

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

Diplomová práce

Bc. Izabela Janiš

Rizika online prostředí u seniorů

Olomouc 2021

Vedoucí práce: PhDr. René Szotkowski, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně a veškeré literární prameny a informační zdroje, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

V Olomouci dne 1. června 2021

.....

Bc. Izabela Janiš

Poděkování

Děkuji PhDr. Renému Szotkowskému, Ph.D. za odborné vedení, podnětné připomínky, a cenné rady i doporučení při zpracování mé diplomové práce.

Dále chci poděkovat svému manželovi Mgr. Kamilovi Janišovi, Ph.D. za jeho podporu, podnětné postřehy, inspiraci i kritický pohled, ale také za cennou pomoc se statistickým zpracováním dat empirické části. V neposlední řadě i své dceři za její empatii a rodině, která mi byla po celou dobu studia oporou.

Obsah

ÚVOD	7
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 RIZIKOVÉ CHOVÁNÍ	12
1.1 ZÁKLADNÍ POJMY RIZIKOVÉHO CHOVÁNÍ.....	14
1.2 ONLINE PROSTŘEDÍ V SYSTÉMU RIZIKOVÉHO CHOVÁNÍ	18
1.3 VYBRANÁ RIZIKA ONLINE PROSTŘEDÍ U SENIORŮ	21
1.3.1 Kyberšikana	33
1.3.2 Podvodné jednání	35
1.3.3 Hoax, fake news, deep fake	37
1.3.4 Spam	45
1.3.5 Phishing	46
1.3.6 Romance scams	49
2 SENIOR	52
2.1 FYZICKÉ ZMĚNY U SENIORŮ	53
2.2 PSYCHICKÉ ZMĚNY U SENIORŮ.....	55
2.3 SOCIÁLNÍ ZMĚNY U SENIORŮ	57
3 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST U SENIORŮ	60
3.1 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST SENIORŮ V ONLINE KOMUNIKACI	63
3.1.1 Sociální sítě	66
3.1.2 E-mail	71
3.1.3 Média	72
3.2 PREVENCE ONLINE RIZIK U SENIORŮ	73
3.2.1 Prevence online rizik na veřejné úrovni s podporou státu.....	75
3.2.2 Náplň volného času jako prevence	78
II EMPIRICKÁ ČÁST	82
4 ZHODNOCENÍ AKTUÁLNÍHO STAVU	83
4.1 PRÁCE NA TÉMA: BEZPEČÍ SENIORŮ V INTERNETOVÉM PROSTORU	83
4.2 PRÁCE NA TÉMA: SENIOŘI A INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE	84

4.3 PRÁCE NA TÉMA: STARCI NA NETU – VÝZKUMNÁ ZPRÁVA 2018	85
5 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ.....	87
5.1 CÍLE, OTÁZKY A HYPOTÉZY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	87
5.2 VÝBĚR VZORKU DO VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ	88
5.3 METODA VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	89
6 VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	91
7 DISKUZE VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	109
ZÁVĚR.....	112
PUBLIKAČNÍ ČINNOST AUTORKY.....	116
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ	117
SEZNAM ZKRATEK	129
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	130
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	131
SEZNAM PŘÍLOH	132
ANOTACE	

Úvod

Rychlý vývoj online prostředí a současného internetu reflektuje pokrok, ke kterému dochází v relativně svobodném a širokém prostoru, který je příležitostí pro subjekty v něm podnikající za účelem generování zisku. Odehrává se tak ve specifických podmínkách jisté závislosti uživatelů pohybujících se v tržním veřejném sektoru nabídky a poptávky, aniž by si to mnohdy uvědomovali. Toto specifické online prostředí oslovuje široké spektrum uživatelů svou nabídkou převážně vizuálních vjemů, které na uživatele, a tedy i seniory, působí v mnohých případech tak, že si jej neuvědomují a působí často nepřímo. Nemáme zde možnost nabízející službu nebo konkrétní zboží vyzkoušet, využít smysly jakými jsou hmat, čich, chuť, verbální okamžitá výměna informací o službě tváří v tvář poskytovateli. Vzniká tak zajímavý ukazatel rovnovážného prostředí, v němž se společnosti podnikající na internetu snaží uživatele dostat do závislosti, která jim přináší stav nesvobody a zároveň, aby bylo možné takové prostředí vytvořit, nutně potřebují kvalifikované a svobodné zaměstnance schopné myslet inovativně, tvořit zajímavé prostředí nabídky. Online prostor využívá jednak státní sféra prostřednictvím svých institucí k předávání informací občanům, ke své prezentaci, ke komunikaci, ale také soukromá sféra subjektů podnikajících a také sektor uživatelů, kteří jsou příjemci, účastníky a zároveň tvůrci poptávky. Tento otevřený prostor zaměstnává schopné, inovativně myslící a kreativní jedince, jejichž pracovní náplní je zpracování nabídek tak, aby byly lákavé a oslovily co největší spektrum uživatelů. Kromě tržního prostředí nabídky a poptávky zde dochází také k výměně informací z různých zdrojů, které jsou zveřejňovány taktéž za účelem oslovení co možná nejširšího počtu jedinců cílové skupiny, na kterou jsou zaměřeny, a neřídka dominují informace manipulativní, zavádějící apod. Uspěť a orientovat se v síti online prostředí vyžaduje vlastní iniciativu ve vzdělávání, třídění daných informací prostřednictvím spojení s jinými lidmi ke konstruování nových znalostí, ověřování daných informací aj. Vytvoří se tak prostředí, v němž dochází k co největší osobní aktivizaci za účelem poznávání.

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické části s podkapitolami. Cílem teoretické části práce je vymezit základní pojmy, se kterými se v online prostředí senior setkává nejčastěji, a popsat rizika, která jsou nejčastější hrozbou pro seniorskou populaci, která se v online prostředí setkává s novými pojmy, jiným způsobem chování i s kriminální činností, která s riziky souvisí. Odlišný způsob získávání a vyhodnocování informací, propojení činností s novými technologiemi způsobují změny osobních vlastností,

chování jedince i způsobů poznávání. Senioři, stejně jako děti jsou riziky online prostředí vystaveni více, protože novost situace a jejich důvěřivost vytváří prostor k úspěšným kriminálním útokům.

Teoretická část diplomové práce je strukturována do tří kapitol. V úvodu první kapitoly autorka práce vymezuje rizikové chování a začleňuje jej do struktury systému sociálně patologických jevů. Jednotlivé podkapitoly objasňují základní pojmy, které souvisí s riziky online prostředí, jako jsou kyberšikana, podvodné jednání, hoax, fake news, spam, phishing a romance scams. Druhá kapitola vymezuje seniorský věk a obsahuje klíčové změny, které přináší sénium a to jak v oblasti kognitivních funkcí seniora z hlediska vývojové psychologie, tak i charakteristické fyzické změny specifické involučními procesy, které mají vliv na náchylnost seniora k rizikům v online prostředí. Pozornost je věnována také sociálním vlivům, které nastávají u jedinců s odchodem z aktivního profesního života do starobního důchodu. Třetí kapitola je věnována mediální gramotnosti seniorů v online prostředí a vybraným médiím, které denně používají. Za vybraná média byla zvolena nejčastěji používaná média současné doby: televize, tisk a internet. Poslední část třetí teoretické kapitoly se zabývá prevencí rizik v online prostředí u seniorů na různých úrovních. Vymezuje také prevenci specifickou a nespécifickou (všeobecná, indikovaná, selektivní).

Empirická část vychází z teoretického vymezení diplomové práce a je zahájena čtvrtou kapitolou, která hodnotí aktuální stav řešeného problému, přičemž představuje zjištěná data výzkumu tří vybraných českých projektů realizovaných na podobné téma v předchozích letech, které jsou řazeny chronologicky. Pátá kapitola se zabývá metodologií provedeného výzkumného šetření, uvádí cíle šetření, výzkumné otázky a hypotézy výzkumu, ale také vlastnosti zkoumaného vzorku i použitou metodu sběru dat. Výsledky, jež byly zjištěny kvantitativně orientovaným výzkumným šetřením s využitím dotazníkové techniky, jsou prezentovány v šesté kapitole. Výsledky zkoumání jsou hodnoceny a zároveň komparovány s vybranými daty předchozích studií v poslední kapitole s číslem sedm, a to s ohledem na stanovené výzkumné otázky a hypotézy.

Tohle téma si autorka práce zvolila z několika důvodů. Jedním z důvodů je reálný kontakt se seniorskou populací v osmileté praxi bankovního poradce, který poskytuje pohled na danou problematiku rizik online prostředí u seniorů vlivem nedostatečných znalostí a zkušeností v tomto rychle se vyvíjejícím prostředí. Autorka práce se prevencí a rizikovým jevům u seniorů zabývala už dříve v bakalářské práci na téma Finanční gramotnost jako prevence zneužívání seniorů (Procházka Šeböková, 2019). Posledním a také ne méně

významným osobním důvodem je subjektivní pocit, že se stále málo autorů věnuje problematice rizik online prostředí u seniorské populace. Nalezneme značný počet prací i výzkumů, které se věnují dětem, ale velmi málo zabývajících se starší generaci, která se s riziky nových technologií mnohdy musí vyrovnat sama až ve chvílích, kdy je tímto rizikem sama ohrožena.

Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je popsat vybraná rizika online prostředí u seniorů a zjistit prevalenci nejčastějších rizik, se kterými se mohou setkat. Cíle práce autorka plní pomocí dílčích teoretických a empirických cílů.

Dílčí teoretické cíle

- Vymežit základní pojmy online rizik u seniorů.
- Popsat cílovou skupinu, na kterou je zaměřeno téma práce.
- Popsat mediální gramotnost u seniorů.
- Vymežit základní prevenci u online rizik.

Dílčí empirické cíle

- Zhodnotit aktuální stav výzkumů řešeného problému.
- Zjistit nejčastější rizika chování u vybraného vzorku seniorů v online prostředí.
- Zjistit, zda-li se senioři setkali s podvodným jednáním v kyberprostoru.
- Zjistit, jakým způsobem ověřují senioři informace zjištěné v online prostředí.
- Zkoumat, zda senioři ověřují informace, které obdrželi prostřednictvím online komunikace.

I TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část se skládá ze tří kapitol, které objasňují specifika seniorského věku z pohledu vývojové psychologie a specifické aspekty i rizika online prostředí. Seznámení se se základními pojmy, se kterými se setkává senior v online prostředí je klíčové pro pochopení závažnosti absence základní mediální gramotnosti u seniorů, kteří jsou také uživatelé internetu, a tedy i sdíleného online prostředí, účastníky nebo konzumenty vybraných médií, které mají vliv na chování i kvalitu života jedince. Pro objasnění celé problematiky rizikových faktorů autorka práce objasní také pojmy související s riziky v online prostředí a rizikovým chování seniorů v online prostředí.

Abychom dokázali spojitost online prostředí s projevy rizikového chování, je nezbytné v **první** kapitole definovat rizikové chování a zařadit jej do systému sociálněpatologických jevů, ale také blíže specifikovat vybraná rizika online prostředí. V rámci **druhé** kapitoly se podrobně věnujeme vymezení sénia a stěžejním změnám, které nastávají v období přechodu jedinců z aktivního profesního života do starobního důchodu, změnám kognitivních funkcí z pohledu vývojové psychologie, které mají vliv na vnímání online prostředí, ale také změnám fyzickým a sociálním u seniorů. **Třetí** kapitola představuje vybraná média online prostředí, která senioři denně používají, rizikové jevy nebezpečné komunikace v online prostředí, se kterými se setkávají, a nezbytné mediální gramotnosti, která je důležitým předpokladem k orientaci v tomto pro seniory novém prostředí. Závěr teoretické části seznamuje s prevencí nezbytnou k minimalizaci projevů rizikového chování.

1 Rizikové chování

Abychom pochopili problematiku rizik, se kterými se senioři v online prostředí setkávají, je zapotřebí definovat pojem rizikové chování a objasnit, k jakým projevům rizikového chování dochází. Obecně lze říct, že problematikou rizikového chování se zabývá celá řada vědních oborů – adiktologie, sociální pedagogika, pedagogika volného času, sociální práce aj. (viz níže) a také celá řada autorů, např. Václav Bělík, Kamil Janiš ml., Blahoslav Kraus, Jitka Skopalová, Jiří Škoda aj. Lze jej definovat jako interdisciplinární společenský problém, který zkoumá pedagogika, psychologie, sociologie – zejména pak sociální patologie, kriminologie, medicína, adiktologie a další vědní obory.

Nejvhodnější vymezení uvádí Bělík a Hoferková (2018, s. 9), kteří definují rizikové chování maximálně jednoduše, avšak naprosto srozumitelně. Zároveň umožňují i širší aplikaci daného, aby nebylo chápáno, že primárně svým rizikovým chováním jedinec ohrožuje ostatní, ale především i sám sebe nebo se stává obětí. Z níže uvedené definice je následně vycházeno v diplomové práci. Jedná se o:

„Jednání (projevující se také v online prostředí) nepřijatelné pro společnost bývá označováno i dalšími pojmy: problémové, návykové, nekonformní, abnormální, antisociální, anomální, agresivní, asociální, delikventní, kriminální, delikventní, deviantní, poruchové, nepřizpůsobivé, rizikové, maladaptivní, sociálněpatologické“

Svoboda, Hoferková a Bělík (2019, s. 9) poukazují na dva významy pojetí rizikového chování či rizikových jevů. První význam chápe rizikové jevy jako označení pro všechny projevy nežádoucího chování bez rozlišení stupně závažnosti pro společnost, které představují riziko ohrožení pro samotného jedince nebo jeho blízkého okolí poškozením zdraví. Druhé pojetí vnímá rizikové chování jako méně závažné projevy, které ještě nedosahují patologické úrovně.

V obou přístupech je patrné riziko poškození zdraví jedince ať už se jedná o jednání, které porušuje platné společenské normy a lze hovořit o předstupni závažnějších forem jednání, označovaných již za sociálněpatologické či kriminální anebo se jedná již o přímé konkrétní dopady do zdravotní oblasti jedince.

Janiš ml. a Skopalová (2016) poznamenávají, že téma volného času a jeho využití je často spojováno s dětmi a mládeží.

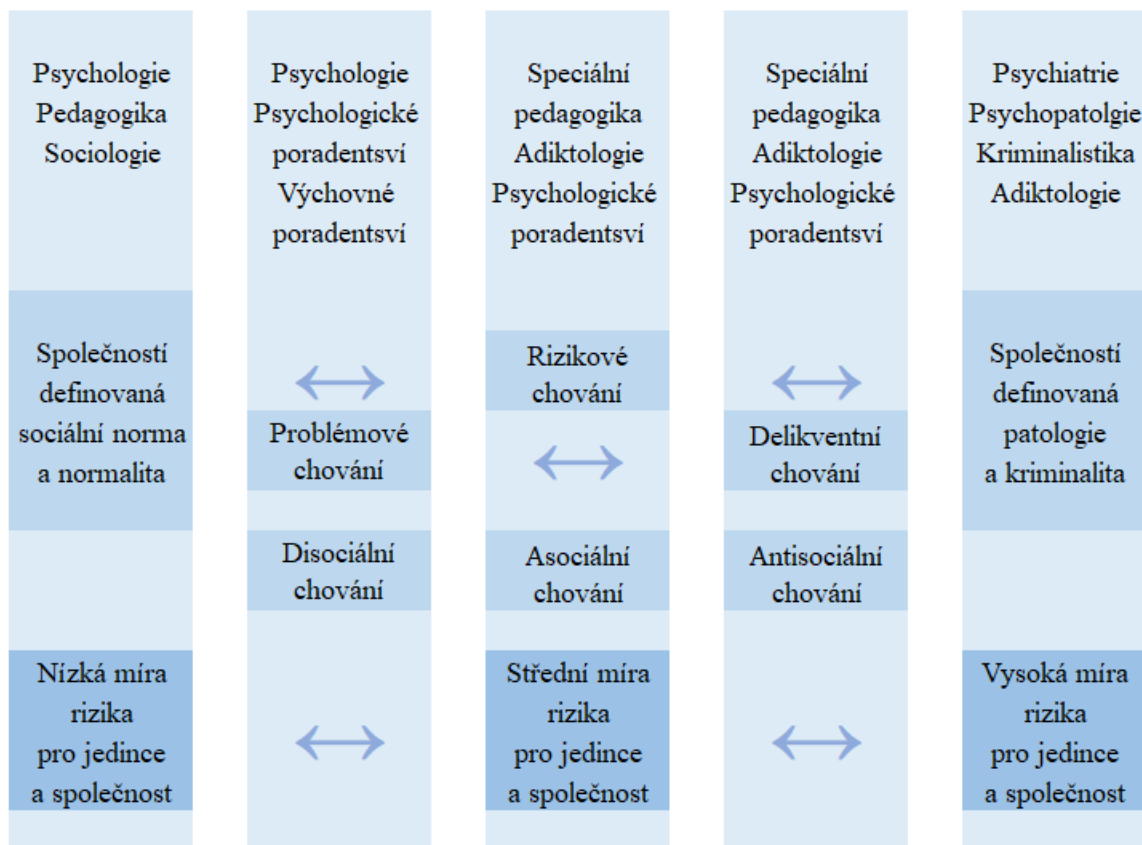
Analogicky lze podobnou paralelu spatřovat i u rizikového chování, kdy podoby rizikového chování spojujeme primárně s totožnou skupinou jako u volného času s výjimkou forem rizikového chování typických pro dospělé (nezaměstnanost a určité typy trestné činnosti). Někdy je až nepředstavitelné, že by se rizikové chování objevovalo i u seniorů, ale objevuje se prakticky totožné spektrum. Stávají se oběťmi např. phishingu (bude vysvětleno níže v subkapitole 1.3.5), objevují se závislosti, bilanční sebevraždy aj. V některých případech trpí tzv. syndromem EAN (Elder Abuse and Neglect), syndromem špatného zacházení se seniory. Ten lze také interpretovat jako „zanedbávání seniora“, který blíže specifikují např. Kalvach (2008, s. 355), anebo Zimmelová (2006) jako „násilí na seniorech“. V kontextu práce se však autorka termínem EAN dále nebude zabývat, proto je zde pouze uveden. A nebude dále v práci specifikován.

Kalvach a kol. (In Vágnerová, 2014, s. 593) ke zneužívání seniora uvádí, že senior vždy není schopen náhledu na situaci, nedokáže se účinně bránit, a proto může být poškozován dlouhodobě.

V kontextu práce se tak rizikové chování v online prostředí objevuje i u seniorů, a jak bude uvedeno v konkrétním případě (podkapitola 1.3.6) tak k nim dochází opakovaně a dlouhodobě, nicméně autorka práce k tématu přistupuje i z jiného pohledu a to tak, že nejsou pouze oběťmi a závažnost jejich rizikového chování lze charakterizovat jako sociálněpatologické jevy, které blíže objasníme.

Fischer a Škoda (2014, s. 15) upřesňují závažnost problematiky variabilní škály sociálněpatologických jevů ve společnosti, kdy každý takový jev má svoji míru nebezpečnosti. Platí zde přímá úměra: čím vyšší je negativní důsledek pro společnost, tím vyšší zájem společnosti je řešit závislostní chování, kriminalitu, delikvenci, organizovaný zločin a další. Jde o celosvětově závažné společenské problémy, které by vedly, pokud by je společnost ignorovala a trend vývoje nežádoucích jevů by z kvantitativního i kvalitativního hlediska pokračoval, by vedly k ohrožení funkčnosti celé společnosti.

Následující schéma (obrázek č.1) demonstruje vzájemné vztahy a prolínání patologického chování a jeho míry závažnosti pro společnost a normality, tedy normy, kterou si společnost v České republice nastavila jako hranici mezi chováním, které je ještě akceptovatelné a chováním, které společnost odmítá a nechce akceptovat jako normální. Dále jsou ve schématu vyobrazeny vědní obory, které se danou problematikou zabývají. Vyobrazené šipky lze také chápat jako pomyslnou hranici a také vzájemné vztahy, které jsou ovlivněny.



Obrázek č. 1: Rizikové chování mezi normalitou a patologií

Zdroj: Dolejš (2010, s. 21) in Bělík a Hoferková (2018, s. 44)

1.1 Základní pojmy rizikového chování

Následující kapitola blíže specifikuje pojmy „rizikové chování“, které jsme si vymezili v předchozí kapitole, a také pojem „sociálněpatologické jevy“. Vysvětluje jejich vzájemný vztah neboli jejich podobnost. Objasněny jsou i další pojmy, které s nimi úzce souvisí a setkáváme se s nimi v online prostředí.

Rizikové chování v online prostředí se projevuje v neadekvátních sociálních reakcích, které se odlišují od norem uznávaných v dané společnosti. V důsledku takového chování dochází k prokazatelnému nárůstu zdravotních, sociálních, výchovných a dalších rizik pro jedince i pro společnost. Charakteristikou těchto jevů, jejich formou, prevalencí, důsledky pro společnost i jedince, příčinami takového jednání a také možností řešení ze strany společnosti se zabývá obor sociální patologie. Rizikové chování lze tedy chápat i jako **sociálněpatologické jevy**.

Fischer a Škoda (2014, s. 15) poukazují na vzrůstající tendenci, kterou lze dle statistik (uvedeno níže v kapitole 1.3) pozorovat i v dalších letech a v současnosti:

„V posledních letech můžeme zaznamenat značný nárůst jevů, které označujeme jako sociálněpatologické. Jedná se o variabilní škálu jevů, které vnímáme z hlediska společenského hodnocení jako nechtěné, nežádoucí nebo až nepřijatelné.“

Mezi takové jevy se řadí také rizikové chování i sociálněpatologické jevy, které svým protispolečenským charakterem porušují normy společnosti. Online prostředí jako prostor společenského kontaktu, ačkoliv virtuálního, vzdáleného, nicméně založeného na interakci jedinců, kteří tento prostor sdílejí, se také řídí společenskými normami mnohdy s přesahem do různých etnických či kontinentálních subkultur, ve kterých mohou platit jiná pravidla. Uživatelé, tedy i senioři, online prostředí se využíváním konkrétních webových stránek, uživatelských platforem, sociálních sítí nebo e-shopů a dalších internetových portálů zavazují neporušovat svým jednáním zásady a uvedená pravidla. Odsouhlasením uživatelských podmínek (např. na sociálních sítích) se zaručují dodržovat určitý kodex chování, to znamená vyvarovat se například psaní nevhodných komentářů, vkládání fotografií a příspěvků, které by ohrožovaly soukromí vlastní či soukromí jiných uživatelů nebo zasahovaly do autorských práv třetích osob, ale také zveřejňování klamavých a nepravdivých informací.

Jak vyplývá z výzkumné zprávy Starci na netu (2018) z celkových 1072 respondentů z nichž 25,93 % bylo seniorského věku nad 65 let, kteří v 41 % začali používat internet sami, bez vlivu jiné osoby a lze tedy předpokládat, že nebyli nijak poučeni o bezpečném zacházení, respektive rizikovém chování, rizikových jevech, se kterými se mohou setkávat v online prostředí tudíž obdrželi-li např. phishingový e-mail (viz. kapitola 1.3.5) lze usuzovat, že nebude schopen rozeznat pravdivost informace a nebude vědět jak s takovou zprávou zacházet. V 28 % pak seniory k používání internetu přivedla potřeba využívat informační technologie s připojením k internetu v zaměstnání, případně jejich děti (15 %), nebo známí a přátelé (6 %) či vnuci (5 %) a u nich lze konstatovat, že nějaké minimální doporučení s odkazem na obezřetnost dostali.

Sociálněpatologickými jevy, které byly popsány se zabývá obor sociální patologie. Samotný **sociální patologie** bývá nahrazován pojmem **sociální deviace**, **sociální dezorganizace**. Pojmy se liší. Sociálněpatologické jevy se řadí vždy mezi negativní. Deviantní nemusí vždy být patologické, ale může se jednat o pozitivní odchylku například odchýlení od normy přeháněním pozitivního postoje), která je emocionálně a hodnotově neutrální.

Dezorganizaci lze chápat jako rozklad systému norem ve společnosti (Fischer a Škoda, 2014, s. 16). Rizikové chování zastřešuje širokou škálu různých typů extrémních projevů běžného chování (např. extrémní sporty) až po chování hraničící s patologickým (xenofobie).

Užití pojmu rizikové chování i s odkazem na definici Bělíka a Hoferkové se tedy jeví jako vhodné pro tematické zaměření diplomové práce. Sociální deviace ve spojitosti s užíváním mediálního prostoru subjektivně vnímáme jako minimálně méně vhodné, především však jsou „pozitivní sociální deviace“ v tomto kontextu méně představitelné. U seniorů by mohlo být uvažováno o přehnané šetrnosti vedoucí až k vlastnímu nezáměrnému sebepoškození (konzumace zdravotně závadných potravin, zanedbávání osobní hygieny apod.).

Dle autorky tak pojem sociální deviace či sociálnědeviantní chování není vhodný pro vybrané téma diplomové práce.

Velký sociologický slovník (1996, s. 758) termín **sociální patologie** vysvětluje jako společenské jevy nežádoucí, nezdravé, nenormální, tzn. společensky nebezpečné, negativně sankcionované formy deviantního chování. Sociální patologie, tedy nezdravé, abnormální, nežádoucí společenské jevy se snaží společnost eliminovat doporučenými postupy. Takovými postupy jsou jednak obecně závazné společenské normy, pravidla, zákony a další. V případě jejich porušení adekvátní obranná reakce společnosti ve formě trestu (od upozornění na nevhodné chování až po uvěznění), **sankce** (např. finanční pokuta, zákaz činnosti), odepření služby (zrušení využívané služby, zablokování činnosti nebo sebeprezentace) atd. Je to reakce ostatních na chování jednotlivce nebo skupiny s cílem zajistit dodržování normy dané společností. Může být negativní, tedy trest (pokuta, pokárání), ale i pozitivní (pochvala, finanční odměna), a tedy formální (kontrolovaná orgány státní správy) a neformální (rodičem, nebo blízkým okolím).

Normy a pravidla se mohou lišit mezi jednotlivými kulturami, ale také mezi subkulturami uvnitř dané společnosti. Jak uvádí Hoferková, Kraus, Bělík (2017), to, co je v naší zemi považováno za normální, může být v jiné považováno za deviantní nebo nežádoucí. I v online prostředí je potřeba věnovat náležitou pozornost seznámení se s pravidly používaného prostředí, ačkoliv lze obecně říct, že v jednotlivé společnosti sociálního prostředí existuje určitá nepsaná míra snášenlivosti chování a dodržování norem druhými jednotlivci. Míru snášenlivosti vymezují jako **toleranční limit**.

Schopnost přizpůsobit se psaným i nepsaným pravidlům společnosti – **konformita** je ve společnosti podporována také různými „*typy formálních a neformálních odměn (pochvaly,*

ocenění apod.)“ a v případě neochoty přizpůsobit se sankcemi (formální zákonné, kontrolované kontrolními orgány a neformální), které mají zajistit dodržování stanovených žádoucích pravidel (Fischer a Škoda, 2014, s. 26).

Stejní autoři objasňují také normu v online prostředí, v mediálním prostředí, prostředí médií, které jsou blíže specifikovány v subkapitole 3.1.3 této práce: „*Při vymezení normality mají v současné době značnou úlohu média. Bylo by dokonce možné vymezit nějakou **mediální normu**, která zahrnuje to, co je opakovaně a často atraktivním způsobem prezentováno jako žádoucí nebo standardní. Jedná se často o idealizovanou realitu, kdy je jako norma prezentován určitý vzor, symbol, který je proklamován za standard přesto, že se jedná o extremitu.*“

V prostředí médií (internet, televize, tisk a další viz kapitola 3.1) je zmiňovaná mediální norma předkládána příjemcům způsobem, jakým jej prezentuje Fischer a Škoda (2014, s. 26) a na příkladu normy dle Thompsona (1995), kde je za normální považováno být krásný, štíhlý, bohatý, zdravý, šťastný atd., kdy je ale prakticky nemožné se takovému ideálu vyrovnat. Na tomto způsobu prezentace je založena reklama nabízející přípravky, jejichž používáním má být žádoucího ideálu dosaženo. Podobně jsou založeny reklamy cílící na seniory, které prezentují seniora jako nemocného a nabízí mu řešení v podobě předražených doplňků zdraví, různých přípravků, o jejichž funkčnosti a efektivitě se dá pochybovat.

Výše uvedená citace a parafráze je velice podstatná, a to nikoliv pouze v souvislosti s reklamou cílící na seniory. Média (především televize) prostřednictvím zpravodajství vytváří obraz toho, že jimi prezentované informace se běžně dějí – např. okrádání seniorů, autonehody apod. Ano, tyto věci se dějí, ale nejsou dominantní ve společnosti. Běžný život je často prezentován v nekonečných seriálech, ve kterých jsou jednotlivé postavy pro svou jednoduchost prezentovány stereotypně. Ve spojitosti s jistou mírou sociální izolace seniorů, mediální prezentace světa, informační a mediální gramotnosti apod., může docházet k přesvědčení seniorů, že jsou diskriminováni, ohroženi, obětmi ageismu, který může být i „opačný“. Takto prezentovaná mediální norma může přispívat k jistým formám rizikového chování (ageismus, abúzus doplňků stravy), ale i chování, které není sice žádoucí, ale není označeno za rizikové (mezigenerační bariéry).

Další pojem, který souvisí s online prostředím a je potřeba jej objasnit je pojem **virtuální prostor**, který nám umožňuje vytvářet, sdílet informace a zážitky, šířit informace, data, zprávy, soubory cíleně s určitým úmyslem a je seniory využíván. Tento úmysl může být vědomý, nevědomý, adresný, nekonkrétní, spontánní, ale i účelný, a šíří se obsah pravdivý s cílem

podělit se o radostné události, získat zpětnou vazbu, ušetřit nebo někomu pomoci, ale také nepravdivý s cílem poškodit nebo naopak idealizovat, případně prodat nějakou službu nebo konkrétní zboží.

Mezi podmínky ve společnosti, které takové šíření podněcují, jsou dle Urbana a kol. (2011):

- neúplnost nebo nedostatek informací,
- nedůvěra k dostupným informacím,
- izolace skupiny obyvatel od ostatní populace,
- krizové situace, kdy se cítí obyvatelé ohroženi (např. ekonomická krize)...

Szotkowski a kol. (2013, s. 20) nám logicky připodobňuje, proč se senior v online prostředí orientuje hůř než jedinec o několik generací mladší: „*Obecně platí, že schopnost přizpůsobovat se novým technologiím je bližší dětem než dospělým, neboť objevování je nedílnou součástí jejich života. Děti se s novinkami virtuálního světa seznamují rychleji než dospělí, kteří mají svůj čas vázaný na jiné aktivity a na ono objevování jim už tolik prostoru a energie nezbyvá.*“

K výše uvedené definici je nutné doplnit, že u dospělých je také rozhodující charakter jejich zaměstnání. I když v každém oboru dochází k technologickému pokroku, tak někteří dospělí jsou k takovému kroku rezistentní. Jako typický příklad lze uvést současnou (a snad již končící) online výuku, kdy autorka z vlastní zkušenosti může potvrdit, že někteří učitelé nerealizovali žádný progresivní vývoj, neuměli techniku ovládat (po více než roce), a naopak děti se velmi rychle přizpůsobily a naučily ovládat software, který k online výuce používaly.

Ačkoliv předpokládáme, že senior v důchodovém věku má již dostatek času na vzdělávání se v online prostředí a často je poučen o zásadách bezpečného chování v tomto prostředí svým okolím, tak navzdory dobře míněným radám i dostatku času často přehlédne detaily, které zkušenějšímu uživateli evokují varovné signály a indicie vedoucí k odhalení pokusu o podvodné jednání. Touto problematikou se zabývá kapitola 1.3 zaměřená na konkrétní rizika.

1.2 Online prostředí v systému rizikového chování

S ohledem na rozsáhlost sociálněpatologických jevů, které se v online prostředí odehrávají, a také s přihlédnutím na výzkumy (ČSÚ, 2020), které prezentují nízké procento

uživatelů internetu, konkrétně 12 % u seniorů 75+ a 38,6 % u populace ve věku 65–74 let, hovořit o častějším výskytu spíše obavy z nových technologií (technofobie) než o závislostním chování v online prostředí u starší generace, proto se autorka práce zaměřila na tu část rizik online prostředí, ve které se senioři stávají obětí cílených útoků zaměřených na zranitelnou část populace. Převážně tedy budou blíže specifikována rizika plynoucí z podvodných útoků, dezinformací a manipulace.

V návaznosti na předchozí subkapitolu, resp. její konec, je u dat Českého statistického úřadu podstatná ještě jedna skutečnost. Přijmeme-li za skutečnost, že v nějaké formě veřejně dostupný internet je v ČR cca 20 let, tak uvedené věkové kategorie byly přirozeně o tolik let mladší. Za tuto relativně dlouhou dobu nebyli žádnými skutečnostmi přirozeně „donuceni“ využívat internetové připojení, např. státní správou, což bylo patrné např. u současného Sčítání 2021, registrace k očkování. Vzhledem k „postupu“ digitalizace státní správy vyplývá, že téměř všichni uživatelé internetu výše uvedených věkových skupin jej využívají pro svůj volný čas.

Řada seniorů svůj volný čas tráví v online prostředí, a to s různými záměry. Jsou tak vystaveni jevům již popsaným. Rizikové chování, sociálněpatologické jevy ve společnosti, sociální deviace, tedy způsoby chování, které porušují morální, sociální nebo právní normy se vyskytují také v online prostředí, v prostředí sociálních komunit, v prostředí sociálních sítí, v médiích, jejichž příjemci, konzumenty a účastníky jsou také senioři. Škála těchto jevů, kterými se zabývá sociální patologie (popis jevů, analýza příčin i zdrojů, prevence) je široká. Bezesporu se v online prostředí setkáváme s projevy sociální deviace (odchyly, úchyly, nekonformní chování akceptované většinou populací, narušující sociální normy), nelátkovými závislostmi, což je tedy dle Fischera a Škody (2014) patologické používání či provozování daných aktivit na sociálních sítích (netholismus), dále pak se závislostí na virtuálních vztazích, nadměrným online nakupováním (oniomanie), závislostí na mobilních telefonech (nomofobie), ale také s projevy agresivity, nenávistným chováním, podněcováním k rasismu, šířením poplašných zpráv, kriminálním (trestným) chováním v podobě podvodného jednání ať už v prostředí online obchodů (e-shop), online seznamovacích webů, anebo phishingových útoků s úmyslem způsobit škody na majetku, obtěžováním, šikanou a dalšími, kterými se kromě sociální patologie zabývá i trestní právo, kriminologie a další obory.

V online prostředí dochází k porušování pravidel, společenských norem, narušování práv nebo soukromí jiných. Tyto specifické aspekty nežádoucího chování v online prostředí bývají souhrnně označovány jako kybernetická kriminalita, jejíž následky řeší Policie České republiky.

„Kybernetická kriminalita, dříve také označovaná jako informační kriminalita, je definována v Policii ČR jako trestná činnost, která je páchána v prostředí informačních a komunikačních technologií včetně počítačových sítí. Samotná oblast informačních a komunikačních technologií je buď předmětem útoku, nebo je páchána trestná činnost za výrazného využití informačních a komunikačních technologií jakožto významného prostředku k jejímu páchání“ (PČR, 2020).

Ke kybernetické kriminalitě uvádí Smejkal (2018, s. 103), že nové technologie vytvořily živnou půdu podvodníkům, kteří začali využívat počítače pro „klasickou“ trestnou činnost, která je ale nyní snáze proveditelná.

Z definice Policie České republiky vyplývá, že senioři se častěji stanou oběťmi trestné činnosti za využití informačních a komunikačních technologií.

Trestní zákoník (Zákon č. 40/2009 Sb.) v hlavě V „Trestné činy proti majetku“ specifikuje převážnou většinu trestných činů proti důvěrnosti, integritě a dostupnosti počítačových dat a systémů. Trestné činy jsou upravené Zákonem č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník, ve znění pozdějších změn a předpisů, páchané ve vztahu k datům – uloženým informacím (§ 230 neoprávněný přístup, § 231 opatření a přechovávání přístupového zařízení a hesla, § 232 poškození záznamu a zásah do vybavení počítače z nedbalosti), dále upravuje vztahy k datům, při nichž je počítač prostředkem k jejich páchání. K tématu práce, pro ilustraci naplněných trestních činů souvisejících s rizikovým chováním, autorka uvádí příklady konkrétních paragrafů, které se vztahují přímo k rizikům online prostředí, s nimiž se senioři setkávají a jsou v této práci blíže specifikována dle Smejkala (2018) jako vybraná:

- phishing s úmyslem zneužití osobních údajů (§ 177 útisk, § 180 neoprávněné nakládání s osobními údaji, § 181 poškození cizích práv, § 229 zneužívání vlastnictví),
- spam jako možné podněcování k nenávisti vůči skupině osob nebo k omezování jejich práv a svobod (§ 356),
- hoax a fake news jako šíření poplašné zprávy (§ 357),
- podvodné jednání (§ 209 podvod, § 175 vydírání, § 234 neoprávněné opatření, padělání a pozměnění platebního prostředku),
- romance scams (§ 175 vydírání) a další.

