla obrazovka, a když se znovu rozjasnila, tak byl záběr černobíle a hrálo Mozartovo requiem, byl tam velký nápis „Povodně 2002“ a moderátoři se tvářili jako na pohřbu a byli asi i oblečení v černém. Je to nehorázné. Ta snaha o vyvolání emocí. Pro mě je to absolutně nepřípustné.“*

Z dotazu na to, jaké sociální sítě respondenti využívají, vyplývá, že nejčastěji mají Facebook a WhatsApp. Nejvíce používají sociální sítě pro komunikaci s ostatními.

Zde je výčet obsahující, na jakých sociálních sítích je aktivní konkrétní respondent:

- R1 je aktivní na Facebooku, WhatsAppu a Viberu.
- R2 má Facebook, ale využívá ho především pro komunikaci s ostatními. Jiné příspěvky ho nezajímají.
- R3 má sociální sítě, aby mohl komunikovat s ostatními. Jedná se o Facebook, Instagram, Tiktok a Messenger.

- R4 má pouze WhatsApp, který využívá pro komunikaci s nejbližšími.
- R5 využívá Facebook, Instagram, LinkedIn, X (dříve Twitter) a BeReal.
- R6 je aktivní na Facebooku a Tiktoku. Ještě má Instagram, ale ten využívá pouze pro hledání inspirativních videí.

V závěru rozhovoru R1 řekl, že k tématu mediální gramotnosti by chtěl vzkázat následující: *„Senioři jsou často velmi jednoduše ovlivnitelní, bylo by fajn, kdyby se rodiny o své seniory více zajímaly. Pokud se chce, všechno jde. I paní se základní školou se ve věku 75 let začala učit s počítačem a internetem a je úžasná. A takových příkladů by se našlo mnoho.“*

I R5 by chtěl něco sdělit. Říká: *„Myslím, že je velmi důležité edukovat starší populaci v mediálním světě. Seniorů neustále přibývá a bohužel na ně útočí veškeré dezinformační weby, to pak hýbe s volbami, rodinami a celkovým sociálním prostředím.“*

## 6 Diskuse

Tato bakalářská práce se věnuje dezinformacím, mediální manipulaci a mediální gramotnosti ve spojitosti se seniory pohledem sociálních pracovníků, kteří s nimi pracují. Dotazovaní sociální pracovníci působí v různých krajích České republiky.

Cílem práce bylo zmapovat, jak odolnost vůči mediální manipulaci vnímají sociální pracovníci, kteří se seniory pracují. Nadále práce zkoumá, jak se mediální manipulace projevují v práci sociálních pracovníků s klienty a jaký vliv dle jejich zkušenosti mají. Zároveň práce zkoumá, zda sami sociální pracovníci prošli školením mediální gramotnosti a jestli se sami cítí být mediálně gramotní.

Pro praktickou část práce byl vybrán kvalitativní výzkum. Sběr dat proběhl metodou dotazování, které se uskutečnilo technikou polostrukturovaného rozhovoru. Někteří oslovení sociální pracovníci na žádost o poskytnutí rozhovoru nereagovali. S respondenty proběhlo pět rozhovorů v online prostředí a jeden se uskutečnil formou osobního setkání. Rozhovory byly přepsány a následně zakódovány otevřeným kódováním. Jednotlivé kódy byly poté rozděleny do kategorií. Kategorie byly zpracovány do obrázků, které jsou prezentovány ve výsledcích výzkumu.

Výzkum bakalářské práce obsahuje 4 kategorie.

První kategorie s názvem „Mediální gramotnost seniorů“ se věnuje pohledu sociálních pracovníků na významnost tématu mediální gramotnosti, zda v zařízení měli školení pro seniory, které by se týkalo mediální gramotnosti, a jak se tato gramotnost u seniorů projevuje a jestli záležitosti, které jsou s ní spojené nějak řeší se sociálními pracovníky nebo svojí rodinou.

Klára Šimáčková Laurenčiková, vládní zmocněnkyně pro lidská práva, považuje za jednu ze skupin, které jsou nejvíce ohroženy dezinformacemi, seniory, kteří se často dostanou do styku s řetězovými e-maily (Kroc a Stuláková, 2023). Všichni dotazovaní se shodují na tom, že téma mediální gramotnosti je důležité a senioři jsou jednou z nejvíce ovlivnitelných skupin, protože nepředpokládají, že by jim média sdělovali nepravdivé informace. A také se často rozhodují na základě sympatií.

Gregor a Vejvodová (2018) a Struhárik (2022) zmiňují, že dezinformace a mediální manipulace se často objevují před volbami, které se snaží ovlivnit. Negativní zkušenost si s tím zažil R5, který popisuje, že rodinní příslušníci, kteří se běžně o své seniory nezajímají, se objeví před volbami a vnucují svým babičkám a dědečkům koho mají volit. STEM (2021) dělal výzkum, kde zjišťoval kolik procent občanů uvěřilo alespoň jednomu z vymyšlených politických útoků před volbami v roce 2021.

Nutil (2019) popisuje, že pokud se člověk nezamyslí nad získanou informací, může se snadno nechat unést emocí a sklouznout k stereotypnímu vidění světa. Všichni respondenti se shodli na tom, že neznalost mediální gramotnosti se u seniorů projevuje negativními emocemi jako je naštvanost, strach a smutek. R4 a R5 následně dodávají, že takové emoce ovlivňují vztahy seniora s jeho okolím a rodinou.

R5 považuje za velmi důležitou edukaci starší populaci v mediální oblasti, protože seniorů je stále více a jsou jednou ze skupin, na které se dezinformační weby zaměřují. Jedním z projektů, který se věnuje vzdělávání seniorů v oblasti dezinformací a fungování médií, je projekt Mediím na kloub, kdy odborníci navštěvují seniory a pomáhají jim, jak se orientovat v informacích (Vrlák, 2021). Dále se vzdělávání seniorů v této oblasti věnuje i organizace Elpida, která má poradnu, kam se na ně senioři mohou obracet s dotazy, zda je konkrétní informace, na kterou narazili pravdivá nebo ne (Vrlák, 2021). Jaroslav Valůch spolu s Janem Bartošem dokonce vytvořili publikaci, která se věnuje poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům a popisuje, jak takovou vzdělávací akci uskutečnit (Valůch a Bartoš, 2023).

Druhá kategorie „Zdroje informací seniorů“ se zabývá otázkou, z čeho senioři informace čerpají a k jakému elektronickému zařízení mají přístup.

Všichni respondenti se shodli na tom, že senioři nejčastěji čerpají informace z televize. Dále má většina seniorů mobilní telefon. Dle publikace Českého statistického úřadu Senioři v datech (2023) využívá mobilní telefon 96 % osob, kterým je více než 65 let. V další části publikace uvádí, že nejčastěji senioři využívají internet k posílání e-mailů a čtení zpravodajství. R2 říká, že mu senioři ukazovali nebo i přeposílali řetězové e-maily. Respondenti uvádějí, že senioři čerpají informace z článků na internetu a zpravodajských serverů. Publikace Senioři v datech (2023) uvádí, že sociální sítě využívá asi 15 % seniorů. Na otázku, jaké sociální sítě senioři používají, se nejčastěji mezi odpověďmi objevoval Facebook.

Nutil (2019) říká, že snadno k emocím mohou sklouznout lidé, kteří se příliš v médiích neorientují a nedokážou posoudit, zda je zdroj, z kterého informace pochází, relevantní. Respondenti uvádějí, že senioři nedokážou hledat relevantní zdroje, nejsou zvyklí si informace ověřovat a nepředpokládají, že by jim média mohla lhát.

Třetí kategorie „Mediální gramotnost sociálních pracovníků“ se věnuje pohledu sociálních pracovníků na jejich vlastní mediální gramotnost a zda a jak se v této oblasti vzdělávali.

Zgoda a Shane (2018) si myslí, že by bylo nejlepší zařadit do učebního plánu sociálních pracovníků předmět, který by se věnoval digitální gramotnosti, aby se sociální pracovníci zvládli efektivně orientovat v prostředí sociálních médií, což nezní jako špatný nápad, jelikož pěti ze šesti respondentů jejich zařízení školení, které by se věnovalo mediální gramotnosti či podobnému tématu, nenabídlo.

Čtvrtá kategorie „Zdroje informací sociálních pracovníků“ se pak zabývá otázkou, z jakých zdrojů sociální pracovníci informace čerpají a zda jsou aktivní na sociálních sítích.