V uvedených ustanoveních jsou implementovány závazky z Úmluvy Rady Evropy o kybernetické kriminalitě a z rámcového rozhodnutí Rady EU 2005/222/SV o útocích proti informačním systémům (PČR, 2020).

V kontextu této práce mezi méně závažné projevy lze zařadit kupříkladu převzetí a šíření spamu, šíření poplašné zprávy atd. Mezi patologické nežádoucí chování již ohrožující jedince nebo jeho okolí lze považovat kybernetické útoky v online prostředí s úmyslem zcizení identity jedince nebo zneužití osobních údajů, respektive kyberšikanu (vydírání, pomluva atd.). Na rizikové projevy v online prostředí je potřeba ale nahlížet ze dvou uhlů, přičemž jeden je z pohledu oběti, tedy jedince, na něhož je útok zacílen. Tomuto pohledu odpovídá dříve uvedený příklad útočného jednání s cílem poškodit druhou osobu. V online prostředí ale dochází i k patologickému chování, které řadíme mezi závislostní chování na užívání internetu, což lze definovat jako nadměrné používání internetu, respektive závislosti na konkrétních internetových aplikacích, které online prostředí poskytuje, jedná se např. o hry, pornografické stránky, komunikační sociální sítě, závislost na nakupování, takzvaný *shopaholismus*, nebo závislost na informacích, kterou lze připodobnit návykovému sledování televize.

1.3 Vybraná rizika online prostředí u seniorů

Dříve než si vymezíme jednotlivá rizika, ke kterým v online prostředí dochází je nezbytné si uvědomit, jak tento prostor vnímá senior a k jakým aktivitám jej používá. On-line prostředí, tedy virtuální neboli vzdálené prostředí internetu je prostor, ve kterém dochází k výměně informací. Senioři jej ve značných případech využívají ke komunikaci. U běžné konverzace tváří v tvář jinému objektu dochází k zapojení několika lidských smyslů zároveň: sluchu, zraku, hmatu, čichu a také chuti. Tyto smysly, ale nesmíme také opomenout formy neverbální komunikace, dokreslují význam sdělovaného obsahu. V případě online prostředí je naše orientace smyslovým vnímáním ochuzena a v kontextu seniorské populace musíme uvážit i změnu kognitivních funkcí jedinců, jak je uvedeno na jiném místě této práce ve 2. kapitole. Pro lepší pochopení souvislostí jsou nejprve objasněny způsoby přenosu informací, se kterými se senioři setkávají a následně také princip samotné komunikace.

Šmahel (2003, s. 101) uvádí „*Základní dělení komunikace on-line je možné utvořit na základě toho, prostřednictvím čeho jsou informace předávány:*

- *text – momentálně pravděpodobně většina komunikace on-line – e-mail, e-mailové konference, chaty atd.,*

- obraz – posílání obrázků, web,
- zvuk – zasilání zvukových nahrávek, různé programy pro přenos hlasu,
- multimédia – kombinace textu, obrazu a zvuku – web, videokonference.“

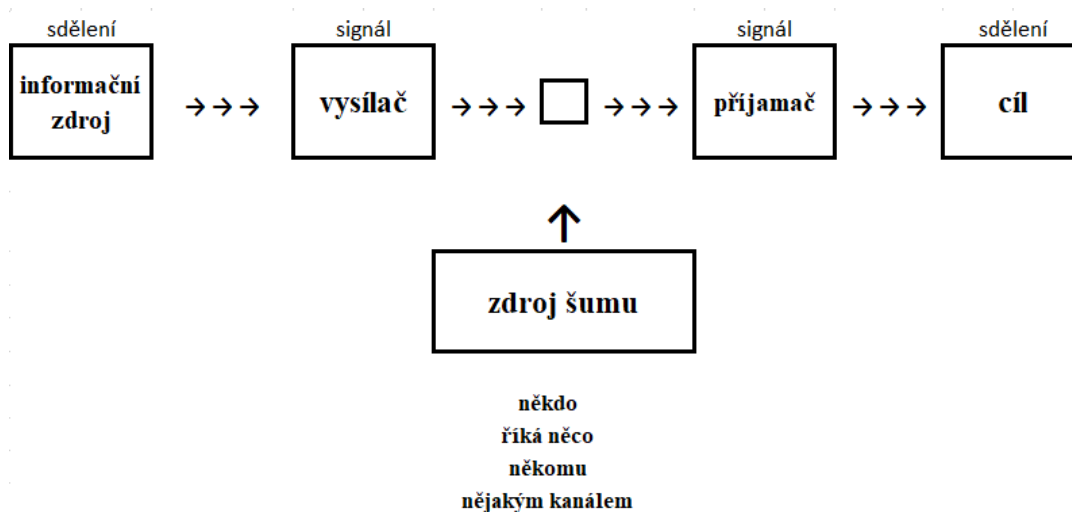
Šmahel (2003, s. 101) ještě uvádí i další dělení komunikace:

- „synchronní – dvě protistrany (subjekty) připojeny v reálném čase zároveň, tedy on-line kdy odeslané sdělení se protistraně zobrazuje okamžitě po odeslání (chaty, diskuzní skupiny, MUDy),

- asynchronní – protistrany nekomunikují současně ve stejný okamžik, ale v různých časech po individuálním připojení k internetu (e-mail, webové nástěnky atd.).“

I když je Šmahelova publikace v mnoha aspektech zastaralá, tak v charakteristice komunikace ji lze považovat za aktuální s drobnými odlišnostmi od současnosti.

Komunikace mezi jedinci probíhá v určitém schématu a průběh komunikace bývá ovlivňován působením komunikačního šumu, za který můžeme považovat působení různých překážek jak na straně vysílače, tedy jedince, který informaci vysílá, tak na straně příjemce, jak je znázorněno v následujícím schématu (obrázek č. 2). Zdrojem šumu může být působení vnějšího prostředí – okolí (např. ruch ulice) nebo také vnitřní (špatná artikulace, rouška, nedoslýchavost a další). U seniorů v online prostředí může docházet také k neporozumění obsahu, který obsahuje převzatá cizí slova, hovorové výrazy zaužívané mladší generací atd. Z komunikačního modelu níže je zřejmé, že „médiu“ je nástroj, který osloví lidské vnímání a je schopný přenosu informace.



a s nějakým účinkem (Lasswell 1948, s. 46 in Jiráková a Köpplová, 2009, s. 27))

Obrázek č. 2 Schéma komunikace

Předávání informací (sdělení) lze realizovat také prostřednictvím médií. Za **média** považujeme převážně televizi, tisk, rozhlas a média „nová“, založená na zpracování přenosu dat. Mezi tato média se řadí také média označovaná jako „masová“, užívající mediální komunikaci označovanou i jako masovou. Sochorová (2016) rozlišuje mediální, jako sociálně-komunikační aktivitu, kterou provozují jakákoliv média, a masovou komunikaci, jako mediální komunikaci, na které se podílejí **masová média**.

Nyní si specifikujeme výraz *masa*, jak jej specifikuje Urban (2011, s. 38) abychom si objasnili význam slovního spojení *masová média*:

*„Slovo **masa** je odvozeno z latinského **massa**, nebo-li hmota, tvárná hmota či těsto. Ve společenských i přírodních vědách se používá ve dvojm pojetí. V kvantitativním pojetí pojem masa označuje velké množství hmoty. Charakteristická je pro něj v této interpretační rovině hromadnost výskytu. V případě slovního spojení **společenská masa** se má na mysli velké množství lidí, od kterého se odvozuje i hromadnost výskytu určitých sociálních jevů.“*

Masové sdělení, tedy komunikace určená velkému množství lidí je označení také pro sociální komunikaci, tedy běžnou komunikaci v online prostředí probíhající mezi masou jedinců, které se účastní také senioři.

U **sociální komunikace** podle Urbana (2011, s. 38), a tedy komunikace v online prostředí je charakteristická hromadnost sdělování a dostupnost. U kvalitativního pojetí společenské masy je kladen důraz na tvárnost což lze chápat jako slabou vnitřní organizovanost. Při interpretaci této komunikace je soustředěna pozornost na rozbor sociálních příčin nebo jejich důsledků.

K výše uvedené definici je nutné poznamenat, že ne vždy musí být záměrem autora sdělení hromadná dostupnost, ale pouze dostupnost pro určitý okruh jedinců, kteří sdílí stejné názory. Typické je to pro komunity na Facebooku, Twitteru a podobných sociálních sítích. Pokud se tedy senior dostane do takové komunity, nemá prakticky žádnou šanci se „dostat“ k jiným informacím než těm, které podporují názory autora sdělení. Získává tak přesvědčení o tom, že všichni jedinci mají stejný názor, protože neví, že ostatní jsou blokováni.

Uvedené definice dělení komunikace dle Jiráka a Köpplové (2009), Sochorové (2016) a Urbana (2011) se shodují v interpretaci informací velkému množství lidí, a to je také specifické u online prostředí. Typická masovost šíření informací s využitím vyspělých technických

prostředků moderní společnosti je charakteristická pro média – hromadné sdělovací prostředky, které si ještě blíže specifikujeme:

„Noviny, časopisy, rozhlas, televize a internetové sociální sítě jsou zcela nepochybně konstitutivním rysem současných postmoderních společností a současně významnými reáliemi našeho každodenního života. Média reprezentují fascinující oblast poměrně rychle přijímaných a využívaných technologických informací. Média jsou sociální instituce veřejného a politického života na jedné straně a nástroje naplnění soukromí a potřeby zábavy a rekreace na straně druhé. Představují tak svébytnou formu kulturní produkce, jejíž některé rysy jsou pro média typické“ (Sochorová, 2016, s. 14).

I když informace přijímáme bezděčně, tak Sochorová (viz výše) upozorňuje na významnou rekreační oblast médií, tedy oblast trávení volného času. Takovéto trávení volného času je rizikové obecně. Pokud takto volný čas tráví senioři, kteří jsou limitováni jej trávit jinými způsoby (ze zdravotních důvodů), zvyšuje se možnost výskytu rizikového chování u uvedené věkové skupiny.

Média rozlišujeme dle různých kritérií. Jedním z nich je například způsob přenosu sdělení. Je-li sdělení předáváno pomocí tisku, hovoříme o tištěných médiích. K tištěným médiím řadíme noviny, časopisy, knihy a letáky. K elektronickým médiím se řadí rozhlas (rádio), televize (také online vysílání) a internet. Všechna tato média mají jako součást produkce reklamu, která určitým způsobem působí na smysly člověka.

Bartošek a Daňková (2008, s. 28) dělí média dle různých kritérií, a to dle hlediska dosahu (světová, celoplošná, regionální, místní), z hlediska vlastnictví (veřejnoprávní, soukromé), podle zaměření na publikum (všeobecná, zájmová, odborná, stavovská), podle periodicity, vzhledu a z hlediska nosiče sdělení (tištěná, elektronická, multimédia). Tato kritéria jsou použita i v této práci.

Další dělení médií lépe vystihuje jejich vliv na jedince, a je proto nejvhodnější pro zvolené téma práce. Jde o charakteristiku médií dle McLuhana (1991), který rozlišuje média na horká (intenzivně působí na emoce člověka) a chladná (nepůsobí na emoce, ale přináší více informací). Horká média působí prostřednictvím vizuálních obrazů (televize, kino), zvuku (mluvené slovo, hudba atd.). Chladná média, z jejichž obsahu si příjemce v podstatě vybírá sám, představují zejména noviny, letáky, obaly výrobků, časopisy, billboardy atd.

S využíváním emocí v médiích souhlasí i Gregor a Vejvodová (2018, s. 79), kteří k vlivu emocí na vytváření si úsudku uvádějí výzkum neurovědce Damasia, který v roce 2010 potvrdil,

že v procesu rozhodování mají emoce důležitější roli než logika, kterou mozek využije až při zpětném odůvodnění svého rozhodnutí.

Nyní jsou jednotlivá vybraná média blíže vymezena, abychom vnímali dopad na příjemce, kterým je senior.

Média tištěná: tisk

Jak již bylo zmíněno, označení tisk bývá používáno u tištěných médií, jako jsou noviny, časopisy, letáky atd. **Noviny** lze charakterizovat jako periodikum vycházející zpravidla šestkrát týdně s obsahem zpravodajství, publicistiky, v případě **bulvárního tisku** s obsahem senzací, zákulisních informací ze soukromého života celebrit (charakteristické výraznou úpravou, velkým množstvím fotografií, krátkým textem, velkými titulky určené převážně méně vzdělaným a ekonomicky slabším vrstvám obyvatelstva). **Časopis** lze charakterizovat jako pravidelně vycházející tiskovinu, která se od deníku (novin) liší menší aktuálností a zaměřením na konkrétní cílovou skupinu (Mičienka a Jiráček, 2007, s. 282).

Tisk chápeme i v kontextu elektronické verze, tedy publikované v online prostředí. U obou forem tisku je potřeba vzít v úvahu i působení média na cílovou skupinu, v kontextu práce zaměřené na seniory, a to jak obsahovou stránkou jednotlivých příspěvků, tak také cílenou reklamou. Jak uvádí Horný a kol. (2013, s. 43), při tvorbě projektu, tedy grafického designu, za který považujeme vizuální obraz komunikačního sdělení, po vymezení cílové skupiny se zjišťuje informace o typu a velikosti skupiny (kvantitativní výzkum) nebo informace o vzorcích chování, oblíbených položkách (kvalitativní výzkum), což je základní podklad pro modelaci stimulatorů zájmu, na které senioři reagují a naopak, kterým se vyhnout, protože by cílového seniora odradily.

Tisk, ale i další média mají zájem svým sdělením stimulovat smysly, a provokovat tak určitou reakci. Horný a kol. (2013, s. 43) tento zájem vysvětluje následujícím způsobem: „*Stimulátory zájmu jsou znalosti a okolnosti, které iniciují chování a činnosti, pro které bude výsledný design vytvořen (móda, hudební směry, jídlo). Nalezením těchto stimulatorů lze zjistit, na jaké podněty daná cílová skupina reaguje.*“

Všechny druhy médií kromě tematických příspěvků určených cílovým skupinám se ve svých médiích věnují také vymezenému prostoru pro zveřejňování cílené reklamy. Dle Bartoška a Daňkové (2008, s. 107) má reklama tři funkce: informační (informuje o výrobku či službě), vybízí k zájmu o reklamované zboží a připomíná konkrétní reklamovanou značku.

„Reklamou se nazývá jakákoliv placená forma nepřímého představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zpravidla zprostředkovaná reklamní agenturou“ (Horáková in Bartošek a Daňková, 2008, s. 106).

Uvedení autoři (Bartošek a Daňková, 2008) dále specifikují novinovou reklamu jako ne příliš agresivní za předpokladu, že není umístěna na titulní straně novin. Noviny si lidé kupují převážně kvůli informacím, kterými si jednotlivé tiskoviny konkurují, a proto přemíra reklamních sdělení novinám škodí. Novinová reklama je oblíbená u inzerentů, protože jejich doprava k adresátovi a výroba reklamních textů je levná a rychlá. Pro seniora je tisková reklama názorná, zřetelná a působí dlouho.

Nezměrnou výhodou je pro seniora i skutečnost, že se k reklamě může „vrátit“, prohlédnout si ji znovu, a to v čase, kdy právě on chce. To mu ovšem dává i pocit, že si vše řádně rozmyslel, a proto jedná uváženě. Bulvární deníky (nikoliv jen ony) nezdědko obsahují i reklamy zaměřené na propagaci „zdravotních“ pomůcek, „léků“ (chápejme doplňků stravy s minimálním či žádným účinkem), rychlých půjček apod. Společně s účinným grafickým zpracováním (viz stimulatory) a pocitem, že má senior dostatek času si vše prostudovat a pravděpodobně nebude prezentované informace ověřovat, je prakticky jisté, že část z nich se stane „obětí“ daného reklamního sdělení se všemi následky.

Dále si specifikujeme vybrané médium z kategorie elektronických médií, kam řadíme rozhlas a televizi. Elektronická média působí jako doplněk vedle tištěných médií. Bartošek a Daňková (2008, s. 36) upřesňují, že vedle vlastního vysílání je elektronizováno také uložení, zpracování, vyhledávání a zařazování použitých textů do vysílání. Předchůdcem televize byl telegraf, dálnopis a masové elektronické médium, tedy rozhlas.

Televize

Televizní zvukově-obrazový signál zprostředkovává pohyblivý nebo statický obraz s využitím i grafických symbolů, animací a dalších. Dochází tak k multimediální komunikaci, která je dle Horného a kol. (2013, s. 19) za prostorové přítomnosti intermediálního charakteru.

Mičienka a Jiráček (2007, s. 18) upozorňují na proměnlivost prostředí, ve kterém masová média působí, což je významný faktor, který je vhodné reflektovat v rámci orientace v prostředí konkrétního média, které senior využívá.

Na makrosociální úrovni působí často diskutovaný činitel – média, který má svůj podíl na vzniku rizikového chování i sociálních deviací. Působení médií má různé účinky a vyvolává také u jedinců různých věkových kategorií odlišné reakce. Např. mají vliv na to, o čem lidé

přemýšlí a jakým způsobem o tom uvažují, tím, jaká témata do vysílání zařazují. Tím, že se o určitém tématu hovoří často, příkládá se nějakému tématu zvýšená pozornost, zesiluje se jeho účinek. Vystavujeme-li jedince dlouhodobě emocionálně vzrušivým podnětům, postupně si na tento podnět přivyknou a přestane pro něj být vzrušivý. Takto působí na mladou generaci dnešní doby časté sledování nevhodného televizního obsahu. Podněty, u kterých očekáváme vyvolání emotivní reakce, nepůsobí na jedince vzrušivě, zůstávají chladní u pořadů a výjevů, které starší generaci rozruší a vyvádí z míry (Kraus, 2017, s. 34).

Tyto vzrušivé podněty jsou využívány i v reklamě, jejíž význam byl již blíže objasněn při specifikaci tištěného média (noviny a časopisy). Je vhodné si v souvislosti s tématem práce uvědomit, jak reklama, která je pravidelnou a častou součástí televizního vysílání, působí na seniora sledujícího televizi ve svém volném čase, které náležitým způsobem objasňují Bartošek a Daňková (2008, s. 109):

„Reklama apeluje na rozum, na vyšší emoce i na základní lidské motivy (pudy, vášně, instinkty). Je nezákonná, jestliže klame (lže), ovšem málokdy říká celou pravdu. Nejčastější hodnoty, na které sdělení působí, jsou jistota, stabilita, prosperita, bezpečnost, zdraví, krása, rodina, vlast, rodný kraj, úspěch, štěstí, harmonie, láska, pohoda apod. Častý je i apel na záporné (nebezpečné) jevy: na strach, samotu, pohrdání, obezitu, neúspěch, nemoci, nehody a neštěstí.“

Většina Bartoškem a Daňkovou (2008, s. 109) vyjmenovaných hodnot, na které působí reklama, se úzce dotýká zranitelných seniorů, kteří se ve velké míře potýkají se sociální izolací, tedy samotou, řeší zdravotní problémy (reklama nabízí jejich řešení v podobě léků, doplňků stravy, léčebných procedur atd.) a také v rámci rekapitulace svého dosavadního života a uvědoměním si blížícího se závěru životní dráhy jedince jsou konfrontováni s pojmy, jako je prosperita, bezpečnost, vzdálená rodina, což jsou opět pro reklamu zajímavé podněty k oslovení cílové skupiny. U reklamy v online prostředí, ale také obecně reklamy v médiích, je vhodné si uvědomit, že média jsou vlastněna převážně soukromými subjekty, které je provozují jako podnikatelskou činnost za účelem generování zisku a reklama tvoří významnou část příjmů. Aby reklama našla co největší počet sledujících, je úměrně závislá na počtu sledujících příjemců sdělení daného média. V zájmu vlastníka, ať už soukromé televizní stanice, tištěného periodika, anebo online vysílání v prostředí internetu, je produkovat atraktivní obsah, který osloví masu lidí. Současné online prostředí nabízí synchronní online vysílání televizního přenosu a také televizní signál vysílaný v televizním přijímači je možné přehrávat zpětně, takže se rozdíl již stírají.

Bartošek a Daňková (2008, s. 107) televizní reklamu vymezují následovně: „*Televizní reklama je naléhavá – neodbytná, protože je nejnázornější – obraz, pohyb, zvuk i písmo společně působí nejintenzivněji. Je pohotová. Má sice vysoké výrobní náklady, ale zhodnotí-li se vztahu k efektu, jsou poměrně nízké. Má vysoký stupeň penetrace – tzn. nejvíce proniká do největších měst, kde je koncentrovaná poptávka. Je také prestižní. Reklamní televizní spoty bývají krátké (3 až 30 sekund) a nehodí se pro každé zboží*“.

Dosah vlivu televize je širší. Kromě vlivu reklamy má také významný vliv samotný obsah vysílání. Televize stanovuje normy, co lze považovat za úspěch, žádoucí chování. Televize také vnucuje normy, kterými vytváří iluze, že eskalace tužeb po hmotných a tělesných požitcích se stávají dominantní kulturní realitou (Bartošek a Daňková, 2008, s. 107).

Jak vyplývá z výše uvedených citací a parafrází, tak reklamní sdělení v televizi je efektivnější, i když ne vhodné pro každé zboží (viz výše). Reklama v televizi je však mnohem agresivnější, a tím i účinnější díky tzv. skryté reklamě, která sice musí být přiznána (tzv. PP – product placement), ale můžeme se domnívat, že senior ji jako reklamu neodhalí. Bude pro něj běžnou součástí daného programu, seriálu, pořadu. Bude na něj účinkovat mnohem lépe.

Zvláštní kategorii televizní reklamy tvoří teleshopping, který seniorovi výrazně snižuje čas na jeho rozhodnutí o nákupu, primárně cílí na seniory a spoléhá na to, že budou přehlédnuty důležité informace (cena hovoru a jiné podmínky), a to díky zhoršeným smyslům seniora. V některých případech se jedná o cílený podvod, na který nedávno upozornil YouTube kanál Kluci z Prahy (Janek Rubeš, 2021), kdy různé telefonické soutěže s předraženým voláním (např. celková cena za hovor 7 tis. Kč při sazbě 95 Kč za 1 minutu) jsou oficiálně prezentovány jako teleshopping, který v tomto konkrétním zmiňovaném případě prezentuje zakoupení časopisu Sedmička v digitální podobě (konkrétní soutěžící si jej předplatil svým hovorem na 39 let), ale senior si myslí, že soutěží o finanční obnos. Soutěž probíhá v nočních hodinách, senior je zmatený telefonickým kontaktem, kdy jej v noci moderátor soutěže nečekaně žádá o odpověď na soutěžní otázku, není schopen rychle odpovědět. Často takto cílí na skupinu seniorů, protože zneužívají jejich involuční a vývojová specifika, o kterých bude dále blíže pojednáno v kapitole 2.

Televize je sice u mladší generace již ustupující médium, ale u seniorů je stále významné. Reklamní sdělení jsou často dominantním předmětem ve vztahu k seniorům, ale nelze opomíjet

ani seriály, zprávy, zábavné pořady, které formují a upravují názory seniorů a nastavují tzv. mediální normy.

Dalším vybraným médiem, které zaznamenalo v posledních letech vzrůstající počet uživatelů, a to i v řadách seniorů, je masové médium, které Mičienka, Jiráček a kol. (2007, s. 18) zařazují do kategorie jako „nová média“, která mohou informovat, vzdělávat, nebo bavit.

Jak již bylo dříve uvedeno u dělení médií z hlediska nosiče, je posledním vybraným médiem z výčtu multimédií internet.

Internet lze vnímat i ve spojení s ostatními médii – televizí, novinami, jejichž obsah si lze přečíst i na internetu v online prostředí. Některá média obsah prezentují duplicitně, aby oslovila větší počet adresátů. V online prostředí, ale bývá u některých odborných periodik zpravidla dostupná pouze část obsahu. Z důvodu chtěného zisku z vyprodukovaného obsahu je čtenář motivován k zakoupení předplatného, případně zakoupení tištěného média, čímž získá přístup k celému obsahu.

Jak uvádí Smejkal (2018, s. 65) internet je z pohledu uživatele deníkem či časopisem, kinem či televizí, rozhlasovou či televizní stanicí, slovníkem a encyklopedií, knihou či celou knihovnou, poštou, telefonem nebo telefaxem, školou či univerzitou, výstavní síní či galerií, obchodem, sociální sítí a nástrojem zločinu.

S využíváním internetu je nutné zmínit také termín „*digitální propast*“, který se dle sociologa P. Lupače z Filozofické fakulty UK týká převážně seniorů věkové kategorie 70+ a lidí v sociální izolaci a dále jedinců s nestabilním připojením, anebo s dostupným připojením k internetu, ale nízkou gramotností v oblasti online prostředí (ČT, 2021).

„Během posledního roku se rozevřela propast mezi těmi, kteří ovládají moderní komunikační prostředky a těmi, kdo nemají chytrý telefon nebo přístup k internetu. Ti druzí nemají často dostatek informací a narážejí na problémy třeba při registraci k očkování nebo při placení za parkování“ (ČT, 2021).

Na informace obsažené ve výše uvedené citaci upozornila autorka již v předchozí části textu diplomové práce. Položme si otázku – kdo digitální propast prohlubuje? Zda ti, kteří zavádí digitalizaci a množství služeb převádí do prostředí aplikací apod. nebo ti, kteří neustále, udržují alternativní možnosti, které tu byly za produktivního života seniorů?

Široká nabídka internetových služeb, které využívá běžná populace, se i senioři přizpůsobili a jsou na internetu aktivní. Využívají aktivně e-mailové služby, vyhledávají

informace pomocí internetových vyhledávačů, diskutují na sociálních sítích a také využívají online prostor k nákupům. Uvedené není v rozporu s tím, jak je komentována tzv. digitální propast, ale jen potvrzuje to, že senioři využívají internet k spíše volnočasovým aktivitám, a nikoliv k běžným denním činnostem, což vede k problémům, které jsou specifikovány níže.

Při volnočasových aktivitách na internetu se pravidelně setkávají s reklamou, která také na seniory účelně působí. Bartošek a Daňková (2008, s. 108) její působení objasňují následovně: „*Stále větší význam má internetová reklama. Na internetových stránkách korporací se objevují **bannery** – proužky s reklamními sděleními. Mají nízké ceny.*“

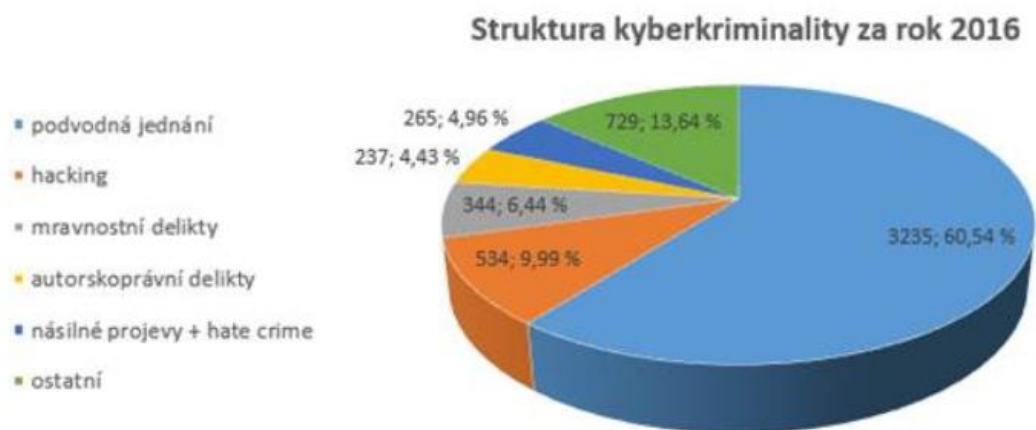
Tzv. banner zpravidla není „úplnou“ reklamou, ale jeho „prokliknutím“ navede uživatele na webovou stránku. U seniorů samozřejmě takové kliknutí může být bezděčné. V některých případech se může senior „proklikat“ i na falešné stránky a stát se obětí phishingu.

Stejně tak jako jim v reálném světě přinášejí rizika podvodná jednání útočníků, tak se i v tom virtuálním prostoru setkávají s rizikovými formami chování a stávají se oběťmi trestných činů. Senioři se v online prostředí setkávají zejména s vybranými formami rizikového chování, které si níže specifikujeme. Dle E-Bezpečí (2020) se jedná převážně o tyto formy:

- podvodné jednání při nákupech v e-shopech,
- podvodné inzeráty,
- podvodná reklama,
- podvodné emaily – dopisy (spam),
- hoax, fake news, deep fake,
- podvodné m-platby,
- phishing,
- podvodné viry.

Následující graf představuje strukturu kriminality v online prostředí, které uvádí Policie ČR. PČR (2021) také informuje o každoročním nárůstu kyberkriminality a vyobrazených deliktů. V roce 2019 v oblasti kybernetické kriminality a kriminality páchané na internetu bylo evidováno 8 417 trestných činů, což je ve srovnání s předchozím rokem 2018, ve kterém jich bylo spácháno 6 815, nárůst o více než 1 600 skutků. V roce 2017 jich bylo 5 654 a například

v roce 2011 „pouze“ 1 502. Nejpočetnější skupinou jsou různé formy podvodného jednání (více než polovina všech evidovaných skutků) což se projevuje každý zmíněný rok.



Obrázek č. 3: Struktura kyberkriminality za rok 2016

Zdroj: Policie ČR (2021)

V kontextu předchozího grafu znázorňujícího kyberkriminalitu autorka práce uvádí vnímání seniorů z pohledu zákona, který na seniory pohlíží a klasifikuje je jako zranitelné spotřebitele stejně jako děti a osoby se zdravotním postižením, a to proto, že v důsledku svého věku, úrovně gramotnosti nebo omezení fyzického či duševního mohou být vystaveni většímu riziku škody způsobené výrobkem nebo systémem, jelikož nejsou schopni posoudit informace o bezpečnosti výrobku nebo nabízené služby. To platí i v případě online prostředí, kde zkrslujícím faktem je absence přímého kontaktu ať už s produktem nebo komunikující protistranou, kde by bylo možné vizuálně odhadnout např. podvodné jednání vedoucí k rizikovému chování (např. záměrně zaměněná identita útočníka).

Evropská unie se „snaží“ (proč „snaží“ bude upřesněno níže) regulovat nekalé obchodní praktiky konkrétní směrnici 2005/29/ES, která vychází z definovaného normativního modelu běžného průměrného spotřebitele. Za průměrného spotřebitele je považován modelový spotřebitel, který je informovaný, v rozumné míře pozorný a obezřetný, nikoliv subjektivně hodnocený spotřebitel dle individuálního hodnocení. Toto nastavení se promítá i do české legislativy. Levická (2017, s. 54-56) upozorňuje, že dopad takové praktiky, jako je nekalá praktika zaměřená na konkrétní specifickou cílovou skupinu, kterou je například seniorská

populace, se hodnotí dle průměrného člena dané specifické skupiny. Konkrétní směrnice také zohledňuje specifické vlastnosti, jakými jsou věk, fyzická či duševní slabost, které vedou k snadnějšímu ovlivnění cílové skupiny. Nicméně tímto nejsou dotčeny běžné reklamní praktiky, které využívají nadsázku a zveličování. Předpokládá se, že průměrný spotřebitel dle současného modelu správně vyhodnotí reklamní nadsázku a nebude již oklamán, protože jí neuvěří.

Levická (2017, s. 54) dále dodává: „*Spotřebitele je proto třeba upozornit na skutečnost, že normativní pojetí nezvýšilo intenzitu jejich ochrany, naopak nastavilo určité specifické požadavky právě na spotřebitele. Ve výsledku tedy může dojít až k opačné situaci, a sice, že spotřebiteli nebude poskytnuta taková míra ochrany, jako tomu bylo dříve, nebo že mu bude ochrana odmítnuta úplně s vysvětlením, že se měl zachovat vyspěleji a erudovaněji.*“

Z citace Levické mj. plyne, že nikdy nebude a ani nemůže být zajištěna 100% ochrana spotřebitele. Absolutní eliminace takových rizik je dle autorky utopická, a jediná možnost je edukace seniorů v předmětné oblasti.

Jedním z takových požadavků na spotřebitele, a tedy i seniory, je orientace a znalost nových technologií využívajících internet, se kterými se setkáváme dnes již v každodenní nabídce služeb. Například bankovníctví, které svým klientům zpřístupňuje přehled produktů klientů přes internetové bankovníctví anebo biometrie dnes již ve velké míře využívána i v bankovníctví, ale také v jiných oborech. Autorka práce uvádí z praxe příklad využití biometrického podpisu při autorizacích bankovních operací, kdy klient podepisuje dokumenty na elektronickém zařízení (tabletu), ze kterého se podpis klienta i bankěře přenáší pomocí internetového propojení na smlouvu vytvářenou např. v jiném zařízení (stolní počítač, tablet, notebook banky). To vše zvyšuje nároky na bezpečné technologické zajištění proti zneužití a také otevírá širší zkušenost naší gramotnosti. Pro lepší orientaci seniora a pocit sebejistoty při podepisování takového dokumentu v online prostředí je potřebný jistý stupeň gramotnosti. Taktéž pro bezpečné využití produktů banky, pojišťovny, státní správy atd. v pohodlí domova bez nutnosti navštěvovat konkrétní pobočku dané instituce.

Tím, že budou senioři využívat online prostředí (internet) i k běžným denním činnostem a činnostem nutným k vyřizování svých osobních záležitostí, pravděpodobně stoupne i absolutní četnost výskytu rizikového chování v online prostoru. Zároveň však bude docházet k přirozenému zájmu o dané technologie a přirozeně se bude zvyšovat mediální gramotnost seniorů. Argument, že by senioři měli být poučeni o rizicích předem, je částečně oprávněný, ale

toto není realizováno u žádné věkové skupiny. Většina dětí (pravděpodobně všechny) jsou uživateli internetu předtím, než se setkají s nějakou prevencí zaměřenou na dané téma. Je spoléháno na rodiče dětí. Analogicky by u seniorů mohlo být spoléháno na jejich děti, vnoučata.

Riziko kyberšikany, kterému se věnuje další kapitola, nemusí být tak častým jevem jako podvodné jednání cílené na seniory, nicméně k vybraným rizikům, které je potřeba v kontextu online rizik, s nimiž se senioři setkávají zmínit, jistě patří.

1.3.1 Kyberšikana

Podobně jako známe trestné činy krádeže, odcizení osobních dokladů, nebo jiných osobních věcí, vloupání, agresivní verbální či fyzické útoky, tak kyberšikana je trestný čin, jenž probíhá v online prostoru a jeho podobnost je právě v odcizení identity, zcizení přístupu do osobních účtů za účelem zneužití osobních údajů, útoky ve formě verbálního napadení, provokace, urážení, poškození dobrého jména či pověsti oběti. Tyto útoky mohou být využity také jako součást podvodného jednání působícího na zranitelného seniora, který se mnohdy s takovým druhem útoku setkává prvně, a proto v mnohých případech nezamezí takovému jednání v počátku, tím dochází k dokonání trestného činu.

Kyberšikana je pojem odvozený od šikany, která probíhá v takzvaném "kyberprostoru", tedy online prostředí. Bělík (2017, s. 45) šikanu definuje jako: „*dlouhodobý, opakovaný proces s cílem získat převahu, ohrozit oběť, zastrašit ji, ublížit jí za účelem zisku materiálních statků, společenského postavení nebo pro potěchu agresora.*“ V online prostředí se tedy může jednat o převahu nad seniorem, kterou můžeme chápat jako jistý druh manipulace, po které útočník získá výhodnější pozici pro svůj další útok (podvod).

Szotkowski (2013, s. 7) zmiňuje vymezení kyberšikany ve výčtu několika autorů: „*Konkrétnější vymezení kyberšikany uvádějí Hinduja a Patchin (2008) a Dehue, Bolman, Völlink, Pouwelse (2008). Hinduja a Patchin (2008) kyberšikanu definují jako záměrnou, opakovanou, zraňující činnost využívající počítač, mobilní telefon a jiné elektronické přístroje. Dehue, Bolman, Völlink, Pouwelse (2008) kyberšikanu popisují jako trýznění, hrozby, ponižování, ztrapňování nebo jiné útoky mezi mladistvými za pomoci internetu, interaktivních a digitálních technologií nebo mobilních telefonů.*“

Szotkowski, Kopecký a Krejčí ve své monografii (2013), která byla realizována v rámci projektu E-Synergie – vědeckovýzkumná síť pro rizika elektronické komunikace, která je sice

určená mladším generacím, ale autorka je v této práci uvádí, protože těmto rizikům jsou vystaveni také senioři, mezi konkrétní projevy kyberšikany uvádějí:

- zveřejňování audio, video ponižujících záznamů nebo fotografií, kdy záznamy oběť útočnickovi sama poskytne, nebo je oběti zcizí, případně je útočník sám vytvoří (takzvaný „happy slapping“), což má za cíl vystavit oběť zveřejněním veřejnému posměchu (zveřejnění např. na veřejných stránkách YouTube),
- poškození pověsti oběti ponižením zveřejněnými nepravdivými informacemi (dle Hradila jsou známé například případy sexuálního obtěžování žáka učitelem,
- vytvořením falešného profilu na sociálních sítích zveřejňování nepravdivých informací o oběti, nebo také zveřejnění např. inzerátu pod jménem netušící oběti (může se jednat o seznamku anebo o prodej konkrétní věci, případně nabídku určitých služeb),
- rozšířeným prvkem kyberšikany je provokace a nepřátelské napadení v online komunikaci,
- zveřejnění důvěrných informací (např. intimní fotografie) s cílem poškodit oběť, a to až už informací získaných od oběti, nebo vylákáním,
- vyloučení z virtuální komunity anebo obtěžování (prozváněním telefonu, SMS zprávy, e-maily s cílem otravovat oběť, které může přerůst ve stalking – pronásledování).

Šmahel (2003, s. 13) mimo jiné ke slovním napadením v online prostředí uvádí následující: „*Klasická omezení, pravidla a normy reálné komunikace tady nemusí v řadě případů platit. Výzkumy ukazují, že **flaming**, což je zkráceně agresivní chování ve formě slovního napadnutí, je v prostředí virtuální reality až čtyřikrát častější než v reálném životě.*“

Se zmiňovanými riziky se senioři setkávají při svých nejčastějších aktivitách, které v online prostředí vykonávají, kterými jsou dle výzkumné zprávy projektu „Starci na netu“ (2018) z 1/3 dotázaných uživatelé seznámek, přičemž 29 % k tomu využívá online inzerci, ve které dochází ke zneužití důvěrných informací za účelem následného vydírání. Podle statistiky kybernetické kriminality za rok 2019 (E-bezpečí, 2020).

„...nejpočetnější skupinou v oblasti kybernetické kriminality a kriminality páchané na internetu jsou různé formy podvodného jednání (více než polovina všech evidovaných skutků), vedle kterých jsou nemalou měrou zastoupeny i pojistné podvody. Téměř o třetinu vzrostl počet případů tzv. hackingu, což jsou zejména případy neoprávněného přístupu k počítačovému systému a nosiči informací. Tato skupina trestných činů svým počtem začala převyšovat

mravnostní trestné činy. Zajímavý je také vysoký nárůst trestné činnosti spojené s neoprávněným provozováním hazardní hry ve virtuálním prostředí“ (E-bezpečí, 2020).

Blíže se autorka podvodnému jednání věnuje v následující podkapitole. Kyberšikana a podvodné jednání mohou být úzce propojeny. V propojení těchto dvou jevů může být senior obětí především prostřednictvím tvorby jeho falešných profilů, zneužitím fotografie, a to za účelem např. kontaktování přátel, kteří se stávají obětí phishingu. Avšak jedná se jednání, které budeme spíše charakterizovat jako podvodné, a to z důvodu níže uvedené citace, protože by absentovala dlouhodobost.

Vymezení kyberšikany dle Bělíka (2017, s. 46) považuje autorka práce za nejpřesnější: a z tohoto důvodu jej následovně uvádí:

„Šikana je tedy dlouhodobý, opakovaný proces s cílem získat převahu, ohrožit oběť, zastrašit ji, ublížit jí za účelem zisku materiálních statků, společenského postavení, nebo pro potěchu agresora.“

Další podkapitola vymezuje poměrně obsáhlou oblast podvodného jednání, která má rozmanité provedení a různé úrovně sofistikovanosti. Vymezíme si tedy podvodné jednání z pohledu zákona, definici podvodu dle Šámala (2012) a příklady podvodných jednání, se kterými se senioři setkávají v online prostředí.

1.3.2 Podvodné jednání

V online prostoru, tedy prostředí internetu, je neskutečně těžké rozeznat pravdivost nabízených informací, protože je může publikovat kdokoliv a jejich pravdivost není žádnou autoritou kontrolována. U seriózních – pravdivých informací je uveden zdroj, tedy autor a zpravidla bývá uvedeno, z jakého důvodu je informace uvedena nebo citována.

Podvodná jednání na internetu lze většinou kvalifikovat jako trestný čin podvodu dle § 209 trestního zákoníku. Nezřídka jde o souběh s trestným činem neoprávněného přístupu k počítačovému systému a nosiči informací dle § 230 trestního zákoníku. (Zákon č. 40/2009 Sb.)

Šámal (2012, s. 2049) definuje podvodné jednání následovně: *„Trestný čin podvodu spočívá v obohacení sebe nebo jiného uvedením v omyl, využitím něčího omylu nebo zamlčením podstatné skutečnosti. Zároveň tímto jednáním musí pachatel způsobit škodu ve výši alespoň 5 000 Kč. Omyl můžeme definovat jako rozpor mezi představou podváděné osoby a realitou. O omyl se jedná i tehdy, pokud nemá oběť o důležitých okolnostech žádnou představu nebo se*

domnívá, že se nemá čeho obávat. Uvedení v omyl pak spočívá v takovém jednání, jímž pachatel předstírá okolnosti, které jsou v rozporu se skutečností, ať už lstí nebo podáním nepravdivých informací.“

Definice podvodu je velice důležitá, protože zejména u seniorů poskytuje pachatelům manévrovací prostor k tomu, aby jejich jednání bylo neetické, nemorální, ale nikoliv podvodné. Využívají specifík seniorů, oslabení jejich smyslových a kognitivních funkcí. S takovým chováním se setkáváme u vybrané internetové reklamy.

Jak uvádí Smejkal (2018, s. 687) „klasická“ kriminalita se v průběhu historie nezměnila avšak moderní technologie přinesly nové druhy trestné činnosti, která má kořeny v nepoctivém obchodě, podnikání, bankovníctví a další a živnou půdou jim jsou počítačové systémy s databázemi plnými informací.

Mitášová (2019) uvádí příklady podvodného jednání v online prostředí, které jsou dnes známy z případů obohacení se pachatelem zřízením podvodného falešného e-shopu – internetového obchodu, phishing (dopis na první pohled vypadá jako informace z konkrétní banky), pharming (podvržené přesměrování klienta na falešné stránky internetového bankovníctví), nigerijské podvody (e-mail s lákavou nabídkou velké sumy peněz např. z dědictví, výhry atd.), ale i další trestná činnost páchaná v prostředí informačních a komunikačních technologií, takzvaná kyberkriminalita – kybernetická kriminalita.

Kopecký (2015) zmiňuje podvodné mobilní platby, které jsou aktuální i nyní, a to v různých obměnách (viz dále phishing) a apeluje na různé věkové skupiny, tedy také seniory, kteří jsou méně obezřetní v ověřování požadavků „přátel“ na svých profilech sociálních sítí. Podvodné jednání prostřednictvím mobilní platby bylo zprvopočátku identifikováno v prostředí sociálních sítí (konkrétně Facebook) v podobě žádostí falešných „přátel“ dané komunity o pomoc při obnově zablokovaného účtu, služby. Pachatel požaduje sdělení mobilního čísla oběti, na které následně nechá údajně PIN potřebný k odblokování. Ve skutečnosti daný PIN slouží k úhradě platby u mobilního operátora např. u sázkových společností.

Ze statistických údajů Policie ČR vyplývá, že bylo v prosinci 2020 vykonáno 5 662 skutků (z toho pouze 26,7 % bylo objasněno) neoprávněného opatření, padělání a pozměnění platebního prostředku (§ 234), což je oproti prosinci 2019 o 0,5 % méně objasněných (7 440 skutků, objasněných 27,2 %), podvodů v 12/2020 (§ 209) 5 920 skutků (objasněno 28,6 %) oproti 12/19, kdy bylo objasněno 32,8 % z celkových 6 556 spáchaných skutků a 108 skutků (37,0 % objasněných) šíření poplašné zprávy (§ 357) v prosinci 2019 a 126 skutků (53,2 % objasněných) v prosinci 2020. Pro porovnání uvádí autorka práce doplňující údaj z oblasti kybernetické kriminality, kdy za rok 2020, Policie ČR eviduje 8 073 skutků, což je o 4,1 %

méně nežli v roce 2019. Tento snižující trend pouze demonstruje celkový pokles trestné činnosti (o 16,9 %) ve specifickém roce 2020 kdy bylo páčání trestných činů ovlivněno nařizenými vlády omezením pohybu osob na veřejných místech, uzavřením maloobchodu, zákazem vycházení atd. (Policie ČR, 2021).

Kopecký (2019) na webových stránkách E-Bezpečí zmiňuje další druhy online podvodů, kterými se zabývá i další kapitola. Objasní termíny spojené s dezinformacemi, jako je „hoax“, ke kterému nejbližší český ekvivalent je slovní spojení „poplašná zpráva“. Dalším termínem spojeným s online prostředím, a setkáváme se s ním i jeho podstatou na sociálních sítích denně, jsou „fake news“, což jsou už falešné zprávy nebo obsáhlejší konstrukty (viz níže). Posledním termínem následující kapitoly jsou novodobé upravené zprávy, které označujeme jako „deep fake“.

1.3.3 Hoax, fake news, deep fake

V dnešním moderním elektronickém světě plném nových informací, zpráv, rychlého přenosu i sdílení v podstatě jakéhokoliv obsahu je tento sdílený prostor plný různých protichůdných informací, které je nutné filtrovat, třídít, ověřovat, protože neexistuje legislativní nařizení, které by stanovovalo povinnost dodržovat etický kodex pravdivosti, nebo zodpovídat za ověření pravdivosti informace, kterou adresát šíří ať už s dobrým úmyslem někomu informací pomoci, anebo s úmyslem šířit poplašné zprávy. Kdokoliv se může ve volném prostředí internetu stát autorem a šířit jakoukoliv informaci a je na každém jednotlivém příjemci, aby pravost informace, zdroj, odkud pochází, i její věrohodnost ověřil.

Hoax

I když hoaxy nejsou novodobým fenoménem, tak se stoupající dostupností internetu se jim daří se celkem úspěšně šířit. Rok 2020, tedy kdy se svět dostal do situace, které dlouhou dobu nečelil, doby pandemie nemoci covid-19, ukázal, že se vždy dá najít nová oblast, ve kterých vznikají.

Zatímco některé hoaxy můžeme považovat za nebezpečné, ale nikoliv nebezpečné životu, tak hoaxy týkající výše uvedené nemoci a následnému očkování již ano. To, jak fungují hoaxy na seniory, lze doložit např. známým příkladem českého teroristy Baldy, který kácel stromy na železniční tratě, protože věřil, že na hranicích jsou „desetitisíce“ migrantů. O případu informoval Aktuálně.cz (2019) a v článku také zmiňuje vyjádření předsedy senátu střeodočeského krajského soudu Jiřího Wažika, který se domnívá, že se senior stal obětí manipulace lidí, kteří ve společnosti šíří extremistické názory.

Současná pandemická situace spustila nespočet hoaxů, které se týkají samotné nemoci, očkování apod. Dá se říct, že doslova zahltily internet. Jak už bylo uvedeno výše, tak právě tyto hoaxy mohou být pro seniory jako ohroženou skupinu, více ohrožující než jiné.

Poplašná zpráva, tedy hoax, zpravidla obsahuje výzvu k dalšímu šíření a u jedince neznalého se dá předpokládat ochotné rozesílání, a tedy šíření poplašné zprávy dalším jedincům. Kromě výzvy k šíření typický text poplašné zprávy obsahuje také pokus přesvědčení o důvěryhodnosti zdroje, tedy odvolání se na známou a důvěryhodnou organizaci, např. Policii ČR atd., nebo se snaží prezentovat jako tajná informace, která unikla zdroji nedopatřením a v každém případě se snaží přesvědčit o své důležitosti, což prezentuje jako informaci šokující, naléhavou, varovnou. Lze ji vysvětlit i následovně:

Informačního web Hoax.cz (2021) vymezuje hoax následovně:

„Anglické slovo HOAX v překladu znamená: falešnou zprávu, mystifikaci, novinářskou kachnu, podvod, poplašnou zprávu, výmysl, žert, kanadský žertík. V počítačovém světě slovem HOAX nejčastěji označujeme poplašnou zprávu, která varuje před neexistujícím nebezpečným virem.“

Podle výše uvedené definice nepůsobí hoax abnormálně nebezpečně, proto je vhodné doplnit bližší charakteristiku, kterou výstižně interpretují Pilný a Kučerová (2014, s. 55) vhodným zasazením do českého prostředí:

„Šíření poplašných zpráv dostalo úplně nový rozměr. Zejména u nás v Čechách se takovéto zprávy šíří rychlostí blesku, málokdo si je ověřuje, a než dojde k jejich hodnověrnému vyvrácení, škody mohou být nedozírné. Vyvolání paniky na burze už tady také bylo a podílí se na nich lidé, firmy nebo počítače, ovšem rovněž programované lidmi. Zorganizovat hon na banku nebo banky jde v horizontu hodin. Zlikvidovat firmu nebo jednotlivce šířením nepravdivých zpráv po internetu je hračka a nestojí téměř nic.“

Pilný a Kučerová upozorňují na rychlé vyvolání paniky a v podstatě likvidaci nějaké osoby. Typickým příkladem byly hoaxy šířené o poslankyni Pirátské strany Olze Richterové, díky kterým byla šikanována, bylo jí vyhrožováno smrtí, znásilněním a čelila nejhrubším podobám kyberšikany (Pánek, 2021). Podobným hoaxům čelí dnes další politické strany z demokratického spektra.

Nebezpečnost hoaxu v Pilného a Kučerové popisu ukázala i současná situace okolo koronaviru a očkování (viz výše). I když tedy hoax podle definice působí relativně méně nebezpečně, tak se jedná o velmi závažný fenomén, jenž je vědomě i nevědomě šířen seniory,

jež nedostatečně dokážou filtrovat informace, kriticky je hodnotit, porozumět jim, nebo se zaměří pouze na část, která je pro ně vizuálně zajímavá, resp. jediná, kterou „dobře“ vidí, protože mohou mít na základě dosaženého věku problémy se zrakem. Více o fyzických změnách u seniorů v kapitole 2.1.

Informační web hoax.cz (Hoax, 2021) zabývající se zmiňovanou problematikou, v seznamu ukázek poplašných zpráv uvádí:

- varování před smyšlenými viry a útoky na PC,
- podvodné prosby o pomoc,
- výzvy, petice požadující připojení osobních údajů,
- varování před smyšleným nebezpečím a fámy o mobilních telefonech,
- nabídky snadného výdělku, pyramidové hry,
- různé řetězové hry, přáníčka, modlitby a žertovné zprávy.

Urban, Dubský, Murdza (2011, s. 135) uvádí následující podmínky pro vznik a šíření fámy:

- nedostatek informací,
- nedůvěra k informacím,
- izolace určité části populace,
- ohrožující situace.

Falešné zprávy a dezinformace – **fake news**, tedy informace záměrně manipulované s cílem oklamat lidi, se staly stále viditelnějším globálním fenoménem. Sociální média a jejich personalizační nástroje (algoritmy umožňující personalizaci – cílení) usnadnily šíření falešných příběhů. Pro oslovení co nejširší masy lidí používají v mnohých případech emoce k upoutání pozornosti a generování co největšího počtu kliknutí (viz také níže: jak se tvoří titulky dle Rutové a Mičienky), a to z ekonomických nebo ideologických důvodů. I pro mladé lidi ovládající digitální technologie je obtížné identifikovat manipulované zprávy. Pro seniora je čitelnost těchto záměrných manipulací ještě obtížnější a jsou k přijetí manipulace náchylnější. Téměř 85 % Evropanů považuje falešné zprávy za problém ve své vlastní zemi a 83 % je považuje za problém demokratické společnosti obecně (Bentzen 2019). Pojem fake news se v českých podmínkách objevuje až v posledních letech, nicméně „falešné zprávy“ novinkou nejsou, jen se přirozeně obměňují témata, kterých se týkají. Rovněž se proměňují informační

kanály, kterými jsou šířeny. V současné době můžeme považovat za dominantní šíření fake news v online prostředí.

Gregor a Vejvodová (2018, s. 46) konkretizují dezinformace jako úmyslně nepravdivé informace, které vidáme na sociálních sítích a v médiích. Uvádějí, že ačkoliv daná informace jisté sdělení přináší, bývá nepravdivá nebo zavádějící a autor se takovou informací snaží příjemce zmanipulovat a ovlivnit. Dále uvádějí, že rozdíl mezi hoaxem a fake news je v záměru manipulovat s lidmi. Zároveň dodávají, že šířitelem dezinformací mohou být také vlády jednotlivých států s úmyslem ovlivnit politické dění, ovlivnit vlastní obyvatelstvo, nebo zmást nepřítele.

Rok 2020 přinesl převážnou část zpráv prostřednictvím online masmédií, ukázalo se, že je naprosto klíčové umět zprávy kriticky posoudit a uvažovat racionálně. Dnes již některé aplikace dokážou rozpoznat fake news a dezinformace. Sbírají data na sociálních sítích a detekují například silně afektivně zabarvené výrazy, zároveň jsou schopné identifikovat, které online zdroje je možné považovat za věrohodné.

Kopecký (2021) zmiňuje zjištění, které upozorňuje na fakt, že velká část čtenářů čte především nadpisy a na jejich základě si utváří názory. Celá česká společnost byla svědkem paniky ohledně dezinformací, které vznikly na těchto základech ohledně očkování proti Covidu-19 vakcínou od firmy AstraZeneka. Čekatelé na vakcínu reagovali s obavami na tyto zprávy o nebezpečnosti vakcíny, která dle intenzivních informací masmédií způsobuje závažné zdravotní komplikace. V titulcích celoplošných médií nebyla obsažena informace o tom, že nebyla prokázána příčinná souvislost mezi úmrtími nebo extrémními reakcemi po podání očkovací látky a neexistují důkazy o tom, že by vakcína byla nebezpečná. V souvislosti se zmiňovaným autorka práce uvádí, jak se tvoří titulky dle Rutové a Mičienky (2007, s. 69), kteří soustřeďují pozornost na **obsahovou věcnost** (shrnuje podstatu obsahu článku), **poutavost** (úkolem je vyvolat provokaci k přečtení obsahu), využívání **aktivních sloves** (popis nějaké činnosti-akce), **používání běžných slov** (srozumitelný pro všechny čtenáře), **jednotnou grafiku** (maximální plnost řádků - vizuální efekt). Úkolem dodržování stanovených pravidel při tvorbě titulků je atraktivita, tedy úmysl prodat příběh (podobnost s reklamou), možnost ovlivnění čtenářské pozornosti (důležitost zprávy lze ovlivnit velikostí písma, umístěním na stránce), upoutání pozornosti grafickou úpravou (členění stránky atd.).

V četných případech čtenář seniorského věku obsah článku již nečte a dochází k vytváření mylné představě o obsahu, ze které dále mohou vznikat dezinformace. Titulky

shrnují obsah sdělení a je na daném čtenáři, jakou představu si o obsahu vytvoří. Rovněž zavádějí může být i obsah zprávy, kde je nutno přistupovat s kritickým myšlením a určitým odstupem. Je snadné podlehnout vytvořené představě bez dalšího ověření zdrojů i samotné nosné informace, což je podstatou fake news.

Autoři publikace *Dítě v síti* (Dočekal, 2019, s. 180) uvádí pět pravidel pro rozeznání fake news:

1. Zdroj: pro smyšlenou informaci vypovídá neuvedení zdroje, tedy fakt, že zdroj neexistuje a zpráva je smyšlená, anebo pakliže je uvedeno, že je autor neznámý.
2. Labeling – nálepkování: přímé označení „špatné“ strany, tedy podsouvání konkrétního názoru bez ponechání svobodného utvoření si vlastního kritického názoru.
3. Dezinformace: zahlcení smyšlenými daty.
4. Obrazová manipulace – úprava fotografií, neaktuální ilustrační fotografie, které nesouvisí s obsahem, šokující fotografie vyvolávající silnou emoční reakci.
5. Dramatizace a ovlivňování emoční reakce: upoutání pozornosti emočně silnou děsivou zprávou zveřejněnou převážně prostorově výrazným prvkem (titulek, šokující fotografie). Tuto techniku využívá bulvární tisk ve velké míře.

Mlčoch (2002) uvádí následující pravidla, která by měla dodržovat seriózní média:

„Pro seriózní deníky by mj. mělo platit, že „novinář je povinen zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám... neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti... odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé nebo jen částečně pravdivé informace... nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu.“

Výše uvedená pravidla, jak by mělo být postupováno, se netýkají tzv. bulváru, který je založen na senzaci, které mohou být fabulativního charakteru. Není výjimkou, že osoba, které se fabulace týká, se jejího uvedení na pravou míru dočká až po soudním zásahu. Nejčtenějšími novinami je v ČR deník Blesk. Problémem tedy je, že i nepropagandistická média (propagandistickým je např. Sputnik News, Parlamentní listy aj.) uveřejňují fake news, a tím znesnadňují čtenáři jejich odhalení. Často to jsou právě bulvární média, která jsou charakterizována Mlčochem (2002) následovně:

„Každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena.“ Výraz bulvár je dále charakterizován: *„... původně označení novin prodávaných*

přímo kameloty na ulicích, lákajících kolemjdoucí vyvoláváním senzačních titulků. Pouliční prodej se objevil počátkem 19. století, do té doby se noviny a časopisy prodávaly pouze formou předplatného. Noviny tohoto nového typu byly laciné, a v důsledku toho i masově dostupné, nepředpokládaly vyšší vzdělání, mohl jim rozumět každý. Postupně se slovo bulvár stalo synonymem pro neseriózní, neověřený, hovívčí vkusu ulice, laciný a pokleslý typ novin či časopisů. V některých případech jsou informace i obrazový materiál získány rovněž nelegálními či neetickými způsoby: nelegálním odposlechem telefonátů či rozhovorů v soukromí prominentních osob, snímáním skrytou kamerou nebo mikrofonem, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.“

Ve vztahu k fake news např. deník Blesk neprovozuje konspirační teorie, případné fake news se týkají tzv. celebrit a jejich osobního života. Pro seniora je však složité takovou informaci ověřit, a proto jí věří.

V r. 2018 představil Výbor pro budoucnost vědy a technologie Evropského parlamentu platformu „Evropské vědecké mediální středisko“, která má informovat, vzdělávat, sdružovat novináře, vědce a politické představitele evropských zemí s cílem nabídnout novinářům lepší nástroje pro ověřování informací, respektive „fake news“, a spolupráci s vědci. Tyto ověřené informace vědečtí novináři poskytují evropským občanům. Z výzkumu výboru vyplývá, že 80 % Evropanů se setkalo s dezinformacemi opakovaně v průběhu jednoho měsíce. Asociace „AJSPI – Association des journalistes scientifiques de la presse d’information“ rovněž uspořádala Evropskou konferenci vědeckých novinářů (ECSJ), která se konala v Toulouse v roce 2018, a úzce spolupracovala se svými švýcarskými a italskými sesterskými asociacemi při organizaci poslední Světové konference vědeckých novinářů (WCSJ) v Lausanne (2019). Činnost těchto sdružení má za cíl pomáhat v boji proti falešným zprávám na mezinárodní úrovni (Evropský parlament, 2019).

Nový fenomén „**deepfake**“ je vizuálně zajímavý tím, že působí většinou naprosto reálně. Můžeme jeho pomocí manipulovat s veřejným míněním, názory určitých skupin obyvatel, dehonestovat určité osoby apod. Vytvořit fake news je relativně jednoduché, stačí napsat text a cílit jej na správné lidi. Vytvořit deepfake je již technicky složitější, i když pomocí některých aplikací stále méně. Pokud budeme uvažovat o velice propracovaných deep „faces“, tak ty jsou právě zajímavé tím, že působí vizuálně autenticky, a tedy i důvěryhodněji.

Počítačová grafika, vývoj technologií, pokrok umělé inteligence (strojové učení a další) nám nabízí nové možnosti, jak pracovat se záznamem zvuku, obrazu, zpracování videa. Jednou

s takových možností je úprava videa, kde lze realisticky upravit obraz i zvuk vytvořením věrohodné identity jedince. Ukázkovou úpravou videa, které upozornilo velké množství diváků na tento technologický pokrok, je fiktivní projev britské královny k národu, které je digitálně upravené a bylo odvysíláno 25. prosince 2020 na kanálu Channell 4 (E15, 2020).

Agarwal (2020) k novému fenoménu uvádí následující: *„Vývinuli jsme novou techniku pro detekci „hlubokých padělků“¹ na základě výměny tváří. Tato technika využívá zásadní chyby v těchto „hlubokých padělcích“ v tom, že osoba zobrazená na videu jednoduše není osobou, kterou má být. Ukázali jsme, že kombinace obličejové a behaviorální biometrie je vysoce účinná při detekci těchto „hlubokých padělků“ v obličeji. Na rozdíl od mnoha jiných technik je tento přístup méně citlivý na protiútok a dobře zobecňuje dříve neviditelné padělky s dříve neviditelnými lidmi.“*

Jako ukázkou strojového učení umělé inteligence, ke kterému potřebují jako vstupní data zvukovou nahrávku řeči využívanou k vytváření deep fake, uvádí autorka práce výtvar (obrázek 5) tři výzkumníků Washingtonské univerzity (2017) fotorealistického videa minulého amerického prezidenta Baraka Obami, jak pronáší některý ze svých prezidentských proslovů, který prezentují v článku „Synthesizing Obama: Learning Lip Sync from Audio“. Rozeznat pravost videozáznamu od upravených sdělení vyžaduje mít povědomí o existenci nových technologických pokroků. Na nový fenomén upozornila také falešná britská královna Alžběta II. ve věrohodně upravené verzi projevu deep fake, který se v závěru roku 2020 objevil kromě tradičního vánočního proslovu, také v „novoročním“ poselství vysílaném prostřednictvím televizní stanice Channel 4, kterou na videu namluvila britská herečka D. Stephensonová. V této upravené falešné variantě neobvykle a úmyslně nápadně tančící královna varovala obyvatele před vytvářením dezinformací s pomocí nových digitálních technologií, čímž upozorňuje na to, že nemáme věřit všemu, co vidíme (iDnes, 2020).

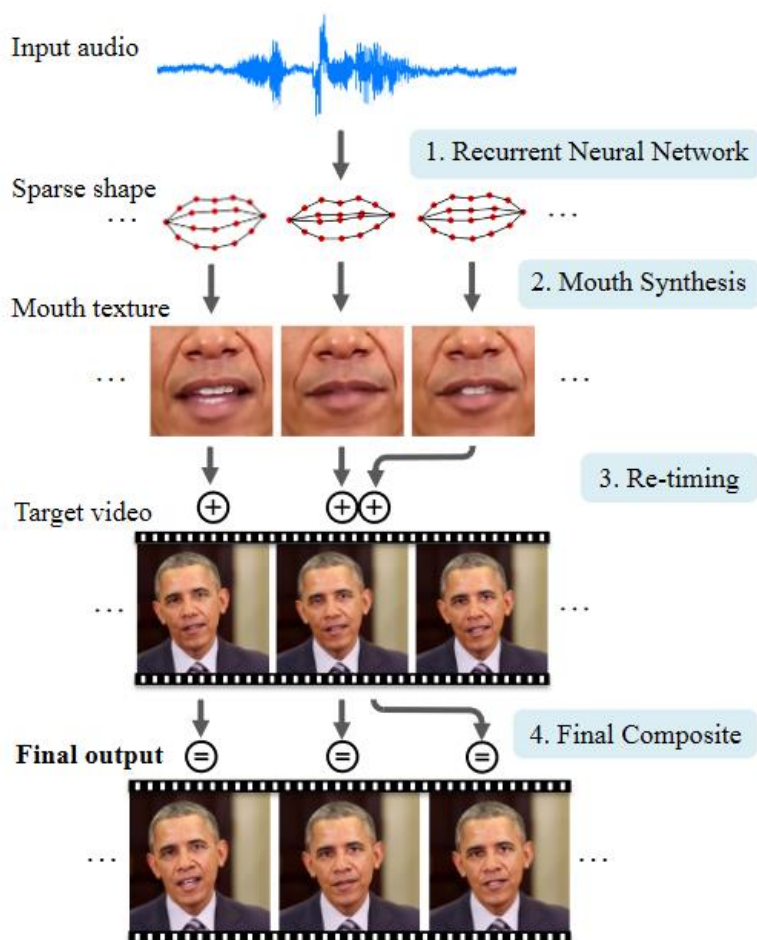
Tento nový fenomén přetváření reality je pro seniory nebezpečný, protože jak je uvedeno níže v kapitole 2.1 a v podstatě i v kapitole 2.2, změny jako je zhoršená kvalita zraku nebo snížená soustředěnost mají negativní vliv na případně odhalení nepravosti sdělení, které k seniorovi vysílá autorita, jakou je například britská královna, které senior důvěřuje a nemá důvod ověřovat pravdivost takové informace.

¹ Překlad deep fake jako „hluboký padělek“ je sice doslovný, ale v zásadě možný. Nabízí se rovněž překlady jako super podvod, extrémní padělek apod. Zpravidla se pojem ani v českém kontextu nepřekládá.

Na obrázku č. 4 je znázorněný systém převodu zvukového vstupu u rozfázované časové sekvence jednotlivých pohybů tvaru úst, abychom pochopili vysokou míru věrohodnosti a nebezpečnost takové úpravy videa, které senior od pravého nerozezná téměř vůbec, a je předpoklad, že se v online světě tento nový fenomén bude objevovat častěji. Na základě těchto sekvencí se generuje fotorealistická textura úst, která je přenášena do cílového videa. Před výslednou kompozicí se posloupnost textury shoduje s posloupností v cílovém videu a znovu se fází sekvence v čase tak, aby pohyb hlavy vypadal přirozeně a odpovídal řeči.

Následující obrázek zobrazuje průběh práce s videem, konkrétně fázování přichozího zvuku, který probíhá následujícím postupem:

1. Rozfázování sekvencí jednotlivých pohybů.
2. Syntéza tvaru pohybujících se rtů se zvukem.
3. Nové načasování rozfázovaných sekvencí zvuku.
4. Finální kompozice.



Obrázek 4: Syntetizace vědců z Washingtonské univerzity (2017)

Vytváření deep fake umožňuje umělá inteligence (Artificial intelligence – zkratka AI), což je schopnost strojů napodobovat lidské schopnosti, jakými je učení se, uvažování, plánování, kreativita. Technické systémy reagují na vnější podněty, řeší problémy a dosahují určitých cílů z přijatých dat, které byly již připraveny nebo jsou sbírány pomocí vlastních senzorů a kamer daného zařízení, jež následně vyhodnotí a reaguje na ně. Oblast umělé inteligence zaznamenala značný pokrok vlivem přístupu k datům, nových algoritmů a je zásadní pro digitální transformaci společnosti. Klíčem k pochopení využívání AI i možností rizik vytváření deep fake je povědomí o oborech, ve kterých se využívá. Senior se s ní setkává denně v oblastech online nákupů, personalizované reklamy, nabídky internetových vyhledávačů, digitálních virtuálních asistentů chytrých telefonů, bezpečnostních asistentů ve vozidlech, ale také u nových domácích spotřebičů – chytrá domácnost (Evropský parlament, 2020).

I když jsou tzv. deepfake videa v některých případech velice reálná, tak i s vědomím dalších informací je možné tento typ videí odhalit. Některá jsou odhalitelná pro svou nedokonalost. Senior však díky svým zhoršujícím se smyslům má možná tuto schopnost značně sníženou. Stejně tak jsou tyto technické nástroje pro něj nepochopitelné, resp. je to natolik složité a nepředstavitelné, že nedokáže tuto variantu přijmout (viz změny kognitivních funkcí v kapitole 2.2). Např. u sledování filmu senior předpokládá, že je využit nějaký trik, animace apod., i když velice reálné, ale u videa, které obdrží jako spam (viz další kapitola) e-mailem, nebo při náhodném klikání na internetu, toto nepředpokládá. Neví, že jde o podvod. Ve spojitosti se zhoršujícími se změnami fungování smyslových orgánů existuje riziko, že dané informaci uvěří a přepoše ji dál (pokud to umí).

1.3.4 Spam

Častým útokem na seniory je spam, nevyžádaná zpráva, propagující různé produkty a služby v elektronické podobě nevyžádané pošty. K rozesílání zpráv používají emailovou komunikaci. Lze nalézt spam i na stránkách sociálních sítí, blogů anebo v komunikačních programech nebo v mobilních zařízeních.

Podstatu spamu výstižně objasňuje Kopecký (2015, s. 96): *„Aby byl útok úspěšný, je nutné oslovit co největší počet uživatelů. Nejjednodušším a nejefektivnějším způsobem, jak se k uživatelům a jejich online účtům dostat, je rozesílání spamu se zprávou, která uživatele zaujme a donutí je reagovat.“*

Byly zaznamenány například energetickým regulačním úřadem případy výzev cílené na seniory k úhradě dluhu také písemnou výzvou či stroze a naléhavě znějícím telefonátem, textovou zprávou s jednoznačným požadavkem na úhradu dluhu. Dluh bývá odůvodněn sankcí za předčasné ukončení smlouvy, neuhrazené deaktivační poplatky, nedoplatky za spotřebovanou energii atd. (ČT, 2020).

V souvislosti se spamem lze zmínit stejnou problematiku jako deepfake. Jak bylo výše uvedeno, tak spam je logicky založen na tom, aby se dostal k co nejvíce uživatelům, a do jisté míry spoléhá i na to, že je jimi přeposílán. Senior může na základě involučních změn u smyslových orgánů spam přeposlat kliknutím, které provedl omylem, nevidí celou informaci, a proto ji jako důležitou posílá dál. Nedokáže vyhodnotit ani její relevantnost, nerozumí určitým slovům, nechápe obsah vět pro jejich složitost. Toto zase souvisí s involučními změnami kognitivních funkcí.

Například Policie České republiky (2020) naléhavě upozorňovala v souvislosti s pandemií Covid-19 na různé kybernetické útoky, kde apeluje na uživatele online prostředí, aby si ověřovali informace a dbali bezpečnostních zásad pro pohyb ve virtuálním světě. K těmto účelům byly vytvořeny i preventivní materiály dostupné na webových stránkách Policie ČR. Na stejných stránkách varuje i před dalším vybraným rizikem, se kterým se (viz v další kapitole výzkum „Starci na netu“, ze kterého je zřejmé, že za největší šířitele spamu lze považovat seniory a uvádí ve výzkumné zprávě z roku 2018 zjištění, které poukazuje na šíření až 47 % osob starších 65 let, které šíří pravdivé i nepravdivé informace prostřednictvím e-mailu) v četných případech setkávají senioři v online prostředí a je mu věnována další kapitola s názvem „phishing“.

1.3.5 Phishing

Phishing, jiným slovem „rybaření“, je podvodná technika cílící na nezkušené uživatele internetu, jakými jsou i senioři s nízkou počítačovou gramotností, jejímž účelem je vylákat přihlašovací údaje uživatele internetového bankovníctví nebo citlivé údaje čísel platebních karet a další citlivé údaje, které lze zneužít pod záminkou klamavé zprávy, která má za cíl jevit se pravdivě a vyzývá uživatele k zadání těchto údajů na podvodných stránkách.

Autorka práce uvádí z praxe bankovního poradce podvodné pokusy o zpřístupnění přihlašovacích údajů do internetového bankovníctví, které probíhají na podvodných stránkách,

keré méně obezřetný senior neodhalí, protože podvodná stránka na první pohled vypadá identicky jako přihlašovací stránka banky.