### **Odpovědi na výzkumné otázky**

Na první výzkumnou otázku „Jak je odolnost seniorů vůči mediální manipulaci vnímána sociálními pracovníky?“ lze podle získaných dat opovédět, že většina dotazovaných sociálních pracovníků nepovažuje seniory za odolné vůči mediálním manipulacím. Jedním z důvodů je, že senioři nepředpokládají, že by se v médiích mohla vyskytovat faleš, protože pro ně média byla vždy důvěryhodným zdrojem informací. Dále mají senioři sklony důvěřovat člověku, který je jim sympatický. Výsledným projevem u ovlivněných seniorů je pak často špatná nálada, naštvanost a strach.

Na druhou výzkumnou otázku, která zní „Hodnotí sociální pracovníci pracující se seniory svou mediální gramotnost jako dostatečnou?“ můžeme odpovědět, že sociální pracovníci, kteří pracují se seniory, vnímají svoji mediální gramotnost jako dobrou a věří si, že dokážou rozpoznat důvěryhodné zdroje. Při žádosti, aby respondenti svou mediální gramotnost ohodnotili na škále od 1 do 5, kdy 1 znamenalo „orientuji se skvěle“ a 5 znamenalo „vůbec se v dané oblasti neorientuji“, se odpovědi rozprostřely v první polovině hodnocení, a to od 1 do horší 3. Vidíme tedy, že sami sociální pracovníci pocítují, že mají prostor pro rozvíjení svých znalostí v oblasti mediální

gramotnosti, ale nepovažují se za začátečníky, kteří se v této oblasti nevyznají. Přitom žádný z dotazovaných neprošel školením, které by se věnovalo mediální gramotnosti. A pouze jednomu respondentovi bylo takové školení nabídnuto.

## 7 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zmapovat, jak odolnost vůči mediální manipulaci vnímají sociální pracovníci, kteří pracují se seniory, a jak se mediální manipulace projevují v jejich práci s klienty, a jestli pracovníci prošli školením mediální gramotnosti a cítí se být mediálně gramotní. Byly stanoveny dvě výzkumné otázky a to konkrétně: „Jak je odolnost seniorů vůči mediální manipulaci vnímána sociálními pracovníky?“ a „Hodnotí sociální pracovníci pracující se seniory svou mediální gramotnost jako dostatečnou?“.

Teoretická část se věnuje popisu pojmů dezinformace, konspirační teorie, hoax, fake news, manipulace a propaganda. Dále se zaměřuje na seniory, média a riziko ovlivnění médií a popisuje, co je mediální gramotnost.

Výzkum byl uskutečněn skrze polostrukturované rozhovory, které byly realizovány se sociálními pracovníky, kteří pracují se seniory, v různých zařízeních v České republice. Celkově výzkumný soubor tvořilo šest respondentů. Data z rozhovorů byly zpracovány otevřeným kódováním a na základě získaných kódů vznikly čtyři kategorie.

Z výsledků vyplývá, že všichni respondenti považují téma mediální gramotnosti za důležité a myslí si, že senioři jsou skupinou, která je ohrožena mediální manipulací. Jedním z opakovaných důvodů je, že senioři si informace neověřují a ani nepředpokládají, že by se v médiích mohly vyskytovat nepravdy. Následně mediální manipulace v seniorech vyvolávají negativní emoce jako je naštvanost, strach a smutek. Čtyři z respondentů uvádějí, že jim žádná nevládní organizace nenabídla uskutečnění školení pro seniory, které by se zabývalo mediální gramotností.

Sami sociální pracovníci vnímají svou mediální gramotnost pozitivně. Myslí si o sobě, že zvládají ověřovat informace. Většina z nich vnímá, že má prostor pro zlepšení své mediální gramotnosti. Může to souviset s tím, že žádný z dotazovaných sociálních pracovníků neprošel školením, které by se věnovalo mediální gramotnosti.

Tato bakalářská práce může sloužit jako informační zdroj pro sociální pracovníky a veřejnost, pokud by se o tématu dezinformací a mediální gramotnosti ve spojitosti se seniory chtěli informovat.