Prostřednictvím e-mailu dochází k různým variantám phishingových útoků. Jedna z nových variant šířících se v České republice je podvodná zpráva finančního úřadu, která vybízí k vyplnění osobních údajů do falešného formuláře pod záminkou zpracování přeplatku ročního zúčtování daně (Finanční správa, 2021).

Běžné zprávy, podle kterých phishingový útok rozeznáme, obsahují informace:

1. Informaci o dluhu (podrobnosti k dlužné částce a instrukcím o úhradě jsou součástí samostatné přílohy, která již obsahuje virus, který se do počítače nainstaluje po otevření souboru s přílohou a který následně shromažďuje informace o přihlašovacích údajích, jež jsou následně útočníkem zneužity (Kopecký, 2015, s. 96).
2. Lákavá informace o příchozí vysoké finanční částce, jejíž příjem potvrdíme přihlášením do svého účtu v internetovém bankovníctví. Nabízený připojený odkaz s přesměrováním k přihlášení je již připravený podvodný odkaz na stránku s fiktivním přihlášením, která útočníkovi umožní přístup k zadaným údajům přihlášení. Viz kapitola „E-mail“.
3. Informace banky o změně zabezpečení s nutností obnovení přihlašovacích údajů na podvodné stránce.
4. Informace o ukončení platnosti internetového bankovníctví s nutností prodloužení platnosti na fiktivní stránce banky (Kopecký, 2015, s. 96).
5. Požadavek na zaslání kopie přiložené platby (v příloze), který zasílá útočník jménem banky jednající za klienta, kterému byla platba zaslána, nebo informace o neprovedené platbě, výzva klientské spokojenosti s nutností přihlásit se (Česká spořitelna, 2021).

Podle Výzkumné zprávy Starci na netu (2018) aktivně reaguje 40 % uživatelů internetu na podvodné phishingové zprávy, které obdrží dospělí uživatelé od bankovních institucí (ať skutečných nebo fiktivních). Například se jedná o informační zprávy o obdrženém bankovním výpisu z účtu, který je možné zobrazit po přihlášení na účet s následným přesměrováním na stránku s přihlášením. Čím jsou uživatelé starší, reagují na tyto druhy zpráv více. Šestina osob

nad 55 let reaguje na výzvu ke změně hesla a na zprávy o nutnosti potvrdit změnu zabezpečení reaguje 10 % osob starších 55 let (u osob ve věku 35–45 let to jsou pouze 4 %).

Pro seniory jsou phishingové útoky výrazně rizikové. Důvodem je skutečnost, že se předpokládá, že senior bude mnohem méně obezřetný, resp. nevšimne si drobných nuancí, pokud je přeměřován na falešnou stránku. Na níže uvedeném obrázku č. 6 ukazujícím příklad podvodného mailu je na první pohled zarážející „zvláštní“ čeština. Toho si však senior všimnout nemusí. Dominantní pro něj bude informace o vrácení peněz. Dalšími skutečnostmi, na které útočníci spoléhají, jsou odlišnosti v mailové adrese, webové adrese, podobné, ale nepřilíživé grafice. Tyto skutečnosti senioři zpravidla ověřovat nebudou nebo je zkrátka přehlédnou.

Dalším faktorem, který působí na seniory více než na jinou část populace, je vyvolání strachu, strachu z exekuce a případné ztráty bydlení. Níže uvedený příklad se zabývá vrácením peněz (i když jazykově to může působit i obráceně – pozn. aut.), ale nejsou výjimkou ani podvodné maily, které naopak hrozí nedoplatkem a jeho předáním exekutorům, soudům apod., pokud nebude včas uhrazen. Opět je využit proklik na falešnou webovou stránku.



Daňový portál

Drazí zákazníci,

Máte nárok na vrácení daně ve výši Kč 6 078,66

Zašlete prosím níže uvedený formulář, abychom jej mohli zpracovat

Vraťte peníze co nejdříve.

[Otevřete formulář](#)

Pokračování procesu vrácení peněz může trvat až 24 hodin.

Pokud není návratový formulář správně odeslán, může se tento proces zpozdit

Obrázek č. 5: Podvodný e-mail s logem Finanční správy

Zdroj: Finanční správa (2021)

Kopecký (2015) popisuje několik fází úspěšného pokusu zneužití přístupových údajů internetového bankovníctví:

1. fáze: spamový útok – informace, která vyprovokuje příjemce k reakci, viz kapitola „Spam“.
2. fáze: získání přístupu na podvodné stránce, která je umístěna na anonymních serverech v zahraničí s dočasnou krátkodobou existencí. Odhalit jí lze podle chybné koncovky domény anebo nepřesné adresy.
3. fáze: instrukce k instalaci podvodné aplikace, která ovládá příjem autorizačních zpráv, která opravňuje k ověřenému přístupu do internetového bankovníctví.

Obdobou útoků prostřednictvím sdělení přihlašovacích údajů je telefonní hovor fiktivního bankéře, který telefonickým hovorem klientovi sdělí informaci o pokusu podvodné platby z jeho účtu, které hodlá zamezit. Údajným cílem fiktivního bankéře je ochránit finanční prostředky klienta a zadržet požadovanou platbu. K tomuto úkonu potřebuje ověřovací kód k přihlášení do internetového bankovníctví klienta. U seniora se předpokládá, že bude ochoten sdělit potřebné údaje bez ověření pravosti bankéře.

Na zrychlující se tempo šíření různých útoků v online prostředí i zvyšující se tendenci k agresivnímu chování ve zdánlivě anonymním prostoru internetu má nepochybně vliv rychlý rozvoj informačních technologií, které prostřednictvím svých služeb nabízejí potenciál šíření nebezpečných praktik. Schopnost přizpůsobit se je obecně bližší dětem než dospělé populaci, protože zvědavost a radost z nových objevů patří do denních aktivit dětského světa, který k vývoji kognitivních, ale také psychomotorických i afektivních složek učení neodmyslitelně patří. Z tohoto důvodu je důležitá cílená informovanost seniorské populace.

Posledním z vybraných a velmi nebezpečných rizik online rizik, které budou zmíněny a blíže specifikovány v další kapitole 1.3.6 jsou podvody „s láskou“ cílené na důvěřivé seniory.

1.3.6 Romance scams

Kopecký (2016) výstižně objasňuje termín „Romance Scam“ následujícím způsobem: *„Romance Scam je označení pro podvod, jehož základem je zneužití oběti (zpravidla seniora) prostřednictvím nabídnutí romantického vztahu (který je zpravidla zakončen nabídkou k sňatku), přičemž v průběhu komunikace pachatel/pachatelka od oběti vyláká peněžní prostředky.“*

K romantickým podvodům dochází, když si zločinec osvojí falešnou online identitu zpravidla atraktivního vzhledu, aby získal náklonnost a důvěru oběti. Podvodník pak používá iluzi romantického nebo blízkého vztahu k manipulaci nebo přímo okradení oběti. Zločinci, kteří provádějí milostné podvody, jsou experty na to, co dělají a seniorům připadají skuteční, starostliví a uvěřitelní. Podvodníci zaměřeni na milostné podvody zvané „romance scams“ jsou přítomni na většině webů určených k seznamování (online seznámk) a sociálních sítích.

Z výzkumné zprávy Starci na netu (2018) je zřejmé, že seznamování v online prostředí je oblíbený způsob navázání intimního vztahu. Online prostředí k seznamování využívá 1/3 dotazovaných respondentů, konkrétně online seznamky 78 % (56 % respondentů převedlo online seznámení reálného vztahu). Online seznamování využívá 76 % oslovených respondentů nad 65 let.

Jak varují webové stránky FBI Internet Crime Complaint Center, dále jen IC3 (2019), v romance scams je záměrem podvodníka navázat co nejrychleji vztah a získat důvěru. Podvodníci se neostýchají ani s návrhy sňatku, plány osobního setkání, které ale nemají v plánu zrealizovat. Po získání důvěry následuje žádost o finanční prostředky. Jako důvod uvádějí tíživé smyšlené situace, jako je např. dočasně zablokovaný přístup k účtu nebo pobyt mimo domovskou zemi bez přístupu ke svým finančním prostředkům. Tyto důvody podporují i nemožnost osobního setkání.

Ze statistických údajů za rok 2017 podalo ve Spojených státech amerických více než 15 000 lidí podnět k prošetření na FBI Internet Crime Complaint Center (2019), kteří se stali oběťmi podvodu se zneužitím důvěry k navázání virtuálního milostného vztahu, a ohlásili tak podvodné jednání se ztrátou ve výši více než 211 milionů amerických dolarů (dále USD). V roce 2018 se počet obětí navýšil na více než 18 000 (více než 362 milionů USD), což je nárůst o více než 70 % oproti předchozímu roku. V roce 2018 byl tento typ podvodného jednání sedmým nejčastěji hlášeným podvodem útvaru IC3 na základě počtu přijatých ohlášení a druhým finančně nejnákladnějším podvodem, pokud jde o ekonomický dopad.

Podvodné jednání romance scams se nevyhýbá ani České republice. Autorka práce zná z bankovní praxe konkrétní případ seniorky, kdy došlo k podvodnému jednání s výrazným dopadem do ekonomické i sociální oblasti. Seniorka s absencí sociálních kontaktů si na základě rady blízkého okolí vytvořila osobní profil na sociální síti s cílem seznámení. Po navázání „důvěrného“ virtuálního kontaktu s jedincem prezentujícím se jako osoba žijící mimo Českou republiku, která se ocitla v nouzi, požádal útočník o zaslání finanční pomoci. Útočník seniorce

slíbil vrácení zapůjčeného obnosu, jakmile se dostane k financím, které má na firemním účtě v britské bance (fiktivní účet – podvodná stránka), ke kterému se nemůže ze země, ve které aktuálně je, dostat. Podvod byl plánovaný, předem připravený, sofistikovaný. Pro získání důvěry seniorce zaslal údajné přihlašovací údaje k účtu a požádal jí, aby napsala do britské banky, že požaduje vyplatit prostředky v objemu několika milionů na svůj účet. Seniorka reagovala opakovaně na výzvy o finanční pomoc z důvodu tísně. Prostředky požadoval na údajný poplatek pro zpřístupnění firemního účtu, v dalších případech na úhradu pokuty, na zakoupení letenky za seniorkou atd. I v tomto konkrétním případě útočník použil imaginární profil neexistující banky. Na poplatky, které útočník požadoval z důvodu uvolnění většího objemu prostředků, které měly být následně poukázány na osobní účet seniorky, se seniorka opakovaně zadlužila u různých bankovních i nebankovních společností. Útočník získal u seniorky silnou důvěru, která jí dovedla k osobnímu bankrotu. K sociální izolaci seniorky má na další časové období vliv výrazný propad na okraj finančního životního minima z důvodu exekuce, nízká životní úroveň, snížení ekonomického standardu, a tím výrazný dopad na životní úroveň.

Druhá kapitola bude věnována vymezení specifických odlišností, které patří k seniorskému věku a mohou mít vliv na vnímání rizik v online prostředí. Popíšeme si fyzické, psychické i sociální změny, které nastávají u seniora v důchodovém věku.

2 Senior

Každá vývojová etapa v životě jedince má svá specifika, která je potřeba reflektovat a je dobré s nimi počítat, což má význam pro jedince samotného, tak i jeho okolí, které s ním jakkoliv kooperuje nebo jen přichází do kontaktu. Ve vztahu k „mediálnímu světu“ je nejen podstatné určit, kterou osobu lze označit za seniora, a to na základě stanovených atributů, ale i popsat fyzickou a psychologickou charakteristiku dané osoby, která je podstatná právě v kontextu tematického zaměření diplomové práce. V literatuře se vymezení pojmu senior různí. Autorka práce zvolila vymezení Vašutové a důvod, proč zvolila právě tohle vymezení, je uveden níže pod citací.

Vašutová (2020, s. 19) tedy vymezuje seniora, respektive období seniorského věku, které specifikuje jako senium, následovně: *„Senium může zaujímat široké časové rozpětí (přibližně od 60. roku věku výše). Na počátku senia člověk odchází zpravidla do důchodu (v současnosti čím dál tím později) a tato skutečnost mu přináší problémy. Stárnoucí jedinci v tomto období si vážně začínají uvědomovat dezintegrační změny v tělesné i psychické oblasti, což má negativní vliv na jejich chování. Dochází k projevům pesimismu, k uvědomění, jak je život relativně krátký, k nervozitě i společenské izolaci spojené s vědomím ochuzování vlastního života. Ke konci tohoto období může být snížena korekce chování, v důsledku čehož někdy dochází k oslabení etických zábran. Objevuje se neobvyklé chování, vybočující z ustálených norem.“*

Jednotlivá jiná vymezení dle Haškovcové (2013), Sýkorové (2013) aj. se výrazně neodlišují od výše uvedené citace, proto je autorka práce neuvádí. Vašutová se věnuje primárně úvodní fázi nástupu období senia a jeho prokazatelných dopadů na jedince. Její charakteristika senia a změn je relativně stručná, ale naprosto výstižná. Právě počátek těchto změn je velice důležitý pro tematické zaměření diplomové práce. V této době dochází u jedince k zásadním změnám, které mohou souviset i s jeho chováním v spojitosti s médii.

Výše uvedená citace zmiňuje mj. skutečnost, že senior jako osoba může být determinován nejen na základě věku, ale i na základě involučních a sociálních změn. Zároveň je nutné si uvědomit, že pojem senium (viz výše uvedená citace) není synonymem pro pojem senior.

Helus (2011, s. 305) vymezuje stáří jako období, které začíná „šedesátkou či pětadesátkou“ a stanovení počátku odpovídá způsobu, jak stáří nastává, jak se projevuje, jak probíhá a jak se jedinec přizpůsobí jeho negativním důsledkům, protože ve zmiňovaném jsou značné individuální rozdíly.

Hovoříme-li o seniorovi, tak zpravidla nejčastěji uvažujeme o věkové hranici. Janiš ml. a Skopalová (2016) považují věkovou hranici za jediný objektivní faktor pro označení osoby jako seniora, i když si uvědomují její arbitrárnost. Ve své publikaci podávají relativně podrobný přehled argumentů, které je vedly k uvedenému závěru. V této souvislosti se nejedná o ojedinělý či výjimečný názor. Vidovičová (in Janiš ml. a Skopalová, 2016) představila i další možné atributy, dle kterých lze označit osobu za seniora. Jedná se např. o narození vnoučat, odchod do starobního důchodu, ztrátu soběstačnosti apod.

Autorka se shoduje s Janišem ml. a Skopalovou (2016), že všechny uvedené atributy jsou značně variabilní a vedou k tomu, že by v některých situacích mohly být za osoby, seniory označeni i lidé, které bychom běžně jako seniory neoznačili. Např. muž ve věku 36 let, kterému se „narodilo“ první vnouče apod. Stejně tak by mohly vzniknout i situace z opačného věkového spektra, kdy pracující žena ve věku 79 let by nebyla považována za seniorku, a to na základě své socioekonomické situace.

Pro potřeby diplomové práce je seniorem osoba ve věku 65 a více let. Avšak atributy, které uvádí Vidovičová (in Janiš ml. a Skopalová, 2016) jsou podstatné pro dané téma, a to v určitých kontextuálních souvislostech.

Nyní si objasníme fyzické a psychické změny u seniorů, které mají výrazný vliv na vnímání a orientaci jedince v online prostředí, jeho vnímání mediálního obsahu i různorodých podvodných pokusů.

2.1 Fyzické změny u seniorů

Helus (2011, s. 305) pokračující involuci i problémy spojené se zdravotním stavem seniora konkretizuje údaji o výrazném zhoršení zrakové percepce u 90 % seniorů a podle Langmeiera a Krejčíkové In Helus (2011, s. 305) u 30 % seniorů je zhoršen také sluch.

Fyzické změny charakteristické involučními procesy jsou hlavními znaky toho, jak si „stáří“ a seniorský věk obecně představujeme. K tomuto mj. významně negativně přispívají i média (televize, časopisecké zdroje, internet), a to prostřednictvím reklamních sdělení – inkontinenční pomůcky, tablety na čištění a „lepení“ zubních protéz, kloubní výživa aj. Takto prezentovaný obraz seniorů nepůsobí příliš pozitivně, i když se samozřejmě zakládá na pravdě.

Seniorský věk je charakteristický svou polymorbiditou, choroby ani kardiovaskulárního systému, kloubů, páteře, problémy se smyslovými receptory apod. Vizuálně nejsignifikantnější projevy jsou dále šedivé vlasy, vrásky apod. Je nutné doplnit, že vše je vysoce individuální

záležitostí, která je podmíněna komplexním životním stylem nejen v seniorském věku (Říčan, 2006; Vágnerová, 2007).

Vašutová (2020, s. 106) dále ke změnám upřesňuje: „... u nich opravdu dochází k biologickým a psychologickým změnám, které jsou ireverzibilní (nevratné). Tyto změny mají za následek zvýšenou zranitelnost organismu, pokles schopností a výkonnosti jedince. S procesem stárnutí je spojeno mnoho dalších intervenujících faktorů. Mezi ně patří například dědičné dispozice, dlouhodobý životní styl a životospráva, míra adaptability jedince, ale rovněž výše zmiňované strategie, jak se vyrovnat se stárnutím a stářím.“

Uvedené involuční změny vedou k významným proměnám i v oblasti pohybové aktivity a aktivity obecně (Janiš ml. a Skopalová, 2016). Čím méně se senior věnuje pohybovým aktivitám (nechápat jako volnočasové aktivity), tím více se může věnovat aktivitám (i jako pasivní konzument) ve světě médií.

Stejně významné ve vztahu k tématu diplomové práce jsou změny u smyslových orgánů, v našem případě konkrétně mluvíme o zraku a sluchu. Jakékoliv negativní proměny u zrakových a sluchových schopností seniora významně znesnadňují proces komunikace, vnímání okolního světa apod. V tomto případě jsou významně propojeny i s involucí kognitivních funkcí (viz níže).

U zraku můžeme pozorovat (není myšleno jako oxymoron) zhoršené zpracování zrakových podnětů, zúžení zorného pole, problémy s akomodací, problémy s vnímáním barev aj. U sluchu se jedná typicky o nedoslýchavost stárnoucích (Stuart-Hamilton, 1999). Zmíněné koresponduje s již prezentovaným objasněním změn podle Heluse (2011) na začátku kapitoly.

Někdy však mohou být fyzické změny zveličovány a využívány k jistým manipulacím s pečujícími osobami či osobami, u kterých chce senior vzbudit soucit. Zmíněné zveličování lze odůvodnit následujícím dle Vágnerové (2007, 313-314): „*Zdůrazňování zdravotních problémů a zaměřenost na vlastní tělo může významně zkomplikovat i sociální postavení staršího člověka. Tendence vynucovat si pozornost pomocí somatických stesků je běžnou obrannou reakcí starých lidí. Člověk, který si neustále na něco stěžuje, bývá považován za obtížného a nepříjemného.*“

Fyzické změny v seniorském věku přirozeně zasahují do komplexního života seniora. Gruss (2009) In Helus (2019) ke změnám u seniorů zmiňuje mimo jiné i následující: „*V dnešní době lidé nacházející se v tomto životním období vykazují obecně větší fyzickou a psychickou*

zdatnost i výkonnost (pozdější odchody do důchodu), než tomu bylo u předchozích generací. I jejich sociální a emoční život je plnohodnotnější.“

Polymorbidita, popř. involuční změny projevující se ve fyzickém zdraví, způsobují, že senioři jsou „citlivější“ na reklamní sdělení, která jim nabízí kompenzaci jejich zdravotního stavu, „zrušení“ nemoci, oddálení smrti, zdravější domov apod. Nezřídka s nulovým či zanedbatelným efektem, za neúměrně vysoké ceny.

Další důsledkem fyzických změn ve vztahu k médiím může být skutečnost, že v případě snížené mobility seniora, je senior „odkázán“ trávit s médii více času než senior plně mobilní. Je tak vystaven množství informací, které nemusí dobře filtrovat, hodnotit aj. Imobilita či částečná mobilita seniora může mít ve vztahu k informačním a komunikačním technologiím i pozitivní efekt. Takový senior se může snažit hledat nové způsoby komunikace s rodinou, přáteli, což ukázala i současná pandemická situace.

Další kapitola objasňuje změny psychické a kognitivní, které jsou výsledkem dalších involučních změn, jež jsou spojeny s obdobím senia.

2.2 Psychické změny u seniorů

I když je involuce našeho těla dominantně vnímána a někteří se jí „děsí“, tak neméně závažné jsou i změny psychické. Říčan (2006) v této souvislosti používá termín „*demontáž osobnosti*“, používá to však v kontextu demence, popř. demence Alzheimerova typu. Janiš ml. a Skopalová (2016) hovoří o tom, že celkově je osobnost seniora zpomalena, a to v prodlužující se délce zpracování informací v zhoršeném vnímání podnětů z okolí (významně souvisí s fyzickými změnami), zatížení seniorovy paměti nadbytečnými informacemi v soustředění se na nepodstatné záležitosti, které ovlivňují seniorovu pozornost (přenos a zaměření pozornosti). Autoři to „vtipně“ přirovnávají k větě, která zazněla v jedné z Cimrmanových her, resp. v semináři před hrou, a to, že senioři mají problém myšlenku udržet a myšlenku opustit.

Psychické změny popsané výše jsou významné pro téma diplomové práce. Můžeme říci, že v množství informací, které se každý den vyskytnou kolem nás, je těžké se zorientovat, filtrovat je či maximálně eliminovat ty, které označujeme jako fake news (viz níže) apod. U většinové populace je toto závislé významně na jejich znalostech, schopnostech, „životní filozofii“ aj. U seniorů je toto ovlivněno právě i involučními změnami v oblasti psychické. Při edukaci seniorů, nejen v této oblasti, je podstatné využívat poznatky z vývojové psychologie pro zvýšení efektivity.

I když jsou výše uvedené změny „nepříjemné“, tak v seniorském věku můžeme zaznamenat i mnohem závažnější psychické změny.

Helus (2011, s. 305) mezi zvláště obávané involuční procesy uvádí demenci, tedy úbytek rozumových a s nimi spojených dalších schopností, jakými jsou paměť, sebekontrola.

Vzhledem k tomu, že senioři se nacházejí již ve své poslední třetině či čtvrtině života, tak se musejí vyrovnávat se ztrátami blízkých osob a z toho mohou vznikat deprese. Stejně tak v důsledku zhoršujícího se zdravotního stavu, výrazných sociálních změn apod. Objevuje se šetrnost, která může přecházet až v lakotu či naprosto irelevantní chování (Říčan, 2006).

V souvislosti s psychosociálními změnami se používá termín *kohortová příslušnost* nebo *kohortový efekt*, což znamená, že lidé jsou součástí nějaké generace, která byla ovlivněna stejnými sociokulturními vlivy, zažili makrosociální traumata (např. válka, současná pandemie – pozn. aut.) apod. (Vágnerová, 2007; Říčan, 2006).

Vágnerová (2007, s. 315-333) dále uvádí celou řadu psychických změn. Jedná se o následující:

- strukturální a funkční změny mozku, které mají za následek zhoršenou pozornost, zhoršenou paměť, zpomalení myšlení a následek je nedostatečně rychlé zpracování informací nebo neschopnost uvažovat o více faktech najednou,

- nerovnoměrná proměna dílčích schopností, tedy schopnost využít svůj potenciál, která klesá po 60. roce života (konkrétně zaznamenávání, ukládání a využívání informací),

- zpomalení poznávacích procesů, tedy prodloužený reakční čas, prodloužený čas k volbě adekvátní reakce, zvýšená citlivost na výkyv vlastní výkonnosti a další, jako je zhoršování zrakových a sluchových funkcí, které jsou zmíněny již na jiném místě práce.

Když výše uvedený výčet změn uvedeme do kontextu tématu práce, můžeme uvažovat o dvou příčinách skutečností, které se odehrávají v online prostředí, kdy jsou senioři žádoucí cílovou skupinou útočníků. První je samotný fakt, že jsou častou cílovou skupinou kybernetických útoků a dalších pokusů o podvod (viz statistické údaje PČR, jak je uvedeno v podkapitole 1.3.2) a druhá skutečnost je vysoká pravděpodobnost, že se stanou obětí podvodného jednání, tedy, že bude skutek opravdu dokonán.

Zajímavý je pohled Határa (2005, s. 24) na seniorský věk: „*S přirozeným odchodem člověka z veřejného života zpravidla nastává období třetího věku, které s sebou přináší kromě celé řady výhod i mnoho nevýhod. Jednou z nich je ztráta profesní role, kterou mnoho seniorů*

velmi těžce snáší. Před člověkem, který byl ještě nedávno maximálně vytižený, se otevírá velký časový prostor, který zůstává neorganizovaně a neefektivně vyplněný.“

Autorka práce nesouhlasí s Határem v tom, že by se před seniory otevíral velký časový prostor. Nelze totiž analogicky odvodit, že s odchodem ze zaměstnání se původní pracovní doba automaticky stane volným časem, což ve své publikaci dokazují Janiš ml. a Skopalová (2016), tak zcela jistě dochází k zásadní reorganizaci režimu dne, kdy volný čas může být významně pasivně využíván a „vyplněn“ pasivním sledováním médií. Stejně tak je omezena komunikace, která se může přenášet do online světa, kde nemusí docházet k pouhému videohovoru či „chatu“, ale i k zásadnější výměně informací i z kategorie fake news.

Neméně významné jsou i změny v sociální oblasti, které mohou mít výrazný vliv na chování seniora nebo kvalitu jeho života. V další kapitole si specifikujeme změny, k jakým u seniorů dochází a jejich vliv na rizika online prostředí.

2.3 Sociální změny u seniorů

Významné sociální změny u seniorů nastávají s odchodem do starobního důchodu, kdy se setkávají s novými sociálními rolami, které se učí přijímat. Volný čas také poskytuje široké možnosti k realizaci aktivit, které nemohly být z různých důvodů uskutečňovány v předchozích životních etapách. Volný čas ve starobním důchodu poskytuje prostor plnit si sny a přání. Období stáří již nevnímáme s představou určitého deficitu, ale čím dál častěji jej vnímáme jako období, které umožňuje naplnění všech potřeb, na které dříve nebylo dostatek volného času z důvodu profesního vytížení.

V kontextu tématu práce autorka uvádí pohled Kučerové (2014, s. 139) na vnímání seniora jako zaměstnance následovně: *„V důsledku stárnutí evropské populace a také pozdějšího odchodu do důchodu je třeba umět se vyvíjet spolu s informačními technologiemi. Jednou z velmi často opakovaných konkurenčních nevýhod starších zaměstnanců je, že se s moderními hračkami učí pracovat mnohem pomaleji a často mají z technologií strach. Proto jsou pak při snižování zaměstnanců většinou na prvním místě, mají pocit deziluze, zklamání a neužitečnosti. Naštěstí však přibývá různých iniciativ, které se život s technologiemi snaží starším lidem a důchodcům usnadnit.“*

Proměna společnosti tvoří nový obraz stáří, který vnímáme jako ideální dobu pro rozvoj, a čím dál více seniorů se na stáří připravuje již v produktivním věku. Součástí přípravy by měla být i mediální gramotnost, které bude věnována další kapitola. Volný časový prostor tedy nabízí

různé způsoby trávení volného času. Mezi tyto volnočasové aktivity patří také sociální komunikace a interakce, která se odehrává také v online prostředí prostřednictvím různých interakcí na sociálních sítích nebo komunikačních kanálech.

Podle Heluse (2011, s. 306) je také bolestným tématem opuštěnost, kdy senior vnímá, jak jeho vrstevníci umírají nebo jsou postiženi nemocemi, případně úmrtím partnera (ovdovění), a tedy už v době, kdy se zmiňovaná událost ještě neodehrála v životě jedince, je jedinec vystaven vnímání podobných náročných situací u vrstevníků, se kterými se musí vyrovnat, a vnímá, že jej to čeká také.

Podle Vidovičové, (2020) trpí nějakou formou sociální exkluze, tedy vyloučení ze sociálních vztahů, až 20 % lidí v pozdějších fázích života. Osamělost je při tom rizikovým faktorem pro řadu somatických onemocnění a sociální podmíněnost také komplikuje saturaci řady základních i nadstavbových potřeb.

Vágnerová (2007, s. 362) zmiňuje v souvislosti se sociálními změnami **syndrom čtyř stěn**, kdy se senioři uzavírají doma a nejsou motivováni k hledání nového životního programu, respektive k jakékoliv aktivitě. Odehrává se to převážně u případů, kdy měl senior nerealistické představy o svém životě ve starobním důchodu.

Autorka práce z osobní zkušenosti uvádí, že sociální izolace, absence sociálních kontaktů, nedostatek volnočasových aktivit, které by smysluplně vyplnily volný čas (viz kapitola 3.2.2), má významný vliv na kvalitu života seniora. Senior, který má zájem o sociální svět v online prostředí, který má saturovat absenci sociálních kontaktů, je motivován k zapojení se do aktivního využívání internetu. Ačkoliv lze předpokládat, že na internetu sociální kontakt poskytují seniorům sociální sítě, z výzkumu Eurostatu (2020) vyplývá, že sociální sítě v České republice využívá pouhých 12 % jedinců z řad seniorů, ačkoliv celkové využívání sociálních sítí v České republice je mírně nadprůměrné (59 %) oproti 57 % obyvatel Evropské unie. Pro srovnání autorka uvádí údaj stejného zdroje o využívání sociálních sítí seniorskou populací v Dánsku, kde je to z 51 %.

Stejný údaj 12 % o využívání sociálních sítí v České republice jedinci nad 65 let uvádí i výzkumná zpráva Starci na netu (2018). Ze stejné výzkumné zprávy vyplývá využívání chatovacích portálů u seniorů, které jsou využívány z 12 %.

Fyzické a psychické změny jsou částečně ovlivnitelné, lépe řečeno redukovatelné, oproti tomu sociální změny jsou paradoxně změnami, kterých se možná lidé obávají nejméně na rozdíl od polymorbidit aj. Jsou však změnami, kterými se dominantně zabývá „stát“, i když primárně

jen z hlediska základních životních potřeb, kdy zejména finanční situaci v seniorském věku ovlivnit můžeme svým chováním v produktivním věku. Neovlivníme však proměnu sociálních rolí, narození vnoučat, odchod dětí z domova apod. (Janiš ml., Skopalová, 2016).

Seniora tedy musíme vnímat komplexně a posuzovat všechny aspekty spadající do seniorského věku. Každá vývojová etapa v životě jedince má svá specifika, která je potřeba reflektovat a je dobré s nimi počítat, což má význam pro jedince samotného, tak i jeho okolí, které s ním jakkoliv kooperuje nebo jen přichází do kontaktu.

V další kapitole se zaměříme na mediální gramotnost seniorů, na objasnění termínu i významu online prostředí, dále na vymezení pojmů média, masová média, mediální gramotnost, vybrané způsoby komunikace v online prostředí a jejich důležitost v dnešním komunikaci a v neposlední řadě na prevenci a její význam.

3 Mediální gramotnost u seniorů

Nejprve, než si objasníme pojem mediální gramotnost, vymezíme si online prostředí, ve kterém je mediální gramotnost žádoucí. Online prostředí je specifický virtuální prostor, který se stal v roce 2020 vlivem pandemie nemoci Covid-19 nevyhnutelně součástí každého jedince, a tedy i seniorů, kteří se tomuto prostoru vyhýbali. Většina aktivit z důvodu omezených kontaktů a sociální izolace většiny populace se přesunula do prostředí internetu. Vedle online výuky žáků a studentů se do tohoto specifického prostředí přesunula také poradenská činnost v různých oblastech, terapeutická pomoc, bankovní služby, nakupování, komunikace s blízkými i státní správou a další. Přenesení osobního kontaktu, které přináší setkání jedinců, do online prostředí lze chápat jako prostor k většímu vnímání a pozornosti, kterou věnujeme porozumění sdělení, ale také odstranění komunikačního šumu, který vytváří například přerušování obrazu, a to i u jedinců, kteří v běžné osobní komunikaci bariéry komunikačních šumů a neverbálních signálů komunikace nevnímají.

Musíme poznamenat, že nynější senioři neměli v předchozích fázích života aktivní a dlouhodobý přístup k internetu, jako bude mít v seniorském věku současná mladá generace, která se s internetem a širokým mediálním obsahem setkává od útlého dětství při volnočasových aktivitách, ale i v průběhu povinné školní docházky. Následující statistické údaje (ČSU, 2020) tuto skutečnost deklarují:

„V roce 2020 slavíme v České republice 28 let od prvního připojení k internetu. Přesněji se tento klíčový okamžik udál 13. února 1992 na půdě Českého vysokého učení technického v Praze. První tři roky šlo o záležitost výlučně akademickou, od roku 1995 se ale internet liberalizoval a vstoupila sem komerční sféra – v roce 1996 vznikl internetový portál Seznam.cz a internet se pomalu ale jistě začal dostávat do povědomí lidí. I tak ale ještě v roce 2000 využívalo internet jen 10 % osob starších 16 let (ukazatel je měřen jako podíl osob, které použily internet alespoň jednou v posledních 3 měsících). Nejčastěji se jednalo o studenty vysokých škol, IT odborníky, ale také o vybrané zaměstnance podniků s připojením k internetu. V roce 2020 se podíl uživatelů internetu vyšplhal na 81 %. To představuje 7,15 mil. osob starších 16 let. Z této skupiny pak 98 % uvedlo, že používají internet pravidelně, tj. alespoň jednou týdně. Každý nebo skoro každý den se pak k síti připojuje 90 % uživatelů internetu.“

Jak vyplývá z údajů průzkumu Českého statistického úřadu, v roce 2020 využívalo informační a komunikační technologie denně v domácnostech a mezi jednotlivci starších 16 let

73,2 %, z toho seniorů ve věku 65–74 let 38,6 %, seniorů nad 74 let 12,2 %, což je oproti předchozím rokům o několik procent více, jak demonstruje následující tabulka níže.

Tabulka č. 1: Využití informačních a komunikačních technologií v domácnostech

	celkem	65	75+
2020	73,2	38,6	12,2
2019	70,2	33,6	10,6
2018 - 2019	70,1	29,3	10,6
2019	70,2	33,6	10,6
2018	70,0	24,9	-

Zdroj: (ČSÚ, 2020)

Český statistický úřad (2020) uvádí vzrůstající podíl uživatelů internetu mezi seniory následovně: „Zatímco v mladších věkových kategoriích již v posledních letech podíly uživatelů internetu kolísají těsně pod hranicí 100 %, u starších ročníků je používání internetu stále na vzestupu. Podíl osob nad 65 let, které používají internet, vzrostl z 13 % v roce 2010 na 40 % v roce 2020. Mezi osobami v předdůchodovém a mladším důchodovém věku (55–64 let) používalo internet před deseti lety 42 %, dnes je online už 81 % z nich.“

Nárůst je daný nejen zvyšující se dostupností a poklesem ceny internetového připojení, ale i tím, že důchodového věku dosahují osoby, pro které je (bylo) využití internetu běžnou součástí v jejich předchozím zaměstnání.

Nová elektronická média si lze představit jako propojení obrazu neboli fotografií se zvukem, textem, počítačovými efekty, videosignálem, které lze propojit v jeden celek přenášející vizuální sdělení. Schopnost komunikovat, tedy vysílat nebo přijímat mediální sdělení, vyžaduje určitý stupeň gramotnosti, podobně jako k verbální komunikaci potřebujeme schopnost mluvit, číst. Typ komunikace, u které narůstá dostupnost stále většího počtu uživatelů se zaměřením na obecné informace v oblasti kulturní, politické, ekonomické, společenské, sociální, poskytují společnosti masová média, za která považujeme tisk, rozhlas, televizi a také jejich elektronickou podobu.

Kompetenci zvanou „mediální gramotnost“ získávají jedinci ve společnosti v procesu primární socializace různými způsoby, jež se od sebe ve vztahu ke všeobecnému vzdělávání liší mírou institucionalizace a formalizace. Na jedné straně je systematicky rozvíjená mediální výchova vysoce formalizovaná, v rámci základního, případně středního školství, na druhé straně v rámci různých aktivit (někdy přispívající k rozvoji mediální gramotnosti bezděčně

např. mediální kritika). Mezi těmito dvěma polohami je pak řada dalších projevů zvyšování mediální gramotnosti (např. mimoškolní výchova, systematické i příležitostné působení zájmových organizací, systémy celoživotního vzdělávání včetně vzdělávání profesních skupin, jako jsou učitelé nebo vzdělávání seniorů), dále také osvěta prostřednictvím samotných médií a v neposlední řadě nejrůznější občanské aktivity zaměřené na ovlivňování chování médií (media performance) či na ovlivňování vztahu uživatelů k médiím (Jiráková a Šťastná, 2012).

Jiráková a Köpplová (2009, s. 21) charakterizují média následujícím způsobem: „*Zpravidla se těmito výrazy rozumí periodický tisk (čili především noviny a časopisy určené široké veřejnosti) a rozhlasové a televizní vysílání, ale stále častěji také veřejně dostupná sdělení na internetu, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počinů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (facebook).*“

Mičienka, Jiráková a kol. (2007, s. 9) výstižně upozorňují na důležitost být schopen zapojit se úspěšně a samostatně do probíhající mediální komunikace, což je dle jejich názoru jednou z klíčových podmínek úspěšné socializace jedince.

Paul Nurse – nositel Nobelovy ceny za fyziologii nebo lékařství, bývalý předseda britské Královské společnosti, v pořadu ČT24 (2020) „Hyde Park civilizace“ k tématu stárnutí populace a potřebě její digitalizace, nebo-li získání kompetencí v digitální gramotnosti, otevírá také důležitost přípravy na důchod. Do této přípravy bychom měli zahrnout jednak rozhodnutí, jak dlouho chceme být ekonomicky aktivní v pracovním procesu, se kterým jistě souvisí i další sebevzdělávání a další rozvoj například v obsluze technologických zařízení, přístupů, inovací, které se zdokonalují. K těmto novým tématům nynější seniorské populace patří také digitální a mediální gramotnost. Danuše Nerudová – ekonomka (ČT24, 2020) zároveň ve stejném rozhovoru s moderátorem Danielem Stachem upozorňuje na výzvy, které společnost čekají z důvodu změn na trhu práce, více volného času u seniorů, prodlužující se věk odchodu do důchodu, vyšší doba dožití z důvodu lepšího zdraví.

Evropská komise vydala v roce 2007 dokument „Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí“, v němž je definována mediální gramotnost jako schopnost získávat přístup k médiím, kriticky vyhodnocovat a chápat různé aspekty médií a jejich obsahů (Jiráková, Köpplová, 2009, s. 373).

Dle směrnice Evropského parlamentu 2007/65/ES je mediální gramotnost definována takto: „*Mediální gramotnost se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům*

umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok“ (Jirák, Kopplová, 2009, s. 373).

V další kapitole si definujeme pojem „mediální gramotnost“ a objasníme si její význam u seniorů.

3.1 Mediální gramotnost seniorů v online komunikaci

Zvyšováním hranice odchodu do starobního důchodu, stárnutím populace, prodlužováním aktivního života v postproduktivním věku v období senia se otevírají otázky kvality života seniorů, na kterou má jistě pozitivní vliv i mediální gramotnost a bezpečné ovládání informačních technologií. Méně pohyblivému seniorovi v domácím prostředí mimo sféru ziskového sektoru, jehož aktivní účastí byl během pracovního procesu, zabezpečí komunikace v online prostoru sociální kontakt. Mimoto dnes po roce izolace většiny populace z důvodu pandemie onemocnění Covid-19 vnímá společnost důležitost přístupu i orientace v online prostředí, do kterého se z důvodu omezeného pohybu osob přesunulo sdílení informací, jakými jsou např. komunikace s lékařem, státní správou, registrace (např. k očkování), vzdělávání, smluvní podmínky k produktům (např. pojištění), ale také platby za pronájem sdílených pouličních cyklistických kol a koloběžek k přepravě ve městě na krátké vzdálenosti, v některých městských lokalitách také např. úhrada parkování prostřednictvím aplikace v telefonu vyžadující chytrý telefon a připojení k internetu.

Mediální gramotnost u seniorů výstižně definují Mičienka, Jirák a kol. (2007, s. 9) jako *„soubor poznatků a dovedností potřebný seniorům k orientaci v nepřehledném online prostředí, v neprůhledně strukturované nabídce mediálního obsahu a produktů je chápán jako mediální gramotnost zahrnující potřebné poznatky umožňující kritický pohled na informace získané v médiích, pokud chápeme potenciál médií jako prostředek kvalitní zábavy a aktivního naplnění volného času seniora. Mediální gramotnost umožňuje také sebereflektivní kritické zhodnocení a maximální kontrolu vlastního času tráveného využíváním médií.“*

Význam a problematika mediální gramotnosti není zmiňována a řešena jen na úrovni národní, ale i na úrovni mezinárodní. Jako součást Evropské unie vychází Česká republika z evropských dokumentů.

„Problematiku mediální gramotnosti reflektuje Evropská komise v dokumentu „Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí“ a Evropský parlament ji vymezil směrnicí 2007/65/ES, článek 37. Oba dokumenty definují mediální gramotnost. Evropská komise jako „schopnost získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet sdělení v různých kontextech“ (KOM/2007/833, s. 3).

Směrnice (2007/65/ES, článek 37) Evropského parlamentu vymezuje mediální gramotnost následovně jako dovednosti, znalosti a schopnost porozumění, které spotřebitelům „umožňují efektivní a bezpečné využívání médií“, což znamená schopnost provést informovanou volbu, chápat obsah a nabízenou službu a být schopen využívat celé spektrum příležitostí, které nové komunikační technologie spotřebiteli nabízí. Zároveň nám, a tedy i seniorovi, mediální gramotnost poskytuje schopnost chránit sebe i své blízké před škodlivým nebo urážlivým obsahem mediálního obsahu. „*Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok.*“

Oblastí digitálního vzdělávání se zabývá také Strategická linie 1 Strategie 2030+ (MŠMT, 2020, s. 31), která reflektuje rozvoj digitálních technologií, jež mají ve vzdělávání klíčovou roli. Vztah žáků i učitelů k digitálním technologiím je významným faktorem současného vzdělávacího procesu. Mladá generace využívá digitální technologie ve velké míře a jsou již součástí denních aktivit ať už ve vzdělávání, které klade důraz na zodpovědné, samostatné a vhodně využitě poznatky, znalosti i dovednosti. Nynější seniory tato příprava na vhodné použití digitálních technologií v kontextu vzdělávání, práce či zábavy ve vzdělávání nepotkala, protože v jejich povinné školní výuce zakomponována nebyla (ani být z logiky věci nemohla). Senioři se online prostředím, digitálními technologiemi setkávají až teprve v digitalizovaném světě 21. století, ve kterém je již více méně samozřejmostí, že žák je schopen informace vyhledávat, třídit a kriticky hodnotit. Zařazení využívání digitálních technologií do vzdělávání poskytuje žákům příležitosti k využívání digitálního prostředí, což je zároveň připravuje i na rizika, která využívání digitálních technologií přináší. Získání zmíněných kompetencí lze vymezit jako mediální gramotnost, ze kterých jedinci budou čerpat v průběhu celé životní dráhy, a tedy i v seniorském věku.

Jiráček a Köpplová (2015, s. 350-351) vymezují mediální gramotnost jako mediální výchovu realizovanou ve školství, mediální osvětu realizovanou prostřednictvím samotných médií, autoregulací, informováním veřejnosti občanskými aktivitami a odbornou profesní přípravu jedinců, kteří realizují mediální výchovu, ale i jedinců, kteří se na tvorbě mediálního obsahu podílí.

Cestou, jak ochránit seniorskou populaci je obeznámení se způsoby, jak fungují média, což je nutný předpoklad vyvarování se rizik v online prostředí. Sochorová (2016, s. 39) dle Arnetta (2007, s. 529) uvádí pět kategorií hlavních problémů fungování médií, které úzce souvisí s mediální gramotností:

1. *„Všechna mediální sdělení jsou konstruovaná, nejsou přesným odrazem reality.*
2. *Jednotlivá mediální sdělení jsou vytvářena využíváním ustálených postupů, symbolů a kódů. Média v podstatě pracují stereotypně.*
3. *Publikum aktivně interpretuje mediální sdělení. Členové publika sami vytvářejí významy sdělení, tyto významy jsou ovlivněny individuálními zkušenostmi, znalostmi, sociálními podmínkami jedince.*
4. *V mediálních sděleních jsou zakódovány určité názory, postoje, hodnoty autorů.*
5. *Média mají komerční význam a fungují v rámci širšího ekonomického kontextu.“*

Podle Sochorové (2016, s. 37) jednou z klíčových podmínek úspěšné socializace seniorů a jedinců obecně je úspěšná a samostatná schopnost zapojit se do probíhající mediální komunikace. Znalostní a dovednostní vybava jedince pro interakci s médii je podmíněna osobnostní úrovní mediální gramotnosti jednotlivce. Schopnost analyzovat a posuzovat kvalitu mediálního sdělení podporují dovednosti a základní poznatky o roli současných médií ve společnosti i o jejich historických konotacích. Tyto dovednosti umožňují sebevědomé a nezávislé zapojení jedince do mediální komunikace.

Zvýšení mediální gramotnosti seniorů je jedním ze současných úkolů společnosti. Janiš ml. a Skopalová (2016) predikují, že postupně bude přirozeně přibývat seniorů, kteří využívají informační a komunikační technologie, a to bez výrazné snahy společnosti, takže nebude nutně potřebné cílit na seniory.

Jako výchozí bod zvýšení mediální gramotnosti považuje autorka to, aby senioři začali více využívat informační a komunikační technologie (jak již bylo v diplomové práci naznačeno), a to i „nucenou“ formou skrze komunikace s úřady, bankami apod. Tím přirozeně

stoupne i aktivní zájem seniorů dozvědět se něco více o prostředí, ve kterém se pohybují, a zároveň jim můžeme nabídnout vzdělávání skrze tato média (viz virtuální univerzita třetího věku, která dokazuje, že vzdělávání u seniorů skrze online nástroje není výjimečné).

Online prostředí nám poskytuje široký prostor k osobnímu projevu, osobní realizaci svých názorů, potřeb, realizaci sociálních kontaktů, i když jsou virtuální. V případě sociální izolace to bývá jediné spojení se světem, jediný prostor pro komunikaci s jinými lidmi, jediný zdroj informací nebo sebe-projevu. Izolovaný jedinec, kterým mnohdy bývá senior, má široké možnosti vyjádřit své názory v soukromých, ale i veřejných diskuzích. Pro méně orientovaného jedince tento virtuální svět, který je odrazem skutečného světa, a může tak nahrazovat sociální kontakty, je i potenciálním nebezpečím, které navozuje anonymita prostředí, ve kterém nevidíme reálnou protistranu a tato anonymita způsobuje ztrátu zábrán. Teorií, proč k tomu dochází, je mnoho, autorka práce se rozhodla uvést jednu z možností níže.

Příčiny, proč se internet, tedy online prostředí, stává prostředím bez zábrán lze hledat například v konceptu Gustava Le Bonna (Joinson, 1998 in Šmahel, 2003, s. 14), který se zabýval davovou hysterií v průběhu francouzské revoluce. Le Bonn tvrdí, že v kolektivním davu se stírá individualita jedince. Jedinec v davu získává pocit nepřekonatelné moci, která mu poskytuje uvolnit v anonymitě velkého davu pudy, které by pod vlivem individuální zodpovědnosti veřejně neprojevil.

Další podkapitoly blíže specifikují nástroje online prostředí, které senioři využívají sociální sítě (46 %), poté dle výzkumné zprávy Starci na netu (2018, s. 9) nejčastěji používaný prostředek online komunikace u seniorů, tedy e-mail, který alespoň jednou měsíčně využívá 97 % seniorů nad 65 let a masová média, která denně působí na celou populaci, a je žádoucí aby se v jejich prostředí senior orientoval i znal rizika při jejich používání.

3.1.1 Sociální sítě

Sociální sítě jsou prostředím, ve kterém se dnes internetově aktivní senioři pohybují, aktivně je využívají. Autorka se však domnívá, že většina takto aktivních seniorů nezná zásady bezpečného chování, neuvědomují si rizika a rovněž neumí využívat kompletně všech funkcí, které jim mohou ulehčit pobyt na sociálních sítích. Výjimkou jsou senioři, pro které je práce s technologiemi každodenní rutinou. U nich lze předpokládat vyšší úroveň mediální gramotnosti.

Internetová služba umožňuje vytvářet komunity, jejíž členové mají možnost vytvářet své uživatelské profily osobní, ale i firemní, které mohou být uzavřené a dostupné pouze konkrétním uživatelům, kterým jedinec povolí zobrazení obsahu, anebo otevřené s prezentováním obsahu široké veřejnosti. Komunity jsou tvořeny na základě společných znaků, podle kterých se uživatelé vyhledávají. Jsou jimi rodinná, národnostní, jazyková příslušnost, společné zájmy, koníčky, politické názory, společná lokalita, ve které členové komunity žijí. Předmětem konkrétní sítě je vytváření obsahu, sdílení fotografií, videí, odkazů, které lze sdílet s ostatními, dále pak společná interakce v podobě komentářů obsahu, přímé komunikace mezi členy, výměna názorů a mnohé umožňují i organizaci událostí s možností oslovit i širokou veřejnost mimo komunitu.

První zmínka v roce 1954 pochází od sociologa Barnese, který definuje sociální síť jako určitou skupinu lidí, kterou spojuje práce, rodinné vztahy nebo koníčky (PC Magazine, 2015).

Pavlíček (2010) později tento pojem zpřesňuje: „*Sociologie definuje sociální síť jako propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je např. ekonomický, politický či kulturní zájem.*“

Pro jednoduché dokreslení daného pojmu, který je dnes již většině populace známý, zvolila autorka metodu rozdělení termínu na jednotlivé pojmy, které slovník cizích slov (Linhart a kol., 2007, s. 344) vymezuje takto: **sociální** – společenský, mezilidský, sdružování a **síť** – propojení vazeb.

Jednou z takových sítí, které nám umožňují komunikovat, sdílet naše myšlenky, postoje, fotografie, obsah zveřejněný jinými lidmi, soubory, vytvářet pozvánky na události atd. je například oblíbená síť Facebook, kterou společně s dalšími, jak již bylo zmíněno dle statistiky Starci na netu (2018, s. 9) využívá 46 % seniorů starších 65 let. Tato síť je dnes již protkaná personalizovanou reklamou, cíleným obsahem, který se zobrazuje na základě naší předchozí aktivity. K rozmachu tohoto relativně nového média ve srovnání s ostatními médii, jako je televize, noviny, rádio, došlo s příchodem neomezeného internetu v devadesátých letech. Cílená reklama motivuje uživatele k nákupům v neomezené otevírací době v prostoru s absencí geografických hranic.

Na sociálních sítích si zobrazujeme různá sdělení, články, informace, které Dočekal, (2019, s. 136) vymezuje následovně: „*Na první pohled to působí jako televizní kanál, který může každý v reálném čase komentovat. Ovšem každý post může být docela dobře komerční*

sdělení, které může být k nerozeznání od normálního článku. Také podvrh, fake news nebo produkt konspiračního webu se může tvářit jako zpravodajský server.“

Kroky, respektive kliky myši v online prostředí, které uživatel učiní, si umělá inteligence zapamatuje a při další návštěvě nabídne adresnější výsledky, tedy zobrazí uživateli přesně to, co hledá. Personalizovaná doporučení jsou využívány a nejen k ulehčení našeho hledání, ale také k ovlivňování našich dalších akcí. Tvůrce a režisér dokumentárního filmu „The Social Dilemma“ Jeff Orlowski (2020) ve svém dokumentu hovoří s lidmi (Tristan Harris – etický design manager spol. Google v r. 2013–2016, Justin Rosenstein – inženýr spol. Facebook v r. 2007–2008, Jeff Seibert – výkonný ředitel spol. Twitter a další) již se spolupodíleli na tvorbě algoritmů, které využívají pomoci umělé inteligence sociální sítě a sociální média. Profesionální tvůrci technologických společností a platform sociálních médií (Facebook, Google, Twitter, Mozilla a YouTube), kteří čerpají ze svých primárních zkušeností ve svých společnostech, vyjádřili obavu nejen o duševního zdraví uživatelů, ale také obavu z narušení demokracie, tedy že platformy způsobily negativní problematické sociální, politické a kulturní důsledky. Jeff Orlowski poukazuje na manipulaci propojovanou s nejrůznějšími algoritmy.

Dočekal (2019, s. 136) personalizaci vymezuje jako obsah připravený každému uživateli přesně podle jeho preferencí, který se tedy zobrazuje každému uživateli sítě individuálně, tedy každý vidí jiný obsah. Že se jedná o podvrh cíleného obsahu lze zjistit pouze zpětně, a to velmi obtížně, protože se jedná o mikrocílení, tedy techniku využití osobních dat, která vyselektuje příjemce sdělení s cílem ovlivnit jej v rozhodování.

V kontextu tématu práce, které je zaměřeno na rizika pro seniory, je tato konkrétní oblast pro seniory velmi nepřehledná a těžko se v ní orientují. Tento prostor tedy poskytuje velké množství příležitostí cílení na sníženou orientaci seniora, a tedy výrazný vliv na převzetí fakenews, spamu, reklamy atd. jak již bylo zmíněno na jiném místě této práce v kapitole 1.3.

Další seniory využívaný nástroj komunikace v online prostředí je chat, který bývá součástí sociálních sítí.

Chat – pokec, je způsob komunikace v reálném čase mezi jedinci, který lze provádět prostřednictvím různých aplikací instalovaných v mobilním telefonu nebo jiném zařízení umožňujícím instalaci (PC, notebook, tablet atd.), anebo prostřednictvím vyhrazeného online prostředí konkrétního webu (internetových stránek) provozovatele, např. online seznamky, profily sociálních sítí (Facebook, Instagram a další). Lze jej také chápat jako elektronický

skupinový rozhovor lidí, kteří jsou připojeni k internetu současně ve stejnou chvíli. Komunikační služby rovněž poskytují aplikace jako WhatsApp, Viber, Signal, Telegram aj.

Výhody:

- anonymita uživatelů – každý uživatel vystupuje pod smyšlenou přezdívku nikoliv pod vlastním jménem, nicméně každé zařízení má své unikátní číslo, pod kterým je i v tomto zdánlivě anonymním prostoru dohledatelné. Pokud senior využívá skupinový chat např. prostřednictvím služby Viber, tak anonymita významně klesá, prakticky neexistuje, protože komunikuje s lidmi na základě znalosti jejich telefonního čísla, to ovšem neznamená, že by senior nemohl komunikovat s někým, koho nikdy neviděl a osobně nezná,
- možnost sociálního kontaktu se vzdáleným uživatelem bez fyzické přítomnosti (překonání vzdálenosti bez nutnosti cestovat), tedy komunikace neprobíhá osobně, v případě nevyužívání kamery může zůstat identita skryta,
- časová úspora – interakce probíhá bez nutnosti překonat vzdálenost, a to kromě úspory času, který by bylo nutné obětovat ve prospěch přepravy, přináší také úsporu finanční (jízdné) a může zprostředkovat vzájemný kontakt i na velkou vzdálenost, jejíž překonání ve fyzické sféře by bylo u jedinců s poruchou pohybového aparátu např. nepřekonatelné anebo minimálně velmi obtížné,
- způsob relaxace – naplnění individuální potřeby sociálního kontaktu s možností sdělit protistraně i negativní obsah bez obav z důsledků do vztahové roviny, ale také například sdílení humoru, přináší pocit uspokojení podobný pocitům, které prožíváme i u jiných způsobů mentální relaxace,
- snadná dostupnost, kdy se stačí pouze připojit k internetu a vstoupit do diskuzního fóra, anonymita jedinci poskytuje snadné překonání bariér (ostych, uzavřenost, izolace), otevřenost v prostoru, kde je zachována anonymita,
- možnost sdílet myšlenky a pocity v komunitě lidí se stejnými zájmy má preventivní charakter proti sociálnímu vyloučení a izolaci,
- uspokojení základní lidské potřeby sociálního kontaktu, sdílení, upevnění a formování sebeobrazu na základě interakce a zpětné vazby,
- finanční úspora (volání je zdarma, respektive zahrnuto v ceně internetového připojení).

Mičienka (2007, s. 163) uvádí také možná rizika:

- anonymita uživatelů otevírá také prostor možného zneužití identity nebo projevů jiných forem rizikového chování, jakými jsou kyberšikana, stalking a další,
- časová ztráta v případech trávení značného množství volného času a zanedbávání běžných povinností, případně vzniklá závislost, která v případě rizikového chování může mít dopad i do ekonomické oblasti s finanční ztrátou,
- anonymní prostředí poskytuje riziko kontaktu s deviantními jedinci, kteří uspokojují své potřeby v online prostředí,
- nárůst depresivních pocitů a pocitů osamělosti (izolace) je důsledek substituční volby sociálního kontaktu „na dálku“, který postrádá haptiku, tedy bezprostřední tělesný kontakt s druhým člověkem,
- ztráta intimity v důsledku odbourání verbálních zábran bývá následně spojena s osobní výčitkou, ostychem, nepříjemnými pocity i možností stigmatizace v případě prozrazení identity,
- sociální izolace nebo závislostní jednání spojené s realizací potřeb jedince formou substitučního chování v online prostoru má dopad do blízkého okolí jedince a projevuje se narušením vztahů s okolím jedince,
- možnost zneužití identity, případně přístupových údajů,
- možnost závislosti na virtuálním světě a odlišné vnímání reality.

Dušková a Vaculík (2002, s. 56) uvádí následující srovnání chatu s E-mailem:

„Oproti asynchronnímu e-mailu, připomínajícímu tradiční dopisování si, jsou chatové programy nabídkou virtuálně spolu být a komunikovat synchronně. Funkci chatu nám nejlépe přiblíží překlad tohoto slova, které lze v češtině nejlépe vystihnout slovy povídat si, hovořit, besedovat s někým, nezávazně vykládat. Podle Vybírala (2001) není komunikace na chatech žádnou novinkou, přirovnává ji ke hře na „bobříka mlčení“, při níž se skupina komunikujících rozhodla psát si za pevně stanovených pravidel (nebudou psát jeden přes druhého, budou na sebe navazovat).“

Diskutovaným tématem je sociálně-psychologický dopad na jedince, kdy dochází k přeměně sociálních hranic, kdy průběh komunikace neprobíhá ve fyzickém prostoru s využitím neverbální komunikace, ale naopak soustřeďuje svou pozornost na lingvistickou stránku řeči, jazykovou vybavenost, schopnost rychlé reakce bez hlubšího úsudku, ale také vliv komunikačního šumu z důvodu častých chyb sociální percepce – vnímání druhého jedince.

V závěru kapitoly již bylo krátce zmíněno srovnání chatu s E-mailem, který si nyní podrobně vymežíme, protože je to nejpoužívanější komunikační nástroj online prostředí, který senioři využívají viz kapitola 3.1.

3.1.2 E-mail

E-mail je jakási virtuální poštovní schránka sloužící ke korespondenci mezi uživateli, která probíhá v online prostředí. Je to také nutný korespondenční účet, který vyžadují prodejci obchodů, které se odehrávají v online prostředí, tedy nákupy přes internet. Dnes již běžnou praxí je také využití e-mailové schránky pro komunikaci s úředníky, školou a dalšími institucemi, které dříve bylo nutné navštívit osobně. U seniorské populace však je ve velké míře také nástrojem k nevědomému šíření hoaxů a musí také čelit mnohým nabídkám různých portálů, phishingovým útokům a spamům.

Dočekal (2019, s.87) upozorňuje na následující rizika: „*O elektronické poště i dospělosti platí věci již dříve uvedené, hlavně poučka o nutnosti si jí chránit. Pár dalších věcí je ale dobré vědět – zejména to, že v poštovní schránce budete mít po čase velké množství spamu, tedy nevyžádané pošty. Mezi nimi občas budou zamíchané i snahy o podvod, aktivity, kterým se nejčastěji říká phishing a které se snaží vás okrást. Může to být falešná faktura, podvodný příkaz k úhradě, podvodný e-mail vydávající se za zprávu z banky, kterým vás útočník chce připravit o peníze.*“

E-mail je častým příjemcem nevyžádaných podvodných zpráv, jak již je zmíněno v citaci Dočekala, které majitele emailové schránky informují například o výhře, dědictví a uvedenou podmínkou k peněžitému plnění je úhrada poplatků. O této praktice informovala také Česká televize, v publicistickém pořadu Černé ovce (ČT, 2021). Demonstrující případ poukazuje na podvodný e-mail, na který poškozený senior reagoval a připravil se tak o částku 4 mil. Kč. Podvodný e-mail informuje seniora o výhře za propagaci sociální sítě Facebook. Výzva iniciuje příjemce k poskytnutí osobních údajů, zaslání kopií osobních dokladů a vlastnoruční podpis obdrženého certifikátu. Doklady sloužily k vytvoření fiktivního účtu neexistující zahraniční banky, za který byla požadována úhrada poplatku na účet banky mimo Českou republiku.

Následující podkapitola vymezuje média, jejich význam v online prostředí i rizika, na které je dobré upozornit.

3.1.3 Média

Každodenní komunikaci, veřejný i soukromý sociální prostor proměnili noví činitelé moderní doby, kterými jsou bezpochyby také masová (určena široké populaci s dosahem na velké množství lidí např. televize, tisk) média (viz níže), která nám poskytují zdroj informací, podněty k vytvoření si názorů na dění ve společnosti, ale také možnost reagovat na ně, zapojit se do dění, ovlivnit svůj denní život. Např. dopravní zpravodajství, výběr destinace dovolené, způsob relaxace atd. Zmiňovaní činitelé mají funkci informační, sociální, vzdělávací, relaxační, kontrolní.

Nejzajímavější vymezení médií je podle Urbana, Dubského a Murdzy (2011, s. 47): „*Pojem média (z lat. **medium**, čes. prostředek; prostředí; to co zprostředkovává děj) nemá přesně vymezené a obecně akceptované hranice. Používá se jak k označení přímých individuálních prostředků komunikace (např. řeč, mimika...), tak k označení prostředků technických (např. počítačová síť, kabelová televize...). Zároveň se ale vztahuje na jednotlivé organizace masové komunikace (např. redakce,...) i na sociální instituce (například demokratický tisk).*“

Urban, Dubský a Murdza (2011, s. 46) využívají širší definici pojmu média, kdy za média lze považovat nejen televizi, rozhlas, ale i samotný nosič nějaké informace (typicky mobilní telefon). Sami podotýkají, že se jedná o pojem přesně neohrazený. Širší pojetí je vhodné i pro danou diplomovou práci.

Zmiňovaní autoři (2011, s. 46) dále uvádí: „*Poměr přímé a nepřímé komunikace, respektive přímých a zprostředkovaných osobních zkušeností se v průběhu 20. století zkrátka výrazně proměnil ve prospěch moderních médií, což lze považovat za jednu z hlavních příčin vytváření teorií médií a masové komunikace.*“

Uvedený trend, který autoři naznačují výše se dle autorky nepodaří zvrátit a nemá cenu hodnotit, zda je či není správně. Samozřejmě „živá“ mezilidská komunikace je nenahraditelná a v některých případech nezbytná, nicméně onu proměnu musíme přijmout jako fakt a naučit se s tím ve společnosti pracovat, a tedy naučit s touto skutečností i seniory.

V posuzování vlivu médií – mediálního obsahu musíme brát v úvahu úroveň dané společnosti, vzdělanost obyvatelstva, dominující způsoby komunikace, technický rozvoj společnosti a další faktory. Nepřehlédnutelným faktem je také dosah mediálního obsahu. Neomezené množství příjemců umožňuje producentům mediálního obsahu oslovit široké spektrum adresátů, a tedy šířit informace, vyprodukovaný obsah velké skupině – mase lidí.

K negativním vlivům médií se vyjadřují např. Jirák a Kopplová (2009, s. 381) následovně: „*Prudký nárůst mediální nabídky v průběhu osmdesátých let vedl k zesílení obav z možného negativního vlivu médií a k nové vlně empirických výzkumů soustředujících se zejména na účinky takových jevů, jako náruživé diváctví, nadprodukce fiktivního násilí, pronikání zábavních prvků do zpravodajství či globalizace zpráv.*“

Důraz je kladen především na vliv médií na děti. Existuje množství výzkumů, které se zabývaly kauzalitou mezi sledováním vybraného obsahu (ale i hraním počítačových her) a agresivitou (srov. Janiš ml., Kocourková, 2019). Ve vztahu k seniorům se jedná spíše o výjimky.

Média mají bezpochyby negativní vliv také na seniory, nejen na děti, ačkoliv dosavadní výzkumy i prevence se zaměřují převážně na dětskou populaci. Nelze médiím popřít i významný informační pozitivní vliv, přesto je potřeba věnovat důraz i těm negativním, kterým je věnována celá první kapitola. Další podkapitola je zaměřená na prevenci, na její význam, na organizace a instituce, které se prevencí cílenou na seniory zabývají.

3.2 Prevence online rizik u seniorů

Tematikou rizikového chování v online prostředí a prevencí zaměřenou na spotřebitele a uživatele internetu, kterými jsou bezpochyby i senioři se zabývají společnosti soukromého neziskového sektoru jakými jsou nadace, neziskové organizace, obecně prospěšné společnosti a jiné. V České republice probíhá také celá řada projektů orientovaných na prevenci rizikového chování v prostředí internetu z grantových projektů. Snahou subjektů podílejících se na aktivitách směřujících ke snižování kybernetické kriminality je učít uživatele internetu chovat se zodpovědněji a bezpečněji při používání informačních technologií, identifikovat signály rizikové komunikace v online prostředí a adekvátně na podezřelé skutečnosti reagovat.

Jednou z forem prevence je osvětová činnost, kterou se zabývají státní instituce i soukromý, převážně neziskový sektor. Osvětová činnost je podporována tištěnými příručkami pro seniory nebo se zásadami bezpečného užívání kyberprostoru mohou seznámit v online prostředí nebo ve vzdělávacích kurzech pro seniory.

Vymezíme si prevenci podle dělení Hofbauera, Hájka a Pávkové (2011, s. 194), kteří ji dělí na:

- nespecifickou primární (zaměřená na způsoby trávení volného času, a to žádoucím způsobem),

- specifickou primární prevenci (zaměřená na konkrétní formu rizikového chování),
- všeobecnou (zaměřená na populaci v konkrétním státě, bez tendencí k rizikovému chování),
- selektivní (např. u seniorů žijících samostatně, u nichž hrozí výskyt forem rizikového chování vyplývající ze sociální izolace),
- indikovanou (např. v případech závislostního chování, u seniorů konkrétně nadměrné užívání léků).

Pro potřeby diplomové práce a jejího tematického zaměření nejsou dále blíže popisovány všechny výše uvedené typy prevence. Ačkoliv si lze představit konkrétní příklady pro každou uvedenou, tak v souvislosti s mediální gramotností a seniory působí některé uměle. Běžně se setkáváme s nesespecifickou a specifickou prevencí, a to i u seniorů. Selektivní a indikovaná prevence se může rovněž vyskytovat, ale v případě seniorské populace se bude jednat o výjimečné případy, které ani zpravidla nebudou souviset s oblastí médií. To však neznamená, že se s ní u seniorské populace nesetkáme, ale jak již bylo uvedeno, tak ve výrazné menšině a v jiném kontextu.

Problémem je rovněž i indikace rizikových seniorů. U jiných věkových skupin takové obtíže při identifikaci nemáme. Objasníme si tedy prevenci nesespecifickou a specifickou.

Nesespecifická prevence

Obecně můžeme říct, že v oblasti rizikového chování v online prostředí má nesespecifická prevence poměrně zásadní význam. Jedná se zejména o volnočasové aktivity seniorů v domácím prostředí, případně za účasti dalších členů rodiny nebo přátel, které nenásilnou formou přispívají k formování vhodných postojů a návyků. Cílem je eliminovat možnost vzniku rizikového chování v celé šíři (Janiš st., Skopalová, Janiš ml., 2017).

U rizik plynoucích z médií je samozřejmým cílem minimalizovat využívání daného na minimum, a tím snížit i riziko vyplývající z nižší úrovně mediální gramotnosti. Volný čas je tak naplněn jinými aktivitami a senioři nemají již dostatečný prostor trávit svůj čas před televizí či v online prostoru.

Jelikož volný čas plní mj. funkce – vzdělávací, výchovné, preventivní a zdravotní (Janiš ml., Skopalová, 2016), tak je samozřejmě možné, aby byla např. funkce vzdělávací naplňována nepřímo, bezděčně, a nebyla téměř rozpoznána samotnými účastníky.

Specifická prevence

Je zaměřena na konkrétní formy rizikového chování. Vyžaduje však již aktivní zájem seniorů o mediální prostor a rizika. Samozřejmě i nspecifická vyžaduje určitou míru zájmu, ale již z charakteru činností vyplývá, že je jednodušší někoho „zlákat“ k volnočasové aktivitě než k preventivnímu programu, který je zaměřen např. na problematiku fake news.

Částečně kontraproduktivní mohou být kurzy, které mají za cíl zvýšit počítačové dovednosti seniorů, ale jsou realizovány bez návaznosti na rizika online prostoru.

3.2.1 Prevence online rizik na veřejné úrovni s podporou státu

Státní úroveň prevence zajišťují instituce státní sféry, jako jsou Ministerstvo vnitra, Ministerstvo práce a sociálních věcí, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy.

„Ministerstvo vnitra podpořilo v rámci Strategie prevence kriminality v ČR v letech 2016–2020 více než 30 projektů prevence kybernetické kriminality v celkové částce přesahující 5 mil. Kč. Jedná se nejvíce o projekty prevence viktimizace a snižování rizikového chování na internetu či vzdělávání důležitých profesních skupin. Cílovými skupinami jsou nejčastěji děti a mladiství, jejich rodiče, senioři, pedagogové, sociální pracovníci nebo příslušníci Policie ČR“ (MVČR, 2021).

Na prevenci spolupracují i další státní orgány jak je patrné z vyjádření ministerstva (MVČR, 2021): *„Ministerstvo vnitra společně s Policií ČR vedle pořádání vzdělávacích akcí a metodické podpory v této oblasti úzce spolupracuje se zástupci dalších klíčových institucí, a to především s Národním úřadem pro kybernetickou a informační bezpečnost, v oblasti prevence rizikového chování ve školách s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, ale i s dalšími partnery, jako je Asociace krajů ČR, která realizuje projekt Kraje pro bezpečný internet, nebo s provozovatelem českého Safer Internet Centra, sdružením CZ.NIC.“*

Jak již bylo výše zmíněno, existuje celá řada projektů zaměřených na edukaci seniorů v oblasti online prostředí. Jedná se například o tyto projekty v České republice:

Projekt **„Senior v kyberprostoru“**, který je součástí Programu prevence kriminality, který je realizován prostřednictvím účelové státní dotace Ministerstva vnitra a seznamuje s preventivními opatřeními v oblasti elektronické bezpečnosti před kybernetickou kriminalitou a elektronickým násilím páchaným na seniorech, a to formou seminářů, tištěnými materiály pro seniory i elektronickým kurzem (Burdová a Traxler, 2016).

„**Bezpečně v kyber**“ – online kurz základů rizikového chování na internetu Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy a E-Bezpečí, který nabízí informace o rizikových jevech a jejich prevenci na internetu a k oblasti vzdělávání v kybernetické bezpečnosti. Určen je pro kohokoliv (tedy i seniory), kdo se s touto problematikou setkává nebo se o ni zajímá, ale také jako certifikovaný kurz pro registrované pracovníky prevence, a to nejen ve školách, ale také ve všech ostatních institucích, pro učitele, rodiče, studenty pedagogických fakult, policisty a další (NÚKIB, 2021).

Kopecný a kol. (2015, s. 120) představují **Projekt E-Bezpečí**, který realizuje Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci v Centru prevence rizikové virtuální komunikace jako certifikovaný národní projekt zaměřený v oblasti rizik patologického jednání spojeného s elektronickou komunikací na nespécifickou primární prevenci. Projekty se zaměřují především na konkrétní rizikové jevy primární cílové skupiny, kterou jsou děti, ale ve spolupráci s Nadací Vodafone Česká republika také na prevenci rizikového chování u seniorů.

Konkrétně k projektu Kopecný a kol. (2015, s. 120) sdělují: *„Projekt E-Bezpečí vznikl v roce 2008 díky grantové podpoře Grantové agentury ČR. Po ukončení tohoto grantu v roce 2009 byl projekt E-Bezpečí institucionálně zaštitěn Centrem prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.“*

Posledním z vybraných vyjmenovaných projektů autorka práce zmíní projekt **SENIOR**: Národní ústav pro vzdělávání se podílí na realizaci Strategie přípravy na stárnutí společnosti 2018–2022, která navazuje na Národní akční plán pozitivního stárnutí pro období 2013–2017.

Oba plány podporují pozitivní stárnutí v oblasti dalšího vzdělávání, a to podporou dospělých osob 50+ prostřednictvím projektu Podpora rozvoje vzdělávání dospělých osob (Dobeš, 2019).