## 8 Seznam použitých zdrojů

- 1) ALLEN, J., 2020. Fake News in Health and Science. In: How Does Fake News Threaten Society? [online]. 2020. ReferencePoint Press, s. 80 [cit. 2024-3-4]. Dostupné z: [https://books.google.cz/books/about/How\\_Does\\_Fake\\_News\\_Threaten\\_Society.html?id=1atSzQEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.cz/books/about/How_Does_Fake_News_Threaten_Society.html?id=1atSzQEACAAJ&redir_esc=y)
- 2) Akademie mediální gramotnosti [online], 2023. [cit. 2024-4-10]. Dostupné z: <https://akademiedialnigramotnosti.cz/>
- 3) ALVAROVÁ, A., 2022. Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka. 3., rozšířené vydání. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton. ISBN 978-80-7684-056-0.
- 4) BĚLOHRADSKÝ, V., 2024. Věř systému, občane! Esej Václava Bělohradského. [online]. Novinky. [cit. 2024-2-29]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/komentare-ver-systemu-obcane-esej-vaclava-belohradskeho-40459062>
- 5) BOESE, A., 2019. Hroši žerou trpaslíky!. Přeložil Eva KADLECOVÁ. Brno: CPress. ISBN 978-80-264-2716-2.
- 6) BREJCHA, P., 2022. Co říkají výzkumy o české mediální gramotnosti? [online]. Fakescape. [cit. 2024-4-10]. Dostupné z: <https://www.fakescape.cz/blog/medialni-gramotnost-cesko-vyzkumy#:~:text=Je%20jeden%20z%20z%C3%A1kladn%C3%ADch%20p%C5%99edpoklad%C5%AF%20k%C3%BAsp%C4%9B%C5%A1n%C3%A9mu%20vyhled%C3%A1v%C3%AD%C2,pr%C5%AFzkum%20kter%C3%BD%20mapuje%20%C3%BArove%C5%88%20medi%C3%A1ln%C3%AD%20gramotnosti%20%C4%8Desk%C3%A9%20populace.>
- 7) CASSAM, Q., 2020. Konspirační teorie. Praha: Filosofia. ISBN 978-80-7007-653-8.
- 8) ČERNOCH, V., 2022. Konspirační teorie = konec demokracie? Konspirace. 6(1), 18-29.



- 9) DUGNAN, B., 2024. Mass media. [online]. Britannica. [cit. 2024-4-8].  
Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/mass-media>
- 10) EOGHAN, R., 2022. What Is Critical Thinking?: Definition & Examples. [online]. Scribbr. [cit. 2024-4-8]. Dostupné z: <https://www.scribbr.com/working-with-sources/critical-thinking/>
- 11) Fake news jsou jako miny. Když vybuchnou, je zle, říká expert na sociální sítě, 2017. [online]. Ct24. [cit. 2024-3-20]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/media/fake-news-jsou-jako-miny-kdyz-vybuchnou-je-zle-rika-expert-na-socialni-site-103109>
- 12) GREGOR, M., VEJVODOVÁ, P., 2018. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!. Brno: CPress. ISBN 978-80-264-1805-4.
- 13) HlídacíPes.org (Jaro 2023), 2023. [online]. Nadační fond nezávislé žurnalistiky. [cit. 2024-4-10]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/hlidaci-pes-org-jaro-2023/>
- 14) HRICOVÁ, A., ONDRÁŠEK, S., URBAN, D., 2023. Metodologie v sociální práci [online]. Grada [cit. 2024-4-12]. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/metodologie-v-socialni-praci-12106/>
- 15) JIRÁK, J., 2006. Média a jejich role ve společnosti. [online]. METODICKÝ PORTÁL RVP.CZ. [cit. 2024-4-8]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/ZVOF/555/MEDIA-A-JEJICH-ROLE-VE-SPOLECNOSTI.html>
- 16) JSNS, 2023. Stav mediálního vzdělávání na základních a středních školách. [online]. Jsns. [cit. 2024-3-12]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/stav-medialniho-vzdelavani-na-zs-a-ss>
- 17) KADERKA, M., 2019. Mediální výchova: Vysvětlení pro média a širokou veřejnost. [online]. Svetmedii. [cit. 2024-3-12]. Dostupné z: <https://svetmedii.info/medialni-vychova/>
- 18) KROC, V., STULÁKOVÁ, J., 2023. Dezinformace jsou alarmující, nejvíc zasahují děti a seniory, říká zmocněnkyně pro lidská práva. [online]. IROZHlas. [cit. 2024-3-11]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-seniori-deti-lidska-prava\\_2301252245\\_mst](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-seniori-deti-lidska-prava_2301252245_mst)