Od Projektu SENIOR se očekává, že bude reagovat nejen na problémy, které se týkají dnešních seniorů, ale také opatření přípravy na stárnutí společnosti jako celku, tedy zahrnovat celou populaci s přihlédnutím na fakt, že v České republice už nyní žijí početné generace, které brzy vstoupí do seniorského věku, a proto je potřeba se systematicky připravovat na život v dlouhodobé společnosti. SENIOR je roční projekt, realizován od roku 2005 Národním ústavem vzdělávání (UNIV, 2019) na základě pověření oddělení pro vzdělávání dospělých Ministerstva školství mládeže a tělovýchovy. Cíle jsou modifikovány na základě proměny společenské

situace a vývoje politiky stárnutí od Národního programu přípravy na stárnutí na období let 2003–2007 až po současnost.

V další části práce budou uvedeny projekty prevence online rizik ve sféře soukromých subjektů:

Projekt **Digitální odysea**

Digitální vzdělávání pro seniory 65+ pořádané Moudrou Sovičkou z. s. za podpory Nadace Vodafone nabízí seniorům různé vzdělávací aktivity:

SeniořiOnline (součástí projektu Digitální odysea – probíhá distančně i prezenčně): pomáhá seniorům v online prostředí najít odpovědi na jejich otázky, pravidelně, srozumitelně v prostředí jednoho webového rozhraní je informuje o nových technologiích a službách, ale také mají možnost získat svého online osobního digitálního asistenta. Poskytují služby, semináře, kurzy pro seniory, například *“Jak na tablet a chytrý telefon”* nebo individuální pomoc a vzdělávací pojízdné centrum *“Mobilní centrum pro seniory”*, a to po dohodě v zázemí klubu, knihovny, organizace, spolku, nebo je zprostředkovává občanům obecní úřad (Moudrá Sovička, 2021).

„Tým Moudré Sovičky je složen z dobrovolníků a specialistů, kteří se pohybují v různých oblastech nových technologií a služeb nebo se přímo podílejí na vývoji speciálních aplikací ze seniorské oblasti. Mají bohaté zkušenosti z různých technických oborů, sociální sféry a souvisejících služeb, svěřeneckých fondů, finančních a bankovních služeb, vzdělávání a vedení projektů“ (Moudrá Sovička, 2021).

Dalším se zajímavých a přínosných projektů je projekt **Senioři komunikují**, který je realizován za podpory Nadace České spořitelny, a. s. a Nadačního fondu manželů Livie a Václava Klausových probíhají již několik let. Třídenní intenzivní kurzy v rámci projektu Senioři komunikují jsou určeny seniorům v důchodovém věku, kteří již mají nějaké povědomí o moderních komunikačních technologiích, ale dosud neměli příležitost se s nimi seznámit a mají zájem své znalosti a dovednosti rozšiřovat, protože chtějí plně využívat možnosti, které tyto technologie nabízí k usnadnění nebo zpestření jejich života. Obsah kurzu je zaměřen na chytré telefony a tablety. Kurzem seniory do roku 2019 provázeli dobrovolníci z řad bankéřů České spořitelny (ve spolupráci s obecními úřady v místě bydliště seniorů), kteří jim v průběhu kurzu předávají i informace o funkcích platebních karet, nebo je seznamovali s internetovým bankovníctvím atd. Od roku 2019 mají kurzy jinou podobu a jsou organizovány prostřednictvím Moudré Sovičky, z. s.

Nadační fond manželů Livie a Václava Klausových (2021) uvádí obsah kurzu následovně:

1. lekce (4 hodiny): co je to tablet, základní popis jak funguje a práce s tabletem (nastavení, připojení k internetu, vytvoření e-mailu a další),

2. lekce (4 hodiny): fotoaparát v tabletu, práce s galerií, posílání fotek, vyhledávání na internetu, práce s mapou,

3. lekce (4 hodiny): internetové bankovníctví, jazykový překladač, aplikace (záchranka, jízdni řád, pohlednice, speciální aplikace pro seniory).

Poslední projekt, který je v práci autorkou uveden je realizován Regionálním vzdělávacím a kulturním centrem pro seniory v Praze za podpory Elpida, o. p. s. (2021), provozuje jazykové, počítačové a fotografické kurzy, přednášky, besedy, tréninky paměti, výstavy, tvůrčí dílny, cvičení a mnohé další jako součást projektu **Mediální vzdělávání**.

Samotné centrum Elpida, o. p. s. (2021) se prezentuje následujícím způsobem: *„Organizace Elpida, zaměřená na vzdělávání seniorů, a Transitions, posilující nezávislost a profesionalitu investigativní žurnalistiky, spojily své síly a profesní expertizu, aby vytvořily přenositelné vzdělávací moduly pro místní organizace (knihovny, kluby, redakce aj.) v oblasti mediálního, digitálního a občanského vzdělávání seniorů a starších dospělých. Díky nové metodice a proškoleným lektorům projekt následně skrze tyto místní organizace posílí důvěru seniorů v kvalitní žurnalistiku a zvýší jejich mediální gramotnost a odolnost vůči manipulativnímu a dezinformačnímu působení.“*

Zmiňované projekty se realizují ve volném čase seniorů, avšak za podpory jiných subjektů, kterými byli osloveni. Poslední kapitola se věnuje prevenci, která je realizována v individuálním volném čase seniora, který si převážně řídí a organizuje senior sám svým osobitým výběrem, na který mají vliv i další subjektivní příčiny, proto jsou v podkapitole 3.2.2 také vymezeny pojmy „volný čas“, „polovolný čas“ a „celoživotní vzdělávání“.

3.2.2 Náplň volného času jako prevence

Náplň a využití volného času je značně individuální. Různorodost využití vychází z individuální životní fáze, ve které se jedinec nachází. Jiné preference můžeme sledovat u teenagera, jiné využití u studujících při zaměstnání, a jinak s ním naloží lidé, kteří jsou ve starobním důchodu. Jinak má volný čas vyplněný osoba tělesně postižená či jedinec s vážným

onemocněním, jehož čas se musí podřídít zdravotnímu stavu, který jej určitým způsobem limituje. Přesto lze i při zohlednění aktuálního handicapu využít možnost volby a zvolit formu aktivního využití volného času, anebo pasivní plynutí času, kdy jedinec čas využije k odpočinku, dobrovolnému výběru zájmových činností s cílem uspokojit určité osobní potřeby.

Vliv na výběr volnočasových aktivit má – zdravotní stav, finanční situace, čas pořádání volnočasových aktivit (např. večerní hodiny jsou limitující), roční období a počasí, doprava aj. Struktura volnočasových aktivit se v průběhu životního cyklu jedince mění (viz výše). U seniorů dochází i k situaci, kdy se běžné denní činnosti mohou změnit na činnosti volnočasové (Janiš ml., Skopalová, 2016).

Nyní si definujeme pojem „volný čas“ u jedinců v seniorském věku, kteří potřebují více času ke své regeneraci sil, které významně ovlivňuje zdravotní stav. Přesto lze usuzovat, že je volného času u jedinců v seniorském věku více než u osob v produktivním věku. Aktivity realizované ve volném čase mají bezpochyby pozitivní dopad i do sociální oblasti jedince a u některých jedinců se může jednat o rozhodující ukazatel nebo významný a jediný motiv pro výběr volnočasové aktivity, která jedinci poskytne prostor pro socializaci, navazování kontaktů, uspokojení potřeby sdílení společného času s jinou osobou, sdílení společných zájmů, sounáležitost, sociální komunikace a další.

Volný čas u jedinců v seniorském věku definuje Janiš ml. a Skopalová (2016, s. 24) jako: „... čas, kdy jsou provozovány zájmové aktivity na základě fyzických, psychických, sociálních a zájmových aspektů jednotlivých osob, které jsou vykonávány mimo čas věnovaný péči o vlastní osobu, domácnost, rodinu a uspokojování základních potřeb jedince v seniorském věku. Jedná se o takové aktivity, které přinášejí radost, zábavu, spokojenost, potěšení a uspokojení.“

Vybraná definice vystihuje aspekty, které mají vliv na preference seniora a autorka s vymezením plně souhlasí, proto již další vymezení neuvádí.

Náplní volného času by zajisté mělo být i vzdělávání, a to v průběhu celého života, aby jedinec byl schopen adekvátně reagovat na dynamický vývoj společnosti, zdokonalování již získaných dovedností (například ovládnutí digitálních technologií, které senior získal v profesním životě), získávání kompetencí nových (orientace v online prostředí), které seniory udržují v mentální kondici, udržují jejich kognitivní funkce, a to ať už formou sebevzdělávání, nebo pod vedením vzdělávací instituce či organizace, které pro seniory poskytují univerzity třetího věku, akademie třetího věku, virtuální univerzity třetího věku, různé zájmové kroužky,

kluby seniorů, denní centra, konzultační střediska při městských (obecních) úřadech, knihovny, informační centra, kurzy a další organizace formálního i neformálního vzdělávání, neziskových organizací a dalších organizací sociálních služeb, respektive celoživotního učení. Volný čas trávený aktivně zájmovou činností poskytuje prostor bezděčnému, spontánnímu, také neplánovanému takzvanému informálnímu vzdělávání (MŠMT, 2020), které senioři realizují mimochodem při každodenní činnosti. Takovou činností může být také sebevzdělávání v online prostoru.

Učení je dle Říčana (2007) přetrvávající změna v činnostech jedince, kterou způsobuje účinek zkušenosti. Ve většině případů jde o důsledek působení sociálního prostředí. Přirozené prostředí jedince působením vnějších podnětů usměrňuje jeho učení.

Učení, stejně jako paměť, řeč, pozornost, schopnosti řešit situace a problémy, schopnost plánovat a také zrakově-prostorové funkce, jsou kognitivní funkce, které ovlivňují kvalitu života seniora. Z těchto důvodů udržování i trénink těchto funkcí oddaluje například ztrátu pozornosti, která je v online prostředí potřebným determinantem. Zároveň aktivní přístup k udržení kognitivních funkcí také usnadňuje sociální kontakt jedince i schopnost učit se novým trendům v oblasti digitálních technologií a dovednostem v online prostředí.

MŠMT (2020, s. 38) definuje celoživotní učení následovně: *„Celoživotní učení je nepřetržitý proces, jehož podmínkou je připravenost člověka učit se. Hovoří se o celoživotním učení, nikoliv o vzdělávání, aby se tím zdůraznil význam i takových učebních aktivit každého jedince, které nemají organizovaný ráz, tzn. samostatného učení. Celoživotní učení zahrnuje tři navzájem propojené složky – formální vzdělávání, neformální vzdělávání a informální učení. Nedílnou součástí celoživotního učení se musí stát občanské vzdělávání, vzdělávání pro udržitelný rozvoj a rozvoj digitálních kompetencí ve spolupráci s různými poskytovateli (např. školami, univerzitami, paměťovými institucemi, neziskovými organizacemi).“*

Oproti zmiňovanému Ministerstvo práce a sociálních věcí (2019) uvádí: *„V České republice bohužel není zcela rozvinut systém celoživotního učení ve smyslu podpory základních občanských či informačních kompetencí, které jsou zásadní právě pro udržení autonomie ve vyšším věku.“*

Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2020 kladla důraz na rozvíjení škol jako center celoživotního učení, které nabízí širokou škálu dalšího vzdělávání dospělé populaci včetně seniorů a vzdělávání zájmového, občanského, rekvalifikačního, ale také profesního, a navazuje na její cíle navazuje také Vzdělávací strategie 2030+, jak již bylo zmíněno.

Vzdělávací aktivity jsou vhodnou náplní volného času seniorů a MŠMT (2020, s. 38) roli vzdělávacích institucí definuje takto: „*Úkolem vzdělávacích institucí je vést lidi v jakémkoliv věku k podnikavosti v rovině osobní, profesní a společenské – k tomu, aby si osvojili dovednost samostatně se učit a v souladu se svými schopnostmi vyhledávat příležitosti, jak tyto své dovednosti a znalosti uplatnit v praxi.*“

Janiš ml. (2020) velmi zajímavým způsobem rozlišuje volný čas od polovolného, proto je v práci uvedeno i jeho vymezení, kdy definuje **polovolný čas** a polovolnočasové aktivity jako specifickou kategorii denních, týdenních či měsíčních aktivit, které jsou takto rozlišovány v teoretické rovině. Na úrovni jedinců jsou běžně zahrnovány do aktivit volnočasových, i když se svým charakterem odlišují. **Polovolný čas**, a tedy i aktivity v něm vykonávané jsou z části vykonávány dobrovolně a z části z povinnosti. Typickým příkladem je práce na zahrádce nebo chování domácích „mazlíčků“. Pro seniory mají tyto aktivity velký význam z hlediska nastavení určitého režimu dne díky své míře povinnosti. Na rozdíl od volnočasových aktivit nemohou být opuštěny či zanechány bez viditelných následků. Pokud však míra povinnosti překročí určitou hranici a samotné vykonávání aktivit přináší spíše negativní pocity, tak se polovolnočasové aktivity promění v tzv. **anti-volný čas**.

Spektrum polovolnočasových aktivit by mělo být takové, aby byla „vykryta“ jejich sezónnost (viz práce na zahrádce). Čím vyšší zařazení povinností, tím klesá i časový prostor trávený s médii a tím i vystavení možným rizikům (Janiš ml., 2020).

II EMPIRICKÁ ČÁST

Empirická část navazuje na teoretická východiska práce a začíná **čtvrtou** kapitolou, která seznamuje s vybranými výzkumy na příbuzná témata, které se zaměřují na rizika, se kterými se senioři setkávají v online prostředí. Všechny tři výzkumná šetření proběhla na českém území. V **páté** kapitole je představena metodologie výzkumu, cíle, otázky a hypotézy výzkumného šetření, specifika výzkumného souboru i použitá metoda sběru dat. Další, **šestá** kapitola představuje grafické znázornění naměřených dat v podobě tabulek a shrnuje výsledky výzkumného šetření. Poslední kapitolou je kapitola **sedmá**, ve které jsou zhodnoceny získané výsledky z hlediska výzkumných otázek této práce a jsou také komparovány s daty vybraných předchozích výzkumů.

4 Zhodnocení aktuálního stavu

V této části práce, která je praktickou částí, se autorka zabývá přehledem tří vybraných domácích prací na příbuzné téma vlastní diplomové práce, řazených chronologicky. Vlastní diplomová práce se zabývá vybranými nejčastějšími riziky zvolené cílové skupiny, tedy seniory, které byly zjištěny výzkumnými metodami aplikovanými při výkonu vzdělávacích aktivit při výkonu profese bankovního poradce a je jim věnována praktická část vlastní diplomové práce.

U vybraných prací se autorka zaměřila na podstatu výzkumu, který autor práce vedl, tedy co daný výzkumník zkoumal, dále jakou metodou danou problematiku zkoumal a v neposlední řadě nejdůležitější výsledky, ke kterým výzkumník dospěl.

První zmiňovaná práce autorky Ing. Martiny Burešové je diplomovou prací z roku 2015, ve které se autorka věnuje přínosům a rizikům virtuálního prostoru a téma její práce pod vedením doktorky Jiřiny Ondrušové je **Bezpečí seniorů v internetovém prostoru** (Burešová, 2015).

Druhá práce na téma **Senioři a informační a komunikační technologie** je diplomovou prací Bc. Jany Bačkovské pod vedením doktora Karla Myšky v Hradci Králové r. 2017 zaměřená na vztah seniorů k moderním komunikačním technologiím (Bačkovská, 2017).

Jako **třetí** práci pro autorčinu komparaci byla zvolena výzkumná zpráva **Starci na netu** (2018) – výzkum zaměřený na uživatele informačních a komunikačních technologií, dospělé uživatele internetu starší 35 let.

Zmiňované tři práce mají podobnost ve volbě tématu zaměřeném na seniorskou populaci a jejich gramotnost v online prostředí. Stejně tak výzkumné šetření diplomové práce autorky je zaměřeno na možná rizika vybraného prostředí u seniorů.

4.1 Práce na téma: Bezpečí seniorů v internetovém prostoru

Práce je zaměřena na problematiku využívání internetového prostředí seniory, na přínosy a rizika virtuálního prostoru a jejich vliv na kvalitu života, tedy konkrétní rizika a preventivní opatření, která jsou vymezena teoreticky. Autorka práce poukazuje na své zkušenosti z kurzů a zjištění, že senioři nemají přirozený instinkt, kterým by virtuální nebezpečí rozeznali automaticky, proto se bezpečnému chování musí naučit. Tato práce je zde zmiňována, protože autorka práce se podílela na stejném projektu v jeho prvopočátcích pod názvem „Bezpečný

internet“ (Burešová, 2015, příloha č. 4). Následně v roce 2016, pod názvem *Senioři komunikují* a v nynější podobě projektu České spořitelny pod názvem *Abeceda peněz* (ČS, 2020).

Za hlavní cíl průzkumu stanovila Burešová (2015, s. 54) následující: *„senioři dokáží využívat virtuální prostředí bezpečně, tedy tak, aby byla zajištěna jejich osobní ochrana před virtuálními útočníky, nakolik senioři dokáží rozeznat jednotlivá rizika při pohybu v internetovém prostředí. Průzkum zmapoval práci seniorů s bezpečnostními riziky v prostředí on-line komunikace, schopnost uvědomit si riziko falešných identit. V prostředí off-line komunikace schopnost bezpečně používat e-mail, a to včetně ochrany vlastních osobních údajů“*.

Pro svou práci autorka zvolila různé techniky výzkumu: dotazník, test, pozorování, naslouchání, skupinový rozhovor, individuální rozhovor, ačkoliv relevantní výzkumnou metodou byl pouze test a dotazník. Bezpečnostní rizika autorka práce roztříдила do pěti oblastí: on-line a off-line komunikace, bezpečné heslo, péče o počítač (antivirový program, údržba apod.) a bezpečné chování na cizím počítači. Pro každou oblast objasnila průběh vzniku ohrožení z internetového prostoru a zároveň popsala prevenci – doporučené bezpečné chování. Ze závěrů práce autorky vyplývá, že přínos využívání internetového prostoru převyšuje rizika, která zmiňovaný prostor pro seniory představuje, ale zároveň výzkum poukazuje na fakt, že kompetence v bezpečném chování u seniorů jsou nedostatečné.

„Jak vyplynulo z realizovaného průzkumu, největším rizikem jsou senioři ohroženi v oblasti ochrany počítače, pouze 36,7 % respondentů umí chránit svůj počítač. Největšímu riziku internetového prostoru, falešným identitám, se umí bránit pouze 46,7 % respondentů. Nejrozšířenějšímu nebezpečí virtuálního prostoru, phishingu, se umí bránit 70 % respondentů. Bezpečné heslo umí používat 66,7 % uživatelů. Bezpečně používat cizí počítač umí 76,7 % respondentů“ (Burešová, 2015, s. 88).

4.2 Práce na téma: Senioři a informační a komunikační technologie

V praktické části výzkumné zprávy je popsána metodologie a interpretace výzkumu. Ve výzkumu byly zkombinovány dvě výzkumné strategie: kvantitativní (pomocí dotazníků) a kvalitativní (formou rozhovorů).

Hlavní výzkumná otázka Bačkovské (2017, s. 50): *„Zjistit, zda senioři s moderními komunikačními technologiemi pracují a pokud ano, tak v jakém rozsahu.“* Výzkum se zaměřil zejména na mobilní telefony a na počítač s připojením k internetu. Pro výzkum byla vybrána

cílová skupina ve věku 65 let a více. Autorka práce využila kombinaci kvantitativních a kvalitativních metod. V první části byla využita technika výzkumného šetření – dotazník. Kvalitativní výzkum byl zastoupen konkrétně formou polostrukturovaných rozhovorů, celkem s osmi respondenty. Z počtu 132 osob zkoumaného vzorku mobilní telefon používalo 118. Z těchto 118 lidí, kteří používají mobilní telefon, dle výzkumu používá 103 tlačítkový a pouze 15 dotykový mobilní telefon umožňující rozšířené funkce, např. obsluhu internetového bankovníctví, komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, samoobslužné aplikace, videohovory nebo vyhledávání informací prostřednictvím internetu. Autorka ve své práci uvádí zjištění dotazníkovým šetřením oslovených 118 respondentů, kteří používají mobilní telefon, všichni uvedli, že jej používají k telefonování, 48 uvedlo, že jej používají ke psaní SMS zpráv a pouze zlomek 5 respondentů uvedlo, že jej používají i k jiným aktivitám: MMS zprávy, prohlížení internetu, využívání mobilních aplikací.

V poslední části Bačkovská (2017, s. 51) zmapovala, co považují respondenti při používání mobilního telefonu pro ně osobně za nejpodstatnější a vyplývá následující: 113 respondentů preferuje spojení s rodinou a s blízkými, 57 přivolání pomoci v případě nouze, 47 telefonáty k lékaři, na úřad atd. a 6 zábavu ve volné chvíli.

Z výzkumného závěru lze usuzovat, že seniorská populace v ČR nevyužívá k usnadnění denních aktivit výhody dotekových mobilních telefonů, a je tak ochuzena o značnou možnost sociální interakce, které jim tento typ moderní technologie umožňuje v komunikaci s blízkými osobami. Z výzkumu autorky dále vyplývá, že z celkového počtu 132 oslovených z nich pojem internet zná 101 respondentů a naopak 31 jedinců jej nezná, a ještě se s ním ve svém životě nesetkali. 90 z nich počítač s připojením k internetu nepoužívá, 42 jedinců jej běžně používá, a to k hledání důležitých informací, např. informace o lékařích a úřadech. 118 jedinců nikdy neabsolvovalo žádný počítačový kurz, 33 projevilo zájem takový kurz absolvovat (Bačkovská, 2017, s. 69).

4.3 Práce na téma: Starci na netu – výzkumná zpráva 2018

Výzkum „Starci na netu“ pracoval se vzorkem vybraných 1072 respondentů z celé České republiky a byl zaměřen na chování dospělých v online prostředí. Výzkumnou metodou byl dotazník (online, anonymní). Jak uvádí výzkumná zpráva Starci na netu (2018, s. 5):

„Do výzkumu se zapojilo celkem 1072 respondentů (z toho 64 % mužů a 36 % žen) ve věku od 34 let. Největší část vzorku tvořily osoby, které jsou vdané/ženaté (přes 58 % souboru),

následovány rozvedenými (21 %) a svobodnými (15 %). Z hlediska regionálního rozložení bylo nejvíce respondentů z Prahy, Středočeského, Jihomoravského a Moravskoslezského kraje.“

Výzkum byl zaměřený na zjištění preferencí využívaného prostředku ke sdílení online prostoru a v závěrech je prezentována preference notebooku před stolním PC. Autoři projektu se také zaměřili na zjištění, kdo přivedl seniory k využívání internetu a překvapivým zjištěním byl fakt, že téměř polovina (41 %) začala internet používat sama bez vlivu jiné osoby, z čehož se dá dedukovat, že informovanost seniorů v této oblasti je značná. Zajímavou informací z tohoto výzkumu je zjištění, že 45 % respondentů seniorského věku přivedla k používání internetu další osobu starší 55 let. Nejčastější aktivitou je využívání e-mailu (97 %) a vyhledávání informací (94 %), z čehož vyplývá, že riziko akceptace nabídky podvodných e-mailů je u seniorské populace vysoké, o čemž svědčí také výsledek výzkumného šetření, ze kterého je patrné, že 47 % osob starších 65 let šíří spamy obsahující i nepravdivé informace a s přibývajícím věkem se tento počet zvyšuje. Potřeba využívat internetového bankovníctví přiměla 64 % respondentů k nabytí kompetencí v této oblasti a zároveň senioři jsou velmi ohroženou skupinou, na kterou jsou také cíleny podvodné útoky s úmyslem vylákat přihlašovací údaje k internetovému bankovníctví, a tedy přístupu k jejich bankovnímu účtu. Jedním z výsledků výzkumné zprávy je také 60% podíl respondentů v seniorském věku nepoužívá bezpečné heslo (Starci na netu, 2018, s. 10).

Vybrané práce zvolené k prezentaci výsledků jejich výzkumu jsou zaměřeny na bezpečné chování, tedy prevenci rizikového chování. Z vybraných prací vyplývá, že informovanost o možnostech komunikačních technologií mezi seniory je značná, a roste tedy potenciální riziko jejich zneužití. Z tohoto důvodu je cílení prevence žádoucí.

Česká a obecně tzv. západní populace stárne, tudíž narůstá poměr osob seniorského věku, tvoří již významnou skupinu populace jednotlivých států, a proto problém s rizikovým chováním této cílové skupiny lze vnímat jako důležitou součást problematiky preventivních aktivit.

V návaznosti na předchozí realizace preventivních programů by měla být v kooperaci ped. pracovníka a odborníka v oblasti kyber. bezpečnosti. Aktivní znalost bezpečných zásad v online prostředí nelze nahradit ani kvalitním didaktickým materiálem, ačkoliv může být významným průvodcem v začátcích. Je vhodné nadále vytvářet, doplňovat a využívat tištěné informační materiály, které budou vhodně upraveny pro danou cílovou skupinu s jejich cílenou distribucí (Starci na netu, 2019, s. 63).

5 Výzkumné šetření

V předchozích kapitolách byla pozornost věnována teoretické deskripci zvoleného tématu. V druhé části diplomové práce se autorka zaměřila na zpracování kvantitativního výzkumného šetření u jedinců seniorského věku ve vztahu k využívání online prostředí.

V této kapitole jsou popsány základní charakteristiky výzkumného šetření – cíle výzkumného šetření, výzkumné otázky, hypotézy, výběr výzkumného souboru, popis výzkumného nástroje a předvýzkum.

Kvantitativní design výzkumného šetření byl zvolen s ohledem na současnou pandemickou situaci a z ní plynoucí vládní a ministerská rezortní omezení. Jelikož senioři tvoří výrazně ohroženou skupinu s významnou mortalitou na nemoc covid-19, tak zvolený design minimalizuje osobní kontakt. Další důvody vedoucí k volbě daného designu jsou uvedeny níže v kapitole.

K výzkumnému šetření byly využity informace z publikací od Chrásky (2016) a Hendla (2009).

5.1 Cíle, otázky a hypotézy výzkumného šetření

Hlavním cílem výzkumného šetření bylo zjistit informace o chování seniorů v online prostoru, ze kterého vycházejí dílčí cíle. Těmi bylo zjistit informace o rizicích online prostoru, které znají. Dále zjistit strukturu činností, které senioři v online prostoru vykonávají.

Z těchto základních cílů diplomové práce lze získat relativní představu o mediální gramotnosti, resp. rizikovosti chování dotazovaných seniorů (výzkumného souboru). Ve vztahu k cílům výzkumného šetření byly stanoveny dle Gavory (2010) relační a deskriptivní otázky.

Otázky deskriptivní:

1. Jaká média senioři využívají?
2. Jaká rizika online prostoru senioři znají?
3. K jakým činnostem internet senioři využívají?

Otázky relační:

1. Jaký je rozdíl ve způsobu využívání internetu u seniorů a senierek?
2. Jaký je rozdíl ve využívání internetu ke komunikaci u seniorů a u senierek?

3. Jaký je rozdíl v užívání sociálních sítí u seniorů a u seniorek?

K jednotlivým relačním otázkám byly formulovány **věcné hypotézy**:

1. Seniori využívají internet k jiným činnostem než seniorky.
2. Seniorky využívají internet ke komunikaci častěji než seniori.
3. Seniorky využívají sociální sítě častěji než seniori.

S výjimkou věku byla všechna zjišťovaná data nominální, a proto byl k verifikaci výše uvedených hypotéz využit test dobré shody chí-kvadrát (χ^2). Statistické hypotézy jsou formulovány níže v textu, vycházejí ze zjišťovaných četností a z principu výpočtu testu dobré shody chí-kvadrát (χ^2). K výpočtům byl využit program Microsoft Excel.

5.2 Výběr vzorku do výzkumného šetření

Výběr respondentů ze skupiny seniorů paradoxně není snadný. Nelze je záměrně oslovovat na ulici, protože zejména u jedinců, kteří jsou svým věkem hraniční, je takové jednání na hraně etičnosti. Na podobné obtíže upozorňuje i Janiš ml. a Skopalová (2016). Janiš ml. (2014) ve své disertační práci (Volný čas seniorů) realizoval výběr seniorů skrze pro ně známé lidi, inspiroval se obdobným postupem realizovaným Univerzitou Dundee. Jeho zaměření výzkumu však bylo odlišené a dotazoval se i seniorů v rezidenčních zařízeních.

Uvedený postup by byl sice vhodný (viz Janiš ml., 2014), ale v souvislosti s pandemickou situací nebyl možný. Uvedená situace vedla autorku diplomové práce k tomu, že byl zvolen tzv. **dostupný výběr** v kombinaci s metodou **sněhové koule**. Dotazník byl zaslán v online podobě jednotlivcům, kteří prokazatelně splňovali kritéria základního souboru (stanoven pouze věk), následně uvedli kontaktní informaci či sami přeposlali dotazník svým přátelům, známým, rodinným příslušníkům apod., kteří splňují totožné podmínky. Tímto postupem bylo v maximální možné míře (ve vztahu k okolnostem) zajištěno vyplnění dotazníků jedinci ze základního souboru. Pokud by byl dotazník online zveřejněn, nebylo by zaručeno, že byl vyplněn jen seniory. Online verze dotazníku a jeho vyplnění navíc dokazuje, že jej vyplňovali seniori, kteří počítač (tablet či smartphone) využívají.

Výběrový soubor byl tvořen 102 respondenty, z toho bylo 42 mužů a 60 žen. Následující výpočty byly prováděny s pomocí Mgr. Kamila Janíše, Ph.D. Věkový průměr činil 70,97 let, směrodatná odchylka 4,71, $Q_{0,50}$ 70 let, Q_0 65 let, $Q_{1,00}$ 82 let, $Q_{0,25}$ 67,25 let a $Q_{0,75}$ 74,75 let.

Z uvedených údajů vyplývá, že výzkumný soubor byl tvořen především „mladšími“ seniory. To je ovlivněno pravděpodobně právě online podobou dotazníku.

U výzkumného souboru nebyla zjišťována další demografická data. V souvislosti s tematickým zaměřením práce se nabízí např. stupeň vzdělání. Janiš ml. a Skopalová (2016) upozorňují, že stupeň vzdělání u seniorů není vhodnou nezávisle proměnnou. Důvodem je, že současní senioři své vzdělávání absolvovali v letech 1948–1989, kdy byla výrazně omezena možnost vzdělávání (obecně kapacitou, dále politickými perzekucemi), byly jiné požadavky na vzdělávání u určitých profesí aj. Stupeň vzdělání u seniorů není vypovídající.

Samozřejmě se nabízejí možnosti zjišťovat vykonávanou profesi, u které by mohly být zřejmé jisté vazby na využívání médií v profesním životě. Jednalo by se však o domněnky spekulativního charakteru. Bylo by nutné zjišťovat další souvislosti.

Autorka si uvědomuje, že význam v oblasti mediální gramotnosti sehrává i rodinné prostředí, struktura rodiny (věk vnoučat, vzdálenost seniorů od jejich dětí, rodinný stav). Na otázky tohoto typu jsou senioři velice citliví a téměř polovinu dotazníku by tvořily právě takové otázky. Všechny uvedené příklady mohou být nezávisle proměnnými nebo proměnnými moderujícími.

5.3 Metoda výzkumného šetření

Na sběr empirických dat autorka práce použila kvantitativně orientované šetření s následným výběrem explorační (explorativní) metody (Chráška, 2016) a to techniky dotazníku, jak již bylo uvedeno v předchozí podkapitole. Pro tuto, v pedagogickém výzkumu, častou metodu se autorka práce rozhodla z důvodu rychlého získání dat od vysokého počtu respondentů a s ohledem na pandemickou situaci. Vzor dotazníku je součástí přílohy této diplomové práce (příloha č. 1). Vzhledem k průzkumnému vzorku byl vypracován dotazník pro seniory žijící v domácím prostředí.

Výzkumným nástrojem byl zvolen dotazník vlastní konstrukce, který obsahoval celkem 24 otázek včetně 2 vztahujících se k demografickým charakteristikám – 5 otázek bylo otevřených, 1 polouzavřená a 18 uzavřených (1 dichotomická a 17 polytomických).

Dotazník a jeho kvantitativní zpracování byl vybrán s ohledem na současnou pandemickou situaci z důvodů uvedených v předchozích částech diplomové práce. Zvažovaný byl rovněž rozhovor, který by mohl být realizován prostřednictvím komunikačních nástrojů typu umožňujících pořízení záznamu (MS Teams, Skype, Zoom aj.), pro seniory by však tato

podoba rozhovoru mohla být nepříjemná, a tedy i významně ovlivňující získané informace. I když komunikační nástroje, např. Zoom umí ukládat zvlášť pouze zvukový záznam, tak by možná obava seniorů z nahrání obrazu rovněž mohla být překážkou.

Dotazník se tak v souvislosti s výše uvedeným jevil jako vhodný nástroj nejen k naplnění cílů, ale i k celkové kvalitě získaných dat.

Srozumitelnost dotazníku, resp. jednotlivých otázek byla ověřena v rámci předvýzkumu, kterého se zúčastnili 3 senioři (2 ženy a 1 muž), tito se následně nezúčastnili výzkumného šetření. V průběhu předvýzkumu nevyvstaly žádné okolnosti, které by vedly k reformulaci otázek. Zúčastněným byly srozumitelné všechny otázky, celkem přirozeně neznali některé komunikační nástroje a druhy sociálních sítí. Doptávali se na ně, stejně tak na rizika online prostoru.

6 Výsledky výzkumného šetření

V této kapitole diplomové práce jsou prezentovány zjištěné výsledky dotazníkového šetření. Data jsou uspořádána v tabulkách četností, ve kterých jsou uvedeny **četnosti absolutní** a vzhledem k nestejně velkému zastoupení seniorů a seniorek ve výzkumném souboru, tak i **četnosti relativní**. Není využito kombinace tabulek a grafů, protože vzhledem k celkovým četnostem a charakteru dat by se jednalo o duplicitu výsledků bez adekvátního zdůvodnění nebo bez validního významu pro diplomovou práci a její závěry.

Tab. č. 2 – Seniory sledovaná média

	Seniori		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
televize	39	0,929	58	0,967
tablet	8	0,190	11	0,183
chytrý telefon	28	0,667	23	0,383
stolní PC/notebook	31	0,738	40	0,667

V otázce č. 1, jejíž výsledky jsou prezentovány v příslušně číslované tabulce, měli seniori možnost zvolit více odpovědí, proto jsou relativní četnosti počítány jen pro příslušný řádek, počet respondentů v dané skupině a jejich součet v sloupci netvoří 1,000. Touto otázkou získáváme **odpověď na deskriptivní otázku č. 1 – Jaká média seniori využívají?** Není žádoucí duplicitně interpretovat zjištění uvedené v tabulce, ale spíše se věnovat komentování, co nám data sdělují.

Dominantnost televize je očekávatelným výstupem. Výsledky v dalších kategoriích, tedy proč bylo dosaženo zrovna těchto výsledků, jsou diskutabilní, ale můžeme je přisoudit některým okolnostem. V porovnání relativních četností lze jediný výraznější rozdíl spatřit (ve vztahu k celkovým četnostem se jedná o jednotky seniorů) u využívání chytrých telefonů. Vysvětlením, proč tomu tak je, mohou být bez bližších informací pouze stereotypní představy o tom, že muži jsou techničtější typy. Samozřejmě se může jednat o zdravotní komplikace (v tomto případě seniorek), „díky“ kterým mají zhoršenou možnost ovládat zpravidla dotykový chytrý telefon. Rozdílnost ve vnímání telefonu primárně jako nástroje, kterým voláme a píšeme SMS, nikoliv připojujeme se k internetu, hledáme informace apod.

Nejméně využívaným médiem u obou zkoumaných skupin byl tablet. I když tablet může svou velikostí displeje kompenzovat zhoršený zrak, kterým je třeba limitováno ovládání

chytrého telefonu, tak se autorka domnívá, že často bývá vnímán spíše jako doplněk, hračka. I když jejich pořizovací cena není v současné době vysoká, tak u některých seniorů může mít vliv strach takové zařízení ovládat (to se projevuje však spíše u starších seniorů, kteří tento strach z ovládání např. tabletů mají – srov. Janiš ml., Skopalová (2016).

I když nebyly výsledky (na základě charakteru způsobů odpovědi) více statisticky hodnoceny, tak i na základě rozložených četností můžeme tvrdit, že jediným rozdílem ve využívání médií mezi seniory a seniorkami je využívání chytrého telefonu.