- 19) LOKAJ, J., KUŽEL, T., NOVOTNÁ, M., 2014. V pasti : Ochrana seniorů před nástrahami moderních technologií. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-525-7.
- 20) MARKOŠ, J., 2022. Síla rozumu v bláznivé době: manuál kritického myšlení. Přeložil Miroslav ZELINSKÝ. Praha: Paseka. ISBN 978-80-7637-344-0.
- 21) NOVOTNÁ, H., ŠPAČEK, O., ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ, M., 2019. Metody výzkumu ve společenských vědách. Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy. ISBN 978-80-7571-025-3.
- 22) NUTIL, P., 2019. Média, lži a příliš rychlý mozek : Průvodce postpravdivým světem. Dotisk. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0716-2.
- 23) NUTIL, P., 2020. Jak neztratit rozum v nerozumné době: o falešných představách, iluzích a předsudcích. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1796-3.
- 24) On-line kurz mediální gramotnosti seniorů, 2024. [online]. Knihovna Kroměřížska. [cit. 2024-4-10]. Dostupné z: <https://www.knihkm.cz/sluzby/vzdelavani/on-line-kurz-medialni-gramotnosti-senioru.html>
- 25) PIKA, T., CIBULKA, J., 2023. Odstíny nedůvěry: osm skupin rozdělených konspiracemi. [online]. IRozhlas. [cit. 2024-2-23]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/spolecnost-neduvbery-serial-dezinformace-vyzkum-skupiny-seznam\\_2306120500\\_pik](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/spolecnost-neduvbery-serial-dezinformace-vyzkum-skupiny-seznam_2306120500_pik)
- 26) PLISKOVÁ, K., 2023. Mediální gramotnost pro seniory. [online]. Mzk. [cit. 2024-4-10]. Dostupné z: <https://duha.mzk.cz/clanky/medialni-gramotnost-pro-seniory>
- 27) Poznáte fake news?, 2021. [online]. Spolecnebezpecne. [cit. 2024-3-20]. Dostupné z: <https://www.spolecnebezpecne.cz/aktuality/poznate-fake-news/>
- 28) PROKOP, D., 2022. Slepé skvrny: o chudobě, vzdělávání, populismu a dalších výzvách české společnosti. Třetí vydání. Brno: Host. ISBN 978-80-275-1078-8.
- 29) REIFOVÁ, I., 2004. Slovník mediální komunikace: agenda-setting, bulvár, dezinformace, kulturní průmysl, masová komunikace, manipulace, novinářská etika, reklama, spirála mlčení, účinky médií, žurnalistika. Praha: Portál. ISBN 80-7178-926-7.
- 30) REICHEL, J., 2009. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3006-6.

- 31) Senioři v ČR v datech, 2023. [online]. ČSÚ. [cit. 2024-3-25]. Dostupné z: Senioři v ČR v datech - 2023 | ČSÚ (czso.cz)
- 32) STRUHÁRIK, F., 2022. Co je nového v médiích. Přeložil Pavlína BORSKÁ. Praha: Nová beseda. CJN. ISBN 978-80-88383-34-5.
- 33) ŠVEŘEPA, M., 2005. Sociální práce a média. Sociální práce [online]. 3(4), 111-119 [cit. 2024-4-7]. Dostupné z: <https://sverepa.eu/wp-content/uploads/2021/01/socialni-prace-a-media-sverepa-1.pdf>
- 34) TÁBORSKÝ, J., 2020. V síti (dez)informací : Proč věříme alternativním faktům. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2014-7.
- 35) VALŮCH, J., BARTOŠ, J., 2023. Metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům [online]. 2023. Praha: Elpida [cit. 2024-4-11]. Dostupné z: [https://medialka.elpida.cz/build/files/metodika\\_medialniho\\_vzdelavani\\_senioru\\_A5\\_online.pdf](https://medialka.elpida.cz/build/files/metodika_medialniho_vzdelavani_senioru_A5_online.pdf)
- 36) Velká část občanů uvěřila předvolebním útokům na konspiračních serverech, ukazuje nový průzkum, 2021. [online]. STEM. [cit. 2024-2-14]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/velka-cast-obcanu-uverila-predvolebnim-utokum-na-konspiracnich-serverech-ukazuje-novy-pruzkum/>
- 37) VERNER, P., 2011. Propaganda a manipulace. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-7452-015-0.
- 38) VRLÁK, M., 2021. Hoaxům věří podle průzkumu nejvíce senioři. Odborníci jim pomáhají se v informacích orientovat. [online]. Ct24. [cit. 2024-2-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/hoaxum-veri-podle-pruzkumu-nejvice-seniori-odbornici-jim-pomahaji-se-v-informacich-orientovat-30719>
- 39) WESTWOOD, J., 2013. Media and Social Work. In: Key Concepts in Social Work Practice [online]. 2013. Sage, s. 137-141 [cit. 2024-4-6]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/260134647\\_Media\\_and\\_Social\\_Work](https://www.researchgate.net/publication/260134647_Media_and_Social_Work)
- 40) ZGODA, K., SHANE, K., 2018. Digital Literacy in Social Work Education. Journal of Nonprofit Education and Leadership [online]. 8(1), 32-40 [cit. 2024-4-8]. Dostupné z: <https://js.sagamorepub.com/index.php/jnel/article/view/8350>