Tab. č. 3 – Sledované pořady v TV

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
seriály	22	0,524	49	0,817
zpravodajství	30	0,714	40	0,667
filmy	23	0,548	39	0,650
počasí	20	0,476	37	0,617
televizní soutěže	13	0,310	30	0,500
reality show	7	0,167	10	0,167
zábavné pořady	7	0,167	45	0,750
teleshopping	0	0,000	5	0,083
hudební pořady	0	0,000	19	0,317
reklamy	0	0,000	0	0,000
publicistické pořady	14	0,333	20	0,333
dokumentární pořady	9	0,214	5	0,083
sportovní pořady	4	0,095	3	0,050

Otázka č. 2 navazovala na předchozí. Zjišťovány byly pouze typy pořadů nikoliv konkrétní pořady a důvodem bylo, že autorka chtěla zjistit „trendy“. Pokud by byl v širších souvislostech zkoumán vliv konkrétních pořadů, jednalo by se o samostatný výzkum.

Senioři a seniorky opět měli možnost zvolit více odpovědí. Z tabulky k příslušné otázce vyplývají dvě základní zjištění. **Seniorky sledují televizi více kvůli zábavě, resp. sledují více televizních pořadů v rámci volného času.** Z tohoto lze usuzovat, že u televize tráví i více času, i když nebyl zjišťován časový rozvrh.

Při pohledu na tabulku dále zaujme nulová četnost u reklam, to neznamená, že by reklamy nesledovali, ale nejsou to vyhledávané pořady, resp. nejedná se o pořad, který by byl záměrně sledován pro svůj obsah.

Tab. č. 4 – Preferované televizní stanice pro sledování zpravodajství.

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ČT1	11	0,367	11	0,275
ČT24	8	0,267	5	0,125
Prima	0	0,000	8	0,200
CNN Prima News	2	0,066	3	0,075
Nova	8	0,267	10	0,250
Barrandov	0	0,000	1	0,025
Regionální televize	0	0,000	1	0,025
jiné	1	0,033	1	0,025

U otázky č. 3 již mohli dotazovaní vybrat pouze jednu možnost z nabízených. Jednotkové četnosti neumožňují využít test dobré shody (χ^2) pro kontingenční tabulku. Avšak s využitím vlastností nominálních dat můžeme jednotlivé četnosti dle logického klíče sčítat. Data byla převedena do tzv. čtyřpolní tabulky (tab. č. 5), a to tak, že jedna skupina sledovaných „zpráv“ byla tvořena veřejnoprávními televizními stanicemi a druhá soukromými.

Tab. č. 5 – Sledování veřejnoprávních soukromých televizních stanic

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Veřejnoprávní	19	0,633	16	0,400
Soukromá	11	0,367	24	0,600

Hodnota testového kritéria χ^2 3,733 je při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (2,71) statisticky významná na hladině významnosti 0,1 (standardními hladinami významnosti bývají spíše 0,05; 0,01 nebo 0,001). Na základě rozložení četností můžeme tvrdit, že senioři častěji sledují zpravodajství ve veřejnoprávních médiích.

V kategorii jiné byla v obou případech zmíněna Raptor TV, což je významná dezinformační platforma, jedná se o internetovou televizi, mající charakter spíše informačního webu.

Otázka č. 4 byla otevřená a zjišťovala nejoblíbenější televizní pořad seniorů. Odpovědi seniorů ukázaly, že dominují pořady, které bychom mohli označit jako volnočasové. Pořady zpravodajské označené jako nejoblíbenější se vyskytly v jednotkách případů. Pozitivním zjištěním je, že většina pořadů, které senioři uváděli, se v časovém snímku dne objevuje v pozdním odpolední nebo ve večerních hodinách. Z této informace by se dalo analogicky odvodit, že sledování televize nebylo u výzkumného souboru hlavní volnočasovou aktivitou.

V uvedených pořadech se 1x vyskytl pořad, který by si zasloužil zvýšenou pozornost, ale spíše formou kvalitativního výzkumu s konkrétní osobou, v tomto případě seniorkou. Jednalo se o pořad Nebezpečné vztahy, což je pořad hraný, ale tvářící se jako realita. Z odpovědi seniorky nevíme, zda si toto uvědomuje, zda ví, že nesleduje reálný příběh, ale příběh hraný. Pokud věří, že se jedná o realitu, je pravděpodobné, že tomuto bude věřit i v jiných případech.

Tab. č. 6a – Využívání internetu

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
komunikace s přáteli/rodinou	25	0,595	33	0,550
vyhledávání zpravodajství	24	0,571	19	0,317
vyhledávání konkrétních informací (recepty, návody ke kutilským činnostem, informace o historické události apod.)	24	0,571	11	0,183
nakupování	11	0,262	22	0,367
internetové bankovníctví	28	0,667	26	0,619
vyhledání pomoci (linky pomoci pro seniory)	2	0,048	0	0,000
jiné	3	0,071	5	0,083

K otázce č. 5 se vázala **3. deskriptivní otázka** – *K jakým činnostem internet senioři využívají?* Dotazovaní měli možnost vybrat více odpovědí. Pouze 8 ze 102 uvedlo, že internet využívají spíše k zábavě (konkrétně kategorie jiné – YouTube), samozřejmě se zábava

nevyklučuje ani u komunikace s rodinou/přáteli. Komunikace je však u obou pohlaví dominantní. Pozitivním zjištěním je zejména výsledek u kategorie internetové bankovníctví. Nezanedbatelné procento dotazovaných z této kategorie dokazuje, že senioři se přizpůsobují současným trendům, resp. jsou k tomu „nuceni“ (viz teoretická část diplomové práce). Zajímavé by zcela jistě bylo porovnání výsledků stejné otázky před a po „lockdownu“, primárně u kategorie nakupování, ale lze předpokládat, že by došlo k proměnám i u kategorií dalších. Závěrem k deskriptivní otázce č. 3 autorka poznamenává, že senioři využívají široké spektrum možností internetu.

Dále se k dané otázce a tabulce vázala i **relační otázka č. 1 – Jaký je rozdíl ve způsobu využívání internetu u seniorů a seniorek?** a z ní plynoucí **věcná hypotéza č. 1 – Senioři využívají internet k jiným činnostem než seniorky.**

U vyhodnocení této otázky autorka využila více možností, která jí data nabízela. V první fázi je spočítáno testové kritérium χ^2 pro každý řádek tabulky zvlášť, to do jisté míry nahrazuje tzv. znaménkový test, důvodem bylo, že výsledky mohly být signifikantní na různých hladinách významnosti (i nestandardních – viz níže) a také pro lepší interpretaci výsledků. Očekávané (teoretické) četnosti byly nastaveny tak, aby odpovídaly poměrnému zastoupení seniorů a seniorek ve výzkumu. Marginální četnost jednotlivých řádků nebyla tedy „vydělena“ číslem dvě, ale násobena relativními poměry zastoupení.

Tab. č. 6b – Očekávané četnosti k tabulce č. 6a

	Senioři	Seniorky
	očekávané četnosti	očekávané četnosti
komunikace s přáteli/rodinou	23,896	34,104
vyhledávání zpravodajství	17,716	25,184
vyhledávání konkrétních informací (recepty, návody ke kutilským činnostem, informace o historické události apod.)	14,420	20,580
nakupování	13,596	19,404
internetové bankovníctví	22,248	31,752

U kategorie *vyhledávání zpravodajství* byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 **3,791**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (2,71) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,1. Z rozložení četností vyplývá, že **senioři častěji vyhledávají informace ze zpravodajství**.

U kategorie *vyhledávání konkrétních informací (recepty, návody ke kutilským činnostem, informace o historické události apod.)* byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 **10,824**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (6,64) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,01. Z rozložení četností vyplývá, že **senioři častěji vyhledávají konkrétní informace** (viz výše).

U kategorie *nakupování* byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 **0,843**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (0,46) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,5. Z rozložení četností vyplývá, že **seniorky častěji nakupují**. Nicméně hladina významnosti 0,5 je již v empirických výzkumech nestandardní. Velice nízká hodnota testového kritéria χ^2 sice poukazuje, že existuje nějaký „drobný“ rozdíl, ale je ve své podstatě marginální.

U kategorie *internetové bankovníctví* byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 **2,529**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (1,07) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,3. Z rozložení četností vyplývá, že **senioři častěji využívají internetové bankovníctví**. Obdobně jako v předchozím případě se jedná nízkou hodnotu testového kritéria χ^2 .

U dalších dvou kategorií nebyla hodnota testového kritéria χ^2 z důvodu nízkých pozorovaných četností počítána.

Verifikace věcné hypotézy *Senioři využívají internet k jiným činnostem než seniorky* je na základě informací uvedených výše relativně problematická. S vědomím, že dotazovaní mohli zadávat více odpovědí a nestejně velkých skupin, je následná interpretace problematická. K výpočtu byly využity četnosti prvních 5 kategorií a výsledná hodnota byla vypočtena ze standardní kontingenční tabulky, nikoliv za využití očekávaných četností z tab. č. 6b.

Hypotéza statistická: *Četnost jednotlivých aktivit, ke kterým je využíván internet, bude rozdílná v porovnání seniorů a seniorek.*

H₀ – *Četnost jednotlivých aktivit, ke kterým je využíván internet, bude shodná v porovnání seniorů a seniorek*

H_A – Četnost jednotlivých aktivit, ke kterým je využíván internet, bude rozdílná v porovnání seniorů a seniorek.

Byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 10,250. Při porovnání s kritickou hodnotou pro čtyři stupně volnosti (9,49) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,05. **Zamítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní. Senioři se věnují na internetu jiným činnostem než seniorky.**

Jednotlivé výše uvedené výpočty poukazují na kategorii, která celkový výsledek nejvíce ovlivňuje. U výpočtů k jednotlivým řádkům není uvedena komunikace, a to z důvodu, že ke komunikaci se váže **relační otázka č. 2 – Jaký je rozdíl ve využívání internetu ke komunikaci u seniorů a u seniorek?** a z ní vyplývající **hypotéza č. 2 – Seniorky využívají internet ke komunikaci častěji než senioři.**

Statistická hypotéza: Četnost seniorek využívajících internet ke komunikaci bude větší než seniorů.

H_0 – Četnost seniorek a seniorů využívajících internet ke komunikaci bude shodná.

H_A – Četnost seniorek využívajících internet ke komunikaci bude větší než u seniorů.

Byla zjištěna hodnota testového kritéria χ^2 0,087. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (3,84) na hladině významnosti 0,05. **Nelze zamítnout nulovou hypotézu. Konstatujeme, že není rozdíl ve využívání internetu ke komunikaci u seniorů a seniorek.**

Zjištěná hodnota by byla významná na hladině významnosti 0,8, což působí spíše komicky pro „potvrzení“ stanovené hypotézy.

Tab. č. 7 – Seznámení s prostředím internetu

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
zajímal/a se o to sám/sama, nikdo mi nepomáhal	14	0,333	9	0,150
kurz pro seniory	0	0,000	0	0,000
kamarád/kamarádka	10	0,238	0	0,000
moje děti	2	0,048	11	0,183
vnoučata	0	0,000	26	0,433
využívání internetu bylo samozřejmé v mé práci	16	0,381	14	0,234

Stejně jako s téměř jakoukoliv jinou činností, která není vrozená, je nutné, aby nás někdo seznámil. K tomu směřovala otázka č. 6. Jelikož tabulka obsahuje nulové hodnoty mj. ve stejném řádku, tak **nebylo možné spočítat testové kritérium χ^2 pro celou tabulku**. Pokud by tato kategorie byla „odstraněna“, tak zjišťujeme, že hodnota testového kritéria χ^2 je rovna 41,569. Při porovnání s kritickou hodnotou pro čtyři stupně volnosti (18,47) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,001. Existují rozdíly mezi seniory a seniorkami v tom, jak se seznámili s prostředím internetu.

Překvapující je nulová četnost v kategorii *kurz pro seniory*, překvapující je především tím, že právě na takovýchto kurzech existuje významná příležitost věnovat se i rizikům online prostoru. Samozřejmě se některé zásady bezpečného chování mohli senioři dozvědět i v zaměstnání, ale to se významně odvíjí od stylu práce s internetem. Senioři se však s prostředím internetu seznamují spíše živelněji. Seniorky významně více využívají svých vnoučat.

Tab. č. 8 – Pomoc při vyhledávání na internetu

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano, pokaždé	0	0,000	10	0,167
ano, často	0	0,000	11	0,183
ano, zřídka	20	0,476	18	0,300
ne	22	0,524	21	0,350

Na základě pravidel pro užití testu dobré shody χ^2 nemohl být u tabulky č. 8 využit. I když by celkový výsledek pravděpodobně nebyl významně ovlivněn, tak autorka přesto přistoupila jen ke komentáři. Z výsledků sedmé otázky vyplývá, že senioři jsou samostatnější než seniorky. To může na první pohled působit pro seniory lépe, ale zároveň jsou rizikovějšími uživateli. Nelze ani opomenout fakt, že se mohla projevit pověstná „mužská ješitnost“ a nechtěli tedy přiznávat pomoc při práci v online prostředí při vyhledávání informací.

Tab. č. 9 – Založený profil na sociální síti

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano a využívám jej	7	0,167	13	0,217
ano, ale prakticky jej nevyžívám	13	0,310	9	0,150
ne	22	0,523	38	0,633

Hodnota testového kritéria χ^2 je rovna 3,734. Při porovnání s kritickou hodnotou pro dva stupně volnosti (2,41) je hodnota statisticky významná na hladině významnosti 0,3. Seniory lze tedy považovat za ty, kteří mají sice častěji profil na sociálních sítích, ale jsou méně aktivnější, resp. svůj profil méně využívají než seniorky.

S výše uvedenou otázkou se pojila **relační otázka č. 3** – *Jaký je rozdíl v užívání sociálních sítí u seniorů a u seniorek?* a **věcná hypotéza č. 3** – *Seniorky využívají sociální sítě častěji než seniory.* K odpovědi na výzkumnou relační otázku lze využít poznatku uvedeného v předchozím odstavci. Opět je však nutné upozornit, že pravděpodobnost našeho rozhodnutí je vzhledem k uvedené hladině významnosti relativně nízká. V praxi tedy nějaké rozdíly, ne sice úplně zanedbatelné, pozorujeme, ale neopravňují nás k tomu, abychom z hlediska edukace cílili více na jednu či druhou skupinu seniorů.

V **hypotéze č. 3** je klíčové slovo „využívají“, kterým je tedy myšleno aktivní využívání sociálních sítí. Data k verifikaci uvedené hypotézy byla **počítána ze čtyřpolní tabulky**, kdy hodnoty v kategorii *ano, ale prakticky jej nevyužívám* a *ne* byly sečteny. Hodnota testového kritéria χ^2 je rovna 0,392. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (3,84) je hodnota statisticky nevýznamná na hladině významnosti 0,05.

Tab. č. 10 – Využívání sociálních sítí

	Seniory		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Ano	7	0,167	13	0,217
Ano, ale nevyužívám + Ne	35	0,833	47	0,783

Statistická hypotéza: *Četnost seniorek uvádějících využívání alespoň jedné sociální sítě bude větší než seniorů uvádějících využívání alespoň jedné sociální sítě.*

H₀ – *Četnost seniorek a seniorů uvádějících využívání alespoň jedné sociální sítě bude shodná.*

H_A – *Četnost seniorek uvádějících využívání alespoň jedné sociální sítě bude větší než seniorů uvádějících využívání alespoň jedné sociální sítě*

Na základě výsledku a zvolené hladině významnosti **nelze zamítnout nulovou hypotézu.** Neexistuje tedy statisticky významný rozdíl ve využívání sociálních sítí u seniorů a seniorek.

Tabulka č. 10 a formulace příslušné hypotézy umožňovala, aby data byla sčítána i podle jiného klíče, popř. aby některá byla vynechána (sečíst hodnoty v kategoriích ano, a to bez rozdílu ve využívání, nebo počítat pouze s první a třetí kategorií). Autorka spočítala všechny uvedené varianty, které se nabízely a ani v jedné logicky přípustné variantě nebyly zaznamenány statisticky významné rozdíly na hladině významnosti 0,05.

Tab. č. 11 – Sociální sítě se založeným profilem

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Facebook	10	0,500	13	0,591
Twitter	3	0,150	0	0,000
Instagram	2	0,100	0	0,000
YouTube	2	0,100	4	0,182
Skype	10	0,500	10	0,455
TikTok	0	0,000	1	0,045

V tabulce č. 11 je uveden přehled sociálních sítí, na kterých mají senioři a seniorky založený profil. Mohli uvádět více možností v případě, že mají logicky založených více profilů na různých sociálních sítích. Relativní četnost je počítána ve vztahu k těm, kteří mají založený profil, i když jej aktivně nevyužívají. Vzhledem k celkovým nízkým četnostem **není využit k interpretaci dat test dobré shody χ^2** . Nicméně výsledky odpovídají tvrzením seniorů, že na internetu využívají ke komunikaci Facebook a zejména Skype. Jsou to ve své podstatě komunikační nástroje. I když i ostatní sítě umožňují vzájemnou komunikaci, tak bychom ji označili spíše za interakci.

Tab. č. 12 – Důvod založení profilu na sociální síti

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
komunikace s přáteli	15	0,750	13	0,591
komunikace s rodinou	13	0,650	14	0,636
hodně se o tom mluví, tak mi to přišlo samozřejmé	2	0,100	3	0,136
hledání nových přátel	2	0,100	0	0,000
být v kontaktu s lidmi se stejnými	0	0,000	5	0,227

zájmy (koníčky) jako mám já				
zvědavost	8	0,400	0	0,000
vyhledávání informací	7	0,350	4	0,182

Tab. č. 13 – Využívané komunikační nástroje

	Senioři		Seniorčky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
e-mail	34	0,810	31	0,517
Skype	10	0,238	10	0,167
Viber	6	0,143	11	0,183
WhatsApp	13	0,310	22	0,367
Messenger	7	0,167	12	0,217
Facetime	1	0,024	0	0,000
Telegram	1	0,024	0	0,000
Signal	1	0,024	0	0,000
běžný telefonní hovor	19	0,452	49	0,817
SMS	20	0,477	41	0,683

Otázky v dotazníku č. 10 a 11 a k nim příslušné tabulky č. 12 a 13 budou komentovány společně. I když senioři a seniorky uvádějí, že si na sociálních sítích zakládají profily primárně z důvodu komunikace s přáteli či rodinou, tak dominantní jsou jiné komunikační nástroje, které však mohou určité znaky sociální sítě naplňovat. Nebylo zjišťováno, zda komunikace prostřednictvím např. Viberu nebo WhatsAppu probíhá i v podobě hovorů nebo videohovorů, ale autorka si dovoluje tvrdit, že primárně se bude jednat o podobu textových zpráv. V tabulce č. 13 jsou zajímavé údaje v kategoriích *e-mail* a *běžný telefonní hovor*. E-mail je jedním z „nejstarších“ komunikačních elektronických nástrojů, a není tedy překvapující, že se se jedná u seniorů o dominantní a u žen o druhý nejčastější komunikační nástroj.

Potvrzuje to i zpráva výzkumu „Starci na netu“, který provedly v roce 2017 společnosti Seznam.cz a Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Výzkum poukázal na fakt, že nejaktivnějšími šířiteli e-mailového spamu (pravdivého i nepravdivého), jsou senioři ve věku 65+ a s přibývajícím věkem uživatelé šíří spam podstatně více než uživatelé mladší. Spamy obsahují pravdivé zprávy, ale také hoaxy a dezinformace. Senioři také nejvíce používají online inzerci k seznamování s protějškem. Mladší lidé naopak preferují seznámení přes sociální sítě (E-Bezpečí, 2018).

Další překvapující kategorií byl běžný telefonní hovor, který je u seniorek dominantně využíván. Ačkoliv tedy všichni dotazovaní senioři mají nějaký přístup k internetu, tak více než polovina z nich (z celku) využívá „klasickou“ metodu komunikace, i když by mohli realizovat nějakou podobu videorozhovoru, ať už prostřednictvím svého chytrého telefonu nebo skrze tablet či s využitím webové kamery na svém stolním PC nebo notebooku.

Tab. č. 14 – Povědomí rizik online prostoru

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Ano	23	0,548	32	0,533
Ne	19	0,452	28	0,467

Otázka směřovala k tomu, zda senioři a seniorky vědí o rizicích v online prostoru. Jednalo se o otázku polouzavřenou. Pokud by se jednalo o otázku dichotomickou, tak její interpretace by byla přinejmenším zavádějící, protože z odpovědi „ano“ nezjistíme, zda skutečně ví, popř. zda domnívané riziko je skutečně rizikem (podrobněji níže). Dotazovaní mohli uvádět více odpovědí. Ve výše uvedené tabulce je uveden počet seniorů, kteří uvedli alespoň jedno riziko.

Hodnota testového kritéria χ^2 je rovna **0,020**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (3,84) je hodnota statisticky nevýznamná na hladině významnosti 0,05.

Všechny jimi uváděné odpovědi byly relevantní, nevyskytla se ani jedna odpověď, která by se k online prostoru nevztahovala.

Senioři uváděli – viry (5x), zneužití osobních dat (8x), „nabourání“ bankovního účtu (9x) – uveden i phishing (foneticky napsal senior – fišink), hoax (1x), dezinformace (1x), fakenews (2x).

Seniorky uváděly – viry (6x), zneužití osobních údajů (17x), „nabourání“ bankovního účtu (10x) – uveden i phishing, kyberšikana (1x), spam (3x).

Většina dotazovaných si tedy nějaká rizika uvědomuje. Ve vztahu k výše uvedené deskriptivní otázce se jedná o rizika, která bychom mohli nazvat jako rizika eliminovatelná chováním. Podíváme-li se na tabulku č. 13, tak rizika uváděna seniory se nejčastěji „šíří“ e-mailem. Nejčastěji se senioři bojí toho, že je někdo na internetu „okrade“, nemají strach z toho, že by někdo mohl manipulovat s jejich myšlením, postoji apod. K tomuto byla vypovídající odpověď jedné seniorky, která ke svému riziku uvedla dále: „hlavně se řídím vlastním mozkiem“. Z odpovědí, které se týkaly právě „krádeže“, vyplývalo, že senioři se bojí toho, že

někdo cizí bez jejich vědomí se „nabourá“ na jejich účet a ukradne jim peníze. Z pohledu a přesvědčení autorky si vůbec neuvědomují, že k této „krádeži“ mohou sami významně přispět, např. u romancem scam.

Konstatujeme tedy, že ačkoliv senioři vědí o určitých rizicích v online prostředí (viz výše), tak se jedná o velice úzký segment, který samozřejmě nebezpečný je, ale autorka se domnívá, že rizika využívající manipulaci jsou seniorům skryta, a tím roste jejich úspěšnost.

Tab. č. 15 – Zdroje informací o rizicích

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
záměrně jsem si je vyhledal/a v prostředí internetu	13	0,565	2	0,063
záměrně jsem sledoval/a pořad v televizi, kde o tom mluvili.	0	0,000	14	0,438
náhodně jsem na ně „narazil/a“ při vyhledávání informací na internetu	2	0,087	10	0,313
četl/a jsem o nich v denním tisku/časopise	10	0,435	6	0,188
četl/a jsem o nich knihu	5	0,217	0	0,000
sdělil/a mi je kamarád/ka	2	0,087	0	0,000
sdělil/a mi je někdo z mých dětí/vnoučat	2	0,087	20	0,625
sdělil/a mi je můj partner/ka	0	0,000	0	0,000
dozvěděl/a jsem se je na kurzu pro seniory.	0	0,000	0	0,000

V tab. č. 15 jsou prezentována data ukazující zdroje informace o rizicích online prostoru. Na tuto otázku odpovídali pouze ti, kteří uváděli, že o nějakých rizicích vědí. Relativní četnost je tedy počítána z počtu takových seniorů. Dotazovaní mohli vybrat více odpovědí.

Samozřejmě se jedná o „hrubý“ přehled. Zajímavé by bylo zjistit podrobnosti např. přímo o zdroji na internetu, televizním pořadu, článku v časopise apod. Pokud tyto výsledky porovnáme s otázkou předchozí, tak lze usuzovat, jakým informacím o rizicích seniorů dávali preference. Z tabulky není překvapující, že seniorky byly často poučeny vlastními dětmi nebo vnoučaty, protože ti je mj. uvedli do online světa.

Tab. č. 16 – Dostatečná informovanost o rizicích v online prostoru

	Seniori		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano	3	0,130	4	0,125
spíše ano	9	0,391	10	0,313
nevím, nepřemýšlel jsem o tom	2	0,087	3	0,094
spíše ne	9	0,391	11	0,344
ne	0	0,000	4	0,125

Z tabulky č. 16 může vyplývat, že jsou seniorky skeptičtější ke vnímání vlastní informovanosti o rizicích v online prostředí. Celá tabulka však obsahuje velmi nízké četnosti. Pokud bychom data převedli do **tabulky čtyřpolní** (tab. č. 17) s využitím možnosti sečíst kategorie ano a spíše ano, a ne a spíše ne zjišťujeme, že hodnota testového kritéria χ^2 je rovna **0,384**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro jeden stupeň volnosti (0,15) je hodnota statisticky nevýznamná na hladině významnosti 0,7. Takový výsledek nás vede k závěru, že prakticky **neexistuje rozdíl mezi seniory a seniorkami v přesvědčení o dostatečnosti informací o rizicích online prostoru**. Celkově mírně převažují ti, kteří jsou o dostatečnosti přesvědčení či spíše přesvědčení.

Vzhledem k tomu, jaká byla uváděna rizika, konstatujeme, že se jedná o falešné přesvědčení u těch, kteří jej mají.

Tab. č. 17 – Dostatečná informovanost o rizicích online prostoru (čtyřpolní tab.)

	Seniori		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Ano	12	0,571	14	0,483
Ne	9	0,429	15	0,517

Tab. č. 18 – Činnosti dětí na internetu pohledem seniorů a senierek

	Seniori		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
komunikace s přáteli/rodinou	16	0,381	21	0,350
bezcílná zábava/flákání se	5	0,119	12	0,200
vyhledávání konkrétních informací	3	0,071	17	0,283
nakupování	4	0,095	0	0,000
seznamování	5	0,119	0	0,000
hrají hry	2	0,048	13	0,217
nevím	9	0,214	7	0,117

Tato otázka nepřímou navazovala na otázku č. 5, kdy dotazovaní odpovídali, jakým činnostem se věnují oni sami na internetu. I když spatřujeme v příslušné tabulce určité nuance mezi odpověďmi seniorů a senierek, tak není bez zajímavosti, že dominantní činností je dle jejich pohledu ta samá, kterou oni uvádějí u své činnosti v online prostoru, tedy komunikace.

Tab. č. 19 – Návštěva zpravodajských webových stránek

	Seniori		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
Seznam	20	0,833	17	0,895
Aktuálně	2	0,083	2	0,105
Centrum	2	0,083	2	0,105
Denník referendum	3	0,125	0	0,000
Blesk	0	0,000	4	0,211
Aha	0	0,000	4	0,211
Parlamentní listy	1	0,042	0	0,000
Neviditelný pes	1	0,042	0	0,000
Extra	0	0,000	1	0,053

Relativní četnost je v tabulce č. 19 počítána z počtu seniorů, kteří vyhledávání zpravodajských informací uvedli jako jednu z činností vykonávaných na internetu. I v této otázce mohli dotazovaní vybírat z více možností.

Pozitivním výsledkem je, že většina seniorů vyhledává zpravodajské informace na webech, které jsou více či méně relevantní, nicméně nejsou dezinformační. Výjimku tvoří weby Parlamentní listy a Neviditelný pes, které dezinformační jsou. Tyto webové stránky uvedl

1 senior. Za částečně problematické můžeme považovat tzv. bulvární weby, jejich cílem je „šokovat“, nikoliv dezinformovat.

Není překvapující, že naprosto dominantní zastoupení má web Seznam.cz, tento výsledek je pravděpodobně způsobený tím, že senioři mají pod tímto poskytovatelem zřízeny své e-mailové schránky.

Ačkoliv by tyto výsledky mohly být potěšující, tak skrývají určité riziko. Články, které mohou senioři vyhledat na webu Seznam.cz, resp. na implementovaném webu novinky.cz, obsahují diskuze k jednotlivému, které je často plné dezinformací. V tom lze spatřovat určitou míru nebezpečnosti.

Tab. č. 20 – Ověření informace

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano, vždy	10	0,238	3	0,050
ano, ale jen některé	9	0,214	16	0,267
ano, zeptám se kamaráda/ky	3	0,071	8	0,133
ano, zeptám se někoho z rodiny	0	0,000	20	0,333
ne	20	0,477	13	0,217

Výsledky otázky prezentované v tab. č. 20 se týkaly všech seniorů, nikoliv jen pouze těch, kteří si aktivně vyhledávají zpravodajské informace.

Hodnota testového kritéria χ^2 je rovna **27,156**. Při porovnání s kritickou hodnotou pro čtyři stupně volnosti (18,47) je hodnota statisticky nevýznamná na hladině významnosti 0,001. Můžeme tedy konstatovat, že v oblasti ověřování informací je rozdíl mezi seniory a seniorkami. Seniorky se významně častěji obracejí na svou rodinu, zatím co senioři si informace neověřují vůbec, což je velmi nebezpečné chování, jak již bylo uvedeno v kapitole 1.3.

Autorka však musí uznat, že skutečná situace může být závažnější, protože otázka mohla vzbudit tzv. sociálně žádoucí odpověď, kdy se „očekává“, že informace si lidé budou ověřovat.

Otázka č. 18 se týkala konkrétní informace, která seniory nejvíce překvapila. Některé odpovědi jsou prakticky nepublikovatelné. Obecně se týkaly vlády a vládních představitelů, jak již asi vyplývá z předchozí věty, tak v nepříliš dobrém světle. Odpovědi byly spíše obecného charakteru, nicméně v 11 případech se dalo určit, že senioři (bez ohledu na pohlaví) uvěřili dezinformační zprávě. Tyto zprávy se celkem logicky týkaly problematiky pandemie covid-19.

Některé odpovědi byly však natolik neurčité, že rovněž mohly naplňovat charakteristiku dezinformace, ale byla by to fabulace autorky. Z uvedených výsledků vyplývá, že seniory překvapují zprávy týkající se současné situace, která se jich více či méně přímo dotýká.

Tab. č. 21 – Informace od přátel prostřednictvím e-mailu

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano, pravidelně	9	0,214	10	0,167
občas	22	0,524	17	0,283
výjimečně	3	0,071	4	0,067
ne	8	0,191	29	0,483

Otázku k příslušným výsledkům lze také chápat jako elementární tzv. „lži-skóre“. Můžeme tvrdit, že všichni senioři, kteří využívají e-mailovou komunikaci, tak dostávají přeposlané informace od svých přátel. U této otázky není nutné počítat hodnotu testového kritéria χ^2 . Důvodem je, že není znám počet přátel, frekvence návštěvy e-mailové schránky a celková aktivita na e-mailu. I když jsou tedy některé rozdíly patrné, tak jejich interpretace by byla vzhledem k neznalosti dalších okolností problematická.

Tab. č. 22 – Způsob práce s obdrženou zprávou

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
pře pošlu ji dál	11	0,324	8	0,258
kontaktuji odesílatele/ku a řekneme si o ní	8	0,235	9	0,290
jen si ji přečtu a dále o ní nepřemýšlím	8	0,235	9	0,290
přečtu si jí a snažím se dohledávat další informace	6	0,176	4	0,129
nečtu ji	1	0,030	1	0,033

U tabulky č. 22 **nebyly splněny podmínky pro užití testu dobré shody χ^2** pro kontingenční tabulku. Z výsledků však vyplývá, že senioři se zaslouhou zprávou pracují. I když někteří senioři uváděli, že se snaží dohledávat informace k zaslouhou zprávě, tak neznáme

relevanci takových informací, každopádně se opět potvrdilo (viz podkapitola 1.3.4), že senioři jsou aktivními šířiteli spamu.

Tab. č. 23 – Subjektivní vnímání schopnosti rozeznat dezinformaci

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano, jednoznačně	6	0,143	0	0,000
spíše ano	22	0,524	33	0,550
nevím	14	0,333	20	0,333
spíše ne	0	0,000	7	0,117
ne	0	0,000	0	0,000

Opět **nebyly splněny podmínky pro užití testu dobré shody χ^2** pro kontingenční tabulku, a to ani v případě, že bychom využili vlastnost nominálních dat, tedy možnost sčítání. Toto však není rozhodující pro interpretaci výsledků. Bez ohledu na pohlaví jsou senioři přesvědčeni, že spíše dovedou rozpoznat dezinformaci, popř. „neví“. Seniorky jsou dle rozložení četností mírně skeptičtější. Víme, že realita je samozřejmě jiná. Výsledky této otázky můžeme považovat za nebezpečné, protože pokud jsou senioři přesvědčeni, že takové informace rozeznají, tak klesá jejich možné zapojení se do edukačních aktivit zaměřených na dané téma. Vyhodnotili by to jako zbytečné, protože „to přeci umí a znají.“

Tab. č. 24 – Názor seniorů na využívání internetu k manipulaci lidí

	Senioři		Seniorky	
	abs.	rel.	abs.	rel.
ano	17	0,405	11	0,183
spíše ano	22	0,524	13	0,217
nevím	3	0,071	32	0,533
spíše ne	0	0,000	0	0,000
ne	0	0,000	4	0,067

Opět **nebyly splněny podmínky pro užití testu dobré shody χ^2** pro kontingenční tabulku, a to ani v případě, že bychom využili vlastnost nominálních dat, tedy možnost sčítání. V tabulce vidíme jednoznačné rozdíly v kategorii „nevím“, kterou uvedla více než polovina senierek. Většina seniorů bez ohledu na pohlaví si uvědomuje, že prostředí internetu je využíváno k manipulaci lidí, což můžeme vnímat pozitivně. V kontextu s předchozí otázkou také jako ohrožení. Vědí, že se pohybují v prostoru, kde k manipulaci dochází a jsou přesvědčeni o tom, že jich se to v podstatě netýká.

7 Diskuze výsledků výzkumného šetření

Již výzkumná zpráva výzkumu „Starci na netu“ který provedly v roce 2017 společnosti Seznam.cz a Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci poukázal na fakt, že neaktivnějšími šířiteli e-mailového spamu (pravdivého i nepravdivého), jsou senioři ve věku 65+ a s přibývajícím věkem uživatelé šíří spam podstatně více než uživatelé mladší. Spamy obsahují pravdivé zprávy, ale také hoaxy a dezinformace. Senioři také nejvíce používají online inzerci k seznamování s protějškem. Mladší lidé naopak preferují seznámení přes sociální sítě (E-Bezpečí, 2018).

Výsledky realizovaného výzkumného šetření lze z důvodu nepravděpodobnostního výběru vztahovat jen na daný výzkumný soubor. Autorka již v předchozích pasážích textu uvedla skutečnosti, které limitují interpretaci výsledků. Hlavní limitem je relativně nízký věk dotazovaných seniorů, i když významně vyšší věkový průměr by zcela jistě zapříčinil komplexní proměnu obsahu vlastního dotazníku, jinou formu distribuce apod.

Přes všechny limity, které existují, získala autorka zajímavé informace, které v komparaci s jinými výzkumy potvrzují totožné závěry.

Burešová (2015) se zaměřovala na bezpečné chování a zjistila nedostatky v daném typu chování seniorů na počítači, resp. v online prostoru. I když se autorka této diplomové práce zaměřila v jedné části empirického výzkumu „jen“ na „znalost“ rizik, která nemusí znamenat, že se vybrané riziko snaží senioři (či jej umí) eliminovat, tak přibližně polovina respondentů uváděla konkrétní rizika. V případě Burešové (2015) kolísala schopnost seniorů bránit se vybraným hrozbám v online prostředí od 36,7 % po 76,7 %. Autorka diplomové práce se ovšem domnívá, že i tato čísla byla výrazně ovlivněna výběrem respondentů. Porovnáme-li hodnoty uvedené v tab. č. 14 s výzkumem citované autorky, tak docházíme k závěru, že Burešová (2015) dosáhla relativně optimistických hodnot ve vztahu k této diplomové práci. Lze se však shodnout, že znalost rizik je nedostatečná, navíc znalost neodráží schopnost se daným rizikům aktivně bránit.

Bačkovská (2017) zaměřila svůj výzkum více obecněji na komunikační a informační technologie. Jedno z jejích zjištění bylo, že senioři používají mobilní telefon k „standardním“ a „původním“ činnostem – telefonování, psaní SMS. Její závěr byl zcela jistě ovlivněn tím, že naprostá většina dotazovaných seniorů používala tzv. tlačítkový telefon.