## 9 Příloha

### 9.1 Otázky na polostrukturovaný rozhovor

- 1 - Domníváte se, že téma mediální gramotnosti vzhledem ke skupině, s kterou pracujete, je důležité téma?
- 2 - Dělal/a pro vaše klienty nějaká nevládní organizace školení? Jaké?
- 3 - Myslíte, že skupina, s kterou pracujete, je odolná vůči mediálním dezinformacím, hoaxům, tedy je mediálně gramotná?
- 4 - Jak se to, že je vaše cílová skupina mediálně ne/gramotná, projevuje v jejich soukromém a veřejném chování?
- 5 - Zaznamenal/a jste, že se lidé ve vaší cílové skupině baví o tom, z čeho čerpají informace a jak s nimi dále pracují? Pokud ano, můžete uvést příklad?
- 6 - Jaký mají klienti ve vašem zařízení přístup k internetu, počítači, mobilům?
- 7 - Jsou vaši klienti aktivní na sociálních sítích? Jaké mají sociální sítě?
- 8 - Jaká média sledují? Odkud berou informace?
- 9 - Baví se s vámi klienti o tomto tématu často nebo vůbec? Žádají vás o pomoc?
- 10 - Jak k tématu přistupuje jejich okolí, rodinní příslušníci? Hovoří s vámi o tom?
- 11 - Jak byste ohodnotil svou vlastní mediální gramotnost na škále od 1 do 5, když 1 je „orientuji se skvěle“ a 5 „vůbec se v dané oblasti neorientuji“?
- 12 - Absolvoval/a jste nějaké školení, pokud jde o mediální gramotnost?
- 13 - Vztahovalo se nějaké školení, které jste absolvoval/a na práci s cílovou skupinou nebo bylo pouze všeobecné?
- 14 - Nabídlo vám vaše pracoviště v rámci celoživotního vzdělávání školení zaměřené na mediální gramotnost?
- 15 - Pokud jste se sám/sama snažil/a dovzdělat v této oblasti, z jakých materiálů jste čerpal/a?

16 - Jak byste popsal/a, co je dezinformace?

17 - Jaká média sledujete? Odkud čerpáte informace?

18 - Jaké máte sociální sítě?

19 - Podlehnou mediální manipulaci častěji muži nebo ženy? Proč si to myslíte?

20 - Popište mi situaci, kdy jste se setkal s mediální manipulací u seniorů. Jak jste tuto situaci řešil/a?

21 - Mohl/a byste vysvětlit, co je to konspirační teorie?

22 - Je něco, o čem jsme nemluvili, a chtěl/a byste to zmínit?

## **10 Seznam obrázků a tabulek**

### **Obrázky**

Obrázek 1: Mediální gramotnost seniorů

Obrázek 2: Zdroje informací seniorů

Obrázek 3: Mediální gramotnost sociálních pracovníků

Obrázek 4: Zdroje informací sociálních pracovníků

### **Tabulky**

Tabulka 1: Pracovní působení respondentů