V případě výzkumu v této diplomové práci bylo mj. zjištěno, že i když senioři používají tzv. chytré dotykové telefony ve větší míře, tak ke komunikaci využívají nejčastěji běžné volání a psaní SMS zpráv. I když se objevovaly i programy umožňující videohovory, tak dominovaly tradiční způsoby komunikace skrze chytrý telefon. V souladu s Bačkovskou (2017) se autorka shoduje, že se senioři připravují o významně sociálnějším způsob komunikace.

Uvedený výsledek může být ovlivněn několika faktory:

- senioři preferují osobní komunikaci,
- nechtějí volit jiné způsoby komunikace (různé příčiny – strach z nového apod.),
- bojí se nových způsobů komunikace,
- „druhá strana“ nechce jiné způsoby komunikace,
- ztížené ovládání,
- aj.

Z hlediska reprezentativnosti vzorku měl nejvyšší výpovědní hodnotu výzkum – Starci na netu (2018). Uvedený výzkum i výzkum autorky potvrdil, že významná část seniorů se v online prostředí začala „pohybovat“ sama, z vlastního zájmu. Odlišnost lze spatřovat v tom, kdo seniory (kteří se o „internet“ nezajímali sami) přivedl do online světa. Ve výzkumu Starci na netu (2018) se jednalo významně o osoby starší 55 let. Ve výzkumu autorky se toto nepotvrdilo. Jednalo se o děti seniorů či jejich vnoučata. Další závěry jsou však v podstatě shodné – šíření spamu, využívání e-mailu jako dominantní činnosti na internetu apod.

Výzkum Starci na netu (2018) významně apeluje na prevenci rizikového chování seniorů v online prostředí.

Nastavení bezpečných hesel, celkové zabezpečení počítače, prevence phishingu apod. jsou oblasti, ve kterých je možnost preventivního působení relativně jednoduchá, protože si senioři taková rizika uvědomují, znají je. V případě neznalosti jim tato oblast přijde „zajímavá“, a to i třeba z důvodu, že v současné době již je prakticky nezbytné mít internetové bankovníctví.

Za mnohem obtížněji realizovatelné preventivní působení spatřuje autorka v oblasti dezinformací, hoaxů aj. Jako výchozí pro toto tvrzení považuje výsledky uvedené v tab. č. 20. Pokud se senioři sami považují za spíše kompetentní takové zprávy rozpoznat, nemají zpravidla potřebu se v dané oblasti vzdělávat. Toto obecně platí i pro jiné oblasti primární prevence. Jejich uváděná rizika lze označit jako rizika „hmatatelná“, jednoznačně rozpoznatelná s jasnými

následky. Na rozdíl od rizik měnící chování, názory, postoje, které však mohou mít významnější celospolečenský dopad. Uvedené zjištění vyplývající z výzkumu autorky, považuje sama autorka za naprosto ultimativní.

Celkově dosažené výsledky nebyly zásadním způsobem překvapující, jelikož byl dotazník distribuován online, tak bylo logicky předpokladatelné, že se dotazovaní pohybují v online prostoru. I přesto, že se některé hypotézy nepotvrdily. Část dotazníku se věnovala i prostředí televizního vysílání, tak za dominantnější lze považovat část věnující se online prostředí. To, že autorku výsledky výzkumu významně nepřekvapily, souvisí i s tím, že se podstatná část výsledků shodovala s jinými realizovanými výzkumy na lokální či národní bázi.

Závěr

Autorka si v teoretické části stanovila dílčí cíle, které naplňovaly cíl hlavní. Teoretická část měla především kompilační charakter, kterému odpovídaly i ony stanovené cíle, a především struktura textu. Na základě evaluace jednotlivých kapitol a podkapitol teoretické části i formulovaných cílů, si autorka dovoluje tvrdit, že dané cíle byly naplněny. Teoretický přínos diplomové práce lze spatřovat v některých propojeních cílové skupiny a oblasti médií, které standardně v literatuře nenacházíme. Zajímavou a „novou“ informací je v rámci prevence uvedení termínu anti-volný čas, který se v českém prostředí vyskytuje prakticky jen u autora Janiše ml. (2020), a který můžeme považovat za rizikový ve vztahu k médiím v širším kontextu. Teoretická část tvoří ucelené spektrum informací přímo se vztahující k předmětné problematice.

K empirické části diplomové práce si autorka opět formulovala dílčí cíle, které měly naplňovat hlavní cíl diplomové práce a doplnit tak cíle části teoretické. I když se cíle dle autorky podařilo naplnit, tak omezení, která vyplývala z pandemické situace nedovolila využít další výzkumné techniky, které by přinesly detailnější výsledky a přehled o dané tematické oblasti. Empirická část a analýza dat, tak přinesla i další náměty pro výzkum (viz níže). Za hlavní výsledek empirické části práce považuje autorka přesvědčení seniorů, že dokáží rozpoznat „lživé“ zprávy, ale zároveň toto nechápou jako jedno z významných rizik. Stejně tak jako z jiných výzkumů vyplynulo (viz kapitola 1.3), že jsou seniori významnými „přeposílači“ spamu.

Právě z chování seniorů ve vztahu k dezinformacím apod. vyplynuly další náměty pro empirická šetření:

- pomocí focus group² představit seniorům vybrané hoaxy s tím, že by jim byly na počátku představeny jen jako zpráva (informace),
- analogicky s deepfake,
- obsahově analyzovat sledované seriály a tím určit případná rizika,
- obsahově analyzovat způsoby ověřování informací v online prostoru,
- zjistit konkrétní způsoby (zvyklosti, návyky) vyhledávání informací na internetu,

² Skupinový rozhovor

- podrobněji zjišťovat důvody nevyužívání některých funkcí chytrých telefonů, relativně jednoduchých na ovládání,
- obsahově analyzovat profily seniorů na sociálních sítích – sdílené informace apod.,
- u seniorů významně aktivních na sociálních sítích se zaměřit na sharenting³,
- aj.

Výčet možných námětů značí, že oblast mediální, ale i digitální gramotnosti seniorů si zaslouží častější, podrobnější zkoumání, a to s ohledem na celkové stárnutí populace. Realizovaný výzkum poskytuje určitý přehled o předmětné oblasti a jeho celkové výsledky lze použít jako vstupní data pro další realizované výzkumy, jejichž případné náměty jsou uvedeny výše.

Obecně výzkumy se skupinou seniorů přináší metodologická úskalí především při kontaktu s cílovou skupinou a tím i s výběrem výzkumného souboru. Zpravidla je nutné využít třetí osobu, která je pro seniory důvěryhodná, tedy pokud chceme kontaktovat i ty seniory, kteří se nikde nesdružují.

S postupným stárnutím populace bude dle autorky pravděpodobně oblast mediální gramotnosti seniorů častějším námětem nejen řady diplomových prací, ale i národních a mezinárodních výzkumných projektů.

Paul Nurse – nositel Nobelovy ceny za fyziologii nebo lékařství (ČT24, 2020) k tématu stárnutí populace a potřebě její digitalizace, neboli získání kompetencí v digitální gramotnosti vyjádřil myšlenku, se kterou autorka práce souhlasí, že je vhodné podpořit spolupráci mezi generacemi, propojit jejich zkušenosti, kterými se mohou navzájem v rozvoji konkrétních kompetencí obohatit. Jak již autorka uvádí v článku Finanční gramotnost a prevence ageismu (2019) senior a dítě se mají v čem vzájemně obohatit a bezesporu i mediální gramotnost je společné téma. Základem spolupráce napříč generacemi je komunikace. V nynějším moderním světě sociálních sítí, komunikačních platforem, které jsou seniorské populaci vzdálené, dochází ke stagnaci komunikace mezi generacemi a vytěsnění seniorské populace na okraj mimo tento online prostor. Jak vyplývá z výsledků výzkumného šetření, seniorská populace využívá ke komunikaci online prostor minimálně, protože preferuje osobní kontakt a využití technologií, které jsou jim dobře známé jako např. telefon. Neznalost nových komunikačních platforem

³ Nadměrné využívání sociálních sítí rodiči, kteří sdílejí obsah, který se týká jejich dětí (Kopecký, 2019). V případě seniorů se uvedené týká jejich vnoučat.

vytváří bariéru mezi generacemi vlivem upřednostňování jiného způsobu komunikace. Propojením spolupráce mezi generacemi, edukací bezpečného používání sociálních sítí a obecně obsluhy počítače nebo chytrého telefonu, zvýšíme gramotnost seniorské populace, podpoříme schopnost vyhledávání dat v digitálních platformách, zvýšíme sociální kontakt a tedy i kvalitu života seniorské populace, která takto získá kontakt s optimismem, energií, nadšením, ochotou mladší generace a také vyšší motivaci delšího působení v ekonomicky aktivní sféře s možností uplatnění a využití širokých celoživotních znalostí, zkušeností, dovedností, které jsou pozitivním přínosem a cenným kapitálem uplatněným v oblasti lidských zdrojů s dopadem do celé ekonomiky. U mladší generace má spolupráce pozitivní dopad do afektivní postojové složky vlivem posilování společenských hodnot vázaných na všeobecnou úctu ke stáří, ocenění zkušeností seniorské populace vlivem celoživotní aktivity, vzdělávání, ale i ochoty dalšího sebevzdělávání v ekonomicky méně významném období důchodového věku, které takto představuje pozitivní vzor mladší generaci, předáním svých zkušeností, inspirací k výkonu, rozvoji kritického myšlení, využitím teoretických poznatků v praxi, podporou zvědavosti a individuálním přístupem.

Možnosti spolupráce v oblasti mediální gramotnosti již v praxi existují, jedná se o kurzy pro seniory, kdy jejich „učiteli“ jsou děti (Janiš ml., Skopalová, 2016). S rozvojem počítačové (ne)gramotnosti seniorů, i přirozeným způsobem, kdy seniorského věku budou či dosahují osoby, pro které je práce s informačními technologiemi přirozená, musí nastat i prostor pro edukaci v této oblasti, konkrétně v oblasti možných rizik. Pokud obecně hodnotíme mediální gramotnost jako velice nízkou, což dokazují níže uvedené citace a parafráze, tak edukace v dané oblasti by měla být komplexní, nikoliv selektivní dle věkových skupin.

Frechette (2006 in Konečný, 2011, s. 21) zdůrazňuje, že základní počítačová gramotnost získaná zvýšením technické dostupnosti internetu na školách má často podobu pasivního příjmu informací a vzdělávání musí rozvíjet ve větší míře schopnosti kritického zpracování těchto informací, protože nekritické zpracování může mít nadále za důsledek výrazné rizikové chování v online prostředí. Uživatelé internetu, a tedy i senioři by měli být vedeni ke kritickému zpracování obsahu online prostředí, které napomáhá ke správnému určení poměru výhod a rizik, které na internetu provází každou aktivitu.

Další důležitý fakt, je ukotvení práv v Listině základních práv a svobod, která každému umožňuje právo na vzdělání i rovný přístup k informacím, což v případě zveřejňování informací v elektronické podobě v online prostředí může být problém, který je nutné reflektovat v rychle se rozvíjející digitalizaci, převážně digitalizaci státní správy včetně služeb občanům,

ale také přesouvání běžných služeb do online prostředí. Tady vyvstává úkol společnosti jednak ukotvit vzdělávání seniorů v online prostředí a s ním související druhý úkol, související s prevencí, gramotností a plošným obeznámením s riziky online prostředí. (Zákon č. 2/1993 Sb).

Kopecný (2021) velmi výstižně uvádí: *„Mediální gramotnost je nesmírně důležitá a poslední rok nám jasně ukázal, jak zásadní může být její vliv na bezpečnost obyvatel a fungování celé společnosti. Je zcela zásadní, aby byl vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti věnován dostatečný prostor jak na základních, tak i středních či vysokých školách.“*

Propojení a společné mezigenerační vzdělávání by mohlo být tou správnou cestou, a to i s nepřímými benefity, kterými jsou prevence ageismu, tolerance, komunikace aj. Významným námětem zůstává motivace seniorů, jelikož sami uvádějí, že určitá rizika znají a nenechali by se „napálit“.

Publikační činnost autorky

JANIŠ, K. ml. a PROCHÁZKA ŠEBÖKOVÁ, I. (2019). Finanční gramotnost a prevence ageismu. *Prevence*. Roč. 16, č. 5, s. 7–9. ISSN 1214-8717.

Seznam použité literatury a zdrojů

AGARWAL, S., EL-GAALY, T., FARID, H. and LIM, S-N (2020). *Detecting Deep-Fake Videos Appearance and Behavior* [online]. 12th IEEE International Workshop on Information Forensics and Security. [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://farid.berkeley.edu/downloads/publications/wifs20.pdf>

AKTUÁLNĚ.CZ, (2019). *"První český terorista" dostal za pokácení stromů na koleje čtyři roky* [online]. Aktualně.cz [cit. 20. 03. 2021]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/senior-si-za-pokaceni-stromu-na-koleje-ma-odpykat-ctyri-roky/r~1fa8571817da11e9beedac1f6b220ee8/>

BAČKOVSKÁ, J. (2017). *Senioři a informační a komunikační technologie* [online]. Hradec Králové, Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové, Ústav sociální práce. Vedoucí práce: PaedDr. Karel Myška, Ph.D. [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/hp1eue?lang=en;info=1;isshlret=Senio%C5%99i%3Ba%3B;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DSENIO%C5%98I%20A%20INFORMA%C4%8CN%C3%8D%20A%20KOMUNIKA%C4%8CN%C3%8D%20TECHNOLOGIE%26start%3D1>

BARTOŠEK, J., DAŇKOVÁ, H. (2008). *Žurnalistika a škola. Příručka pro učitele mediální výchovy*. Frýdek-Místek: Ing. Václav Daněk. ISBN 978-80-254-3020-0.

BENTZEN, N. (2019). *Jak poznat, že jsou zprávy falešné* [online]. Evropský parlament [cit. 2021-04-13]. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_ATA\(2017\)599386](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_ATA(2017)599386)

BURDOVÁ, E., TRAXLER, J. (2016). *Senior v kyberprostoru* [online]. Praha: Středočeská kraj ve spolupráci s VISK. ISBN 978-80-905893-1-5. [cit. 2021-04-13]. Dostupné z: https://www.kpbi.cz/prilohy/145_senior_v_kyberprostoru_WEB.pdf

BUREŠOVÁ, M. (2015). *Bezpečí seniorů v internetovém prostoru* [online]. Praha, Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Husitská teologická fakulta. Vedoucí práce: MUDr. Jiřina Ondrušová, Ph.D. [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/66004?show=full>

BURTON, G. a JIRÁK, J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principál, ISBN 80-85947-67-6.

DOČEKAL, D., MÜLLER, J., HARRIS, A., HEGER, L. a kol. (2019). *Dítě v síti. Manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Praha: Mladá Fronta, ISBN 978-80-204-5145-3.

ČECH, T. (2015). Prevence. In: MIOVSKÝ, Michal, et al. *Výkladový slovník základních pojmů školské prevence rizikového chování II*. Praha: Klinika adiktologie 1. LF UK v Praze a VFN v Praze, s. 143–148. ISBN 978-80-7422-393-8.

Česká televize (2020). *O stárnutí populace* [online]. Hyde Park civilizace. Velká globální témata. [cit. 2021–03–21]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10441294653-hyde-park-civilizace/220411058090314/>

Česká televize (2021). *Výhra* [online]. Černé ovce. [cit. 2021–03–20]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097429889-cerne-ovce/221452801080215/>

Česká televize (2021). *Digitální propast* [online]. Černé ovce. [cit. 2021–04–28]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/1097429889-cerne-ovce/221452801080427/>

Český statistický úřad (2016). *Vzdělávání dospělých v České republice: výstupy z šetření Adult Education Survey 2016* [online]. [cit. 2018–09–20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/76208655/23005318k2.pdf/31710590-1ee5-4c63-8a49-4b46f5a20bf9?version=1.1>

Český statistický úřad (2020). *Informační společnost v číslech – 2020* [online]. [cit. 2020–10–25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/122362632/06100420c.pdf/01ab7bd8-1baa-4b8d-854d-81d000d0c953?version=1.2>
HRADIL, M., *Učitelku nařkli z obtěžování žáků. Svě jméno se rozhodla očistit u soudu*. [online]. Český statistický úřad [cit. 2020–08–29]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/krimi/clanek/>

Český statistický úřad (2019). *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2019. Jednotlivci v ČR používající internet* [online]. Český statistický úřad [cit. 2021–03–21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/122362692/2.pdf/f1b73ab6-e182-4a7e-b8d9-173d2686246a?version=1.1>

E15 (2020). *Fenomén deep fake ve falešném poselství královny Alžběty* [online]. E15.cz [cit. 2021–03–22]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/fenomen-deep-fake-ve-falesnem-poselstvi-kralovny-alzbety-vtipkuje-na-ucet-harryho-1376536>

E-Bezpečí (2015). *Rizika internetu pro seniory (e-shopy a aukce)* [online]. Olomouc: Projekt E-Bezpečí - Centrum prevence rizikové virtuální komunikace, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého V Olomouci. [cit. 2021–03–22]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/73-letak-rizika-internetu-pro-seniory-eshopy-a-aukce/file>

E-Bezpečí (2018). *Starci na netu. Pravdivé i nepravdivé zprávy emailem šíří nejvíce senioři* [online]. Olomouc: Projekt E-Bezpečí - Centrum prevence rizikové virtuální komunikace, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého V Olomouci. [cit. 2021–04–28]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/veda-a-vyzkum/starci-na-netu-vyzkum-2018>

Elpida o. p. s. (2021). *Mediální a digitální vzdělávání v menších městech a obcích skrze místní organizace a instituce* [online]. Praha: Elpida o. p. s. [cit. 2021–03–22] Dostupné z: <https://www.elpida.cz/medialniadigitalnivzdelavani>

Eurostat. (2020). *Používáte sociální sítě?* [online]. Praha: Evropský statistický úřad. [cit. 2021–04–28]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/product/-/asset_publisher/VWJkHuaYvLIN/content/EDN-20200630-2?inheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Feurostat%2Fweb%2Fproducts-eurostat-news%2Fproduct%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_VWJkHuaYvLIN%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1%26_101_INSTANCE_VWJkHuaYvLIN_struts_action%3D%252Fasset_publisher%252Fview

Evropský parlament – Zpravodajství (2020). *Co je umělá inteligence a jak ji využíváme?* [online]. Praha: Evropský parlament. [cit. 2021–04–28]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/society/20200827STO85804/umela-inteligence-definice-a-vyuziti>

Evropský parlament – Zpravodajství (2019). *Science-Media Hub má pomoci bojovat proti falešným zprávám* [online]. Praha: Evropský parlament. [cit. 2021–04–28]. Dostupné z:

<https://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/society/20200827STO85804/umela-intelligence-definice-a-vyuziti>

Finanční správa (2021). *Finanční správa opět varuje před podvodnými e-maily* [online]. Praha: Finanční správa. [cit. 2021–05–03]. Dostupné z:<https://www.financnisprava.cz/cs/financni-sprava/novinky/2021/fs-opet-varuje-pred-podvodnymi-e-maily-11470>

FISCHER, S. a ŠKODA, J. (2014). *Sociální patologie. Závažné sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5046-0.

FRYČ, J. a kol. (2020). *Strategie vzdělávací politiky České republiky do roku 2030*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. ISBN 978-80-87601-47-1.

GAVORA, P. (2010). *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido. ISBN 978-80-7315-185-0.

GREGOR, M., VEJVODOVÁ, P. a Zvol si info (2018). *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno: CPress. ISBN 978-80-264-1805-4.

HÁJEK, B., HOFBAUER, B., PÁVKOVÁ, J. (2011). *Pedagogické ovlivňování volného času: Trendy pedagogiky volného času*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0030-7.

HAŠKOVCOVÁ, H. (2013). *Sociální gerontologie aneb Senioři mezi námi*. Praha: Galén. ISBN 978-80-749-2058-5.

HATÁR, C. (2005). *Inštitucionálna edukatívna starostlivosť o seniorov v Slovenskej republike*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Pedagogická fakulta. ISBN 80-8050-821-6.

HELUS, Z. (2011). *Úvod do psychologie. Učebnice pro střední školy a bakalářská studia na VŠ*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3037-0.

HENDL, J. (2009). *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-482-3.

Hoax (2000). *Co je to hoax*. [online]. Josef Džubák & HOAX.cz [cit. 2021–03–07]. Dostupné z: <https://hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax>

- HOFERKOVÁ, S., KRAUS, B., BĚLÍK, V. (2017). *Sociální patologie a prevence pro studenty učitelských oborů*. Hradec Králové: Gaudeamus, Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta. ISBN 978-80-7435-686-5.
- HORNÝ, S. a kol. (2013). *Úvod do multimédií*. Praha: Oeconomica, Vysoká škola ekonomická v Praze. ISBN 978-80-245-1987-6.
- CHIRIBUCA, D. and TEODORESCU, A. (2020). *Digital leisure in later life: Facebook use among romanian senior citizens* [online]. *Revista de cercetare și intervenție socială*, vol. 69, s. 156–175. [cit. 2021–03–21]. Dostupné z: <https://doi.org/10.33788/rcis.69.10>
- CHRÁSKA, M. (2016). *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5326-3.
- JANIŠ, K. ml. (2020). Výhody polovolného času v kontextu přeměny v anti-volný čas u seniorů. *Lifelong Learning*, roč. 10, č. 1., s. 97–104. ISSN 1804-526X.
- JANIŠ, K. st., SKOPALOVÁ, J. a JANIŠ, K. ml. (2017). *Slovník vybraných pojmů k oblasti prevence rizikového chování*. Opava: FVP SU v Opavě. ISBN 978-80-7510-237-9.
- JANIŠ, K. ml. a SKOPALOVÁ, J. (2016). *Volný čas seniorů*. Praha: GRADA Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-5535-9.
- JANIŠ, K. ml. (2014). *Volný čas seniorů*. Olomouc. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Pedagogická fakulta. Vedoucí práce doc. PhDr. Jitka Skopalová, Ph.D.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. (2009). *Masová média*. Praha: Portál, s. r. o. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. (2007). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. r. o. ISBN 978-80-7367-287-4.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. (2007). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. r. o. ISBN 80-7178-697-7.
- JIRÁK, J., ŠŤASTNÁ, L. (2012). *K periodizaci vývoje mediální výchovy a mediálního vzdělávání v českém prostředí v evropském kontextu* [online]. Praha: Sborník Národního muzea v Praze. Řada C, Literární historie [cit. 2021–05–21]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/310600177_K_periodizaci_vyvoje_medialni_vycho

vy_a_medialniho_vzdelavani_v_ceskem_prostredi_v_evropskem_kontextu_On_Periods_of_the_Development_of_Czech_Media_Education_in_Czech_in_European_Context

KALVACH, Z. a kol. (2008). *Geriatric a gerontologie*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2490-4.

KONEČNÝ, Š. (2011). *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. Brno: Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií. Institut výzkumu dětí, mládeže a rodiny. ISBN 978-80-210-5488-2.

KOPECKÝ, K. (2019). Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? Možná i vy provozujete sharenting. *E-Bezpečí*, roč. 4, č. 1, s. 12-19. Olomouc: Univerzita Palackého. ISSN 2571-1679. [cit. 2021-05-14]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1405>

KOPECKÝ, K. a kol. (2015). *Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4861-9.

KOPECKÝ, K. (2021). *Mediální gramotnost je pro fungování současné společnosti zásadní. Kauza AstraZeneca nám opět ukazuje, že nestačí číst pouze titulky*. [online]. In: Projekt E-Bezpečí. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=2161>

KOPECKÝ, K., SZOTKOWSKI, R., KOŽÍŠEK, M., KASÁČKOVÁ, J. (2018). *Starci na netu. Výzkumná zpráva 2018* [online]. In: Projekt E-Bezpečí. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci a Seznam.cz, Centrum prevence rizikové virtuální komunikace. [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/102-starci-na-netu-2017-2018/file>

KOPECKÝ, K. (2016) *Romance Scams opět řadí – terčem jsou tradičně senioři* [online]. In: Projekt E-Bezpečí. Olomouc: Univerzita Palackého. [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1156>

KOPECKÝ, K. (2019). *Senioři jsou v online prostředí cílem podvodných reklam a dalších druhů online podvodů. Dezinformace jsou pouze jedním z celé řady rizik, kterým jsou senioři trvale vystaveni* [online]. In: Projekt E-Bezpečí. Olomouc: Univerzita Palackého. [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1487>

LINHART, J. a kol. (2007). *Slovník cizích slov*. Litvínov: Dialog, ISBN 80-7382-005-6.

LUPTON, E. a MILLER, J. A. (1999). *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*. London: Phaidon Press Ltd, ISBN 9780714838519.

iDnes.cz (2020). *Falešná Alžběta II. předvedla tanec, varovala před dezinformacemi* [online]. Zpravodajství. Zahraničí. [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/alzbeta-ii-kralovna-britanie-poslestvi-projev-falesne-video-dezinformace-digitalni-technologie-vanoc.A201228_104915_zahranicni_dtt

IC3 (2019). *Romance scams - Kybernetičtí útočníci využívají online seznamovací weby k provádění důvěryhodných - romantických podvodů k získávání peněz* [online]. Anchorage: Internet Crime Complaint Center. [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://www.ic3.gov/Media/Y2019/PSA190805>

Internet Mall, a. s. (2019-2020). *Webseriál: #martyisdead - Jak na Internet* [online]. In: MALL.TV. Internet Mall, a. s. [cit. 21-3-2021]. Dostupné z: <https://martyisdead.mall.tv/vyuka/>

McLuhan, M. (1991). *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon. ISBN 80-2070-296-2.

MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol. (2007). *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, s. r. o., ISBN 978-80-7367-315-4.

MITÁŠOVÁ, B. (2019). *Podvody na internetu jsou stále častější. Nestaňte se jejich obětí* [online]. Brno: Právo21 z. s., 7.2.2019. [cit. 2020-10-25]. ISSN 2570-8813. Dostupné z: <https://pravo21.online/pravo/podvody-na-internetu-jsou-stale-castejsi-nestante-se-jejich-obeti>

Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky (2013). *Národní strategie podporující pozitivní stárnutí pro období 2013 až 2017* [online]. [cit. 2020-12-02]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/files/clanky/13099/Teze_NS.pdf

Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky (2019). *Strategie přípravy na stárnutí společnosti pro období 2019 až 2025* [online]. [cit. 2021-05-09]. Dostupné z: http://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/08/Strategie-p%C5%99%C3%ADpravy-na-st%C3%A1rnut%C3%AD-spole%C4%8Dnosti-2019-2025-ma_ALBSBADJYUA2.pdf

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky (2020). *Priority Ministerstva průmyslu a obchodu* [online]. [cit. 2020-11-20]. Dostupné

z:<https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/ministerstvo/o-ministerstvu/priority/priority-ministerstva-prumyslu-a-obchodu--155326/#kapitola4>

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky (2020). *Tiskové zprávy* [online]. [cit. 2020–11–20]. Dostupné z: https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/ministr-huner-si-chce-posvitit-na-_smejdy_-v-energetice--237217/

Ministerstvo vnitra České republiky (2020). *Bezpečí pro seniory* [online]. [cit. 2020–12–17]. Dostupné z: <http://bezpeciproseniory.cz/o-projektu/>

Ministerstvo vnitra České republiky (2020). *Česko slaví Den bezpečnějšího internetu* [online]. [cit. 2020–12–17]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/cesko-slavi-den-bezpecnejsiho-internetu.aspx>

MLČOCH, M. (2002). Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč. Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR*, v. v. i., Roč. 85, č. 5, s. 235–243. ISSN 0027-8203.

Moudrá Sovička, z. s. (2021). *Digitální odysea od Nadace Vodafone* [online]. [cit. 2020–05–11]. Dostupné z: <https://www.moudrasovicka.cz/aktualni-nabidka-sluzeb/>

MUSIL, J. (2007). *Komunikace v informační společnosti*. Praha: Univerzita J. A. Komenského, ISBN 80-978-80-86723-39-6.

Nadační fond Livie a Václava Klausových (2019). *Senioři komunikují* [online]. [cit. 2020–05–11]. Dostupné z: <http://nadacnifondklausovych.cz/Seniori-komunikuji-1/>

Národní ústav pro kybernetickou a informační bezpečnost (2021). *Bezpečně v kyber – online kurz základů rizikového chování na internetu* [online]. [cit. 2020–12–17]. Dostupné z: <https://osveta.nukib.cz/course/view.php?id=98>

Národní ústav pro vzdělávání (2019). *Podpora rozvoje vzdělávání dospělých osob 50+ SENIOR* [online]. [cit. 2021–05–09]. Dostupné z: <https://univ.cz/dalsi-vzdelavani-skol/vzdelavani-dospelych>

NURSE, P. (2020) *Hyde Park civilizace – Globální témata: Stárnutí populace. iVysílání – Česká televize* [online]. In: Česká televize, 14. 3. 2020 [cit. 20-03-2021]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10441294653-hyde-park-civilizace/220411058090314/>

ORLOWSKI, J. (2020). *Sociální dilema (dokumentární film)* [online]. USA: Argent Pictures, Expoziční laboratoře. [cit. 2020-10-28]. Dostupné z: <https://www.netflix.com/search?q=the%20social%20dilema&jbv=81254224>

PAVLÍČEK, A. (2010). *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-802-4517-421.

PÁNEK, J. (2021). *Tolik nenávisti jsem ještě nezažila, rozplakala se u soudu politička* [online]. Praha: iDnes.cz, 17.3.2021 [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/hoax-nepravdivy-vyrok-sireni-facebook-zaloba-piratska-strana-soud.A210317_104406_domaci_iri

PETRUSEK, M., MAŘÍKOVÁ, H., VODÁKOVÁ, A. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum. 2 sv. ISBN 80-7184-311-3.

PILNÝ, I., KUČEROVÁ, T. (2014). *Manéž informačního věku. Kdo uvízl v síti internetu*. Brno: BizBooks, ISBN 978-80-265-0169-5.

POKORNÁ, J. a kol. (2017). *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer, ISBN 978-80-7552-625-0.

Policie České republiky (2020). *Zpravodajství 2020: Rizika na internetu v souvislosti s COVID-19*. [online] [cit. 2021-05-19]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/rizika-na-internetu-v-souvislosti-s-covid-19.aspx>

Policie České republiky (2021). *Zpravodajství: Kriminalita klesla o více než 16 procent!* [online] [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/kriminalita-klesla-o-vice-nez-16.aspx>

Policie České republiky (2021). *Statistické přehledy kriminality za rok 2021* [online]. [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/statisticke-prehledy-kriminality-za-rok-2021.aspx>

Policie České republiky (2021). *PREVENCE – Stalking* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/prevence-stalking.aspx>

Policie České republiky (2021). *KYBERKRIMINALITA* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/kyberkriminalita.aspx>

Policie České republiky (2021). *KYBERKRIMINALITA – Jednotlivé druhy kyberkriminality* [online]. [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/jednotlive-druhy-kyberkriminality.aspx>

Policie České republiky (2021). *Struktura kyberkriminality za rok 2016* [online]. [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/jednotlive-druhy-kyberkriminality.aspx>

PROCHÁZKA ŠEBÖKOVÁ, I. (2019). *Finanční gramotnost jako prevence zneužívání seniorů* [online]. Opava: Bakalářská práce. Slezská univerzita. Fakulta veřejných politik, Ústav pedagogických a psychologických věd. Vedoucí práce Mgr. Kamil Janiš, Ph.D. [cit. 2021–03–22]. Dostupné z: <https://is.slu.cz/thesis/>

Poslanecké sněmovna parlamentu České republiky. *Listina základních práv a svobod* [online]. [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

RAMONET, I. (2003). *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-1037-6.

RUBEŠ, J. (2021). *Jak fungují podvody na Barrandově v televizních hrách*. Kluci z Prahy [online]. YouTube: Rubeš Janek, 11. 4. 2021. [cit. 2020–05–20]. Dostupné z: https://youtu.be/7eNKd9GX_S0

ŘÍČAN, P. (2006). *Cesta životem: vývojová psychologie*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-124-7.

Sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů ze dne 20. prosince 2007 (2007). *Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí* [online]. KOM/2007/833 [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0833&rid=7>

SMEJKAL, V. (2018). *Kybernetická kriminalita*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., ISBN 978-80-7380-720-7.

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání (2007). [online]. [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0027:0045:CS:PDF>

Social network Definition from PC Magazine Encyclopedia. Technology Product Reviews, News (1996-2015) [online]. Prices & Downloads. PCMag.com | PC Magazine. [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/55313/social-network>

SOCHOROVÁ, D. (2016). *Mediální výchova: reflexe učitelů českého jazyka a literatury*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-8523-7.

STUART-HAMILTON, I. (1999). *Psychologie stárnutí*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-274-2.

SVOBODA HOFERKOVÁ, S. a BĚLÍK, V. (2019). *Rodina v prevenci rizikového chování žáků*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-768-8.

SZOTKOWSKI, R., KOPECKÝ, K., KREJČÍ, V. (2013). *Nebezpečí internetové komunikace IV*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Centrum prevence rizikové virtuální komunikace. ISBN 978-80-244-3911-2.

SUPASORN SUWAJANAKORN, S. M. S. a KEMELMACHER-SHLIZERMAN, I. (2017). *Syntéza Obama – strojové učení synchronizace zvuku ze rtů* [online]. Washington: University of Washington. [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: http://grail.cs.washington.edu/projects/AudioToObama/siggraph17_obama.pdf

ŠÁMAL, P. a kol. (2012). *Trestní zákoník*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-428-5.

ŠMAHEL, D. (2003). *Psychologie a internet*. Praha: TRITON s. r. o. ISBN 80-7254-360-1.

URBAN, L., DUBSKÝ J., MURDZA, K. (2011). *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-3563-4.

Usnesení č. 2/1993 Sb. (1992). *Usnesení předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součásti ústavního pořádku České republiky* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1993-2?text=#hlava2>

VACULÍK, M., DUŠKOVÁ, M. (2002). *Psychologické aspekty on-line komunikace prostřednictvím internetu na tzv. chatech*. Československá psychologie, č. 1, s. 55-63. [cit. 20-03-2021]. Dostupné z: <https://kramerius.lib.cas.cz/view/uuid:5e6cb233-420f-11e1-8339-001143e3f55c?page=uuid:5e6cb26a-420f-11e1-8339-001143e3f55c>

VÁGNEROVÁ, M. (2007). *Vývojová psychologie II*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1318-5.

VÁGNEROVÁ, M. (2014). *Současná psychopatologie pro pomáhající profese*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0696-5.

VAŠUTOVÁ, M. (2020). *Biodromální psychologie pro pomáhající profese. Dospělost, stárnutí, stáří*. Ostrava: Repronis, s. r. o. ISBN 978-80-7329-460-1.

VÍTOVÁ, B. a ETLÍKOVÁ, M. (2017). *Nekalé obchodní praktiky*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-867-4.

VIDOVIČOVÁ, L. (2020). *Mýty kolem stárnutí brání efektivním zásahům* [online]. [cit. 2021–02–28]. Dostupné z: <https://www.em.muni.cz/vite/12506-myty-kolem-starnuti-brani-efektivnim-zasahum>

VIDOVIČOVÁ, L., GALČANOVÁ, L., PETROVÁ KAFKOVÁ, M. a SÝKOROVÁ, D. (2013) *Stáří ve městě, město v životě seniorů*. Praha, Brno: Masarykova univerzita a Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN 978-80-210-6095-1.

VYBÍRAL, Z. (2000). *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, s. r. o. ISBN 80-7178-291-2.

Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 22.03., částka 33, s. 1026–1365. ISSN 1211-1244. Dostupné z: https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=89/2012&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy

Zákon č. 634/1992 Sb., O ochraně spotřebitele. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 31.12., částka 130, s. 3811–3816. ISSN 1211-1244. Dostupné z: https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=634/1992%20&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy

Zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 09.02., částka 11, s. 354–464. ISSN 1211-1244. Dostupné z: https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=40/2009&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy

Zákon č. 2/1993 Sb., Ústava České republiky. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 01.01., částka 1, s. 17–23. ISSN 1211-1244. Dostupné z: https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=2/1993&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy

ZIMMELOVÁ, P. (2006). *Ekonomické násilí na seniorech*. Brno: Asociace vzdělavatelů v sociální práci. Sociální práce, č. 2, s. 82–89. ISSN 1213-6204.

Seznam zkratek

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
ČS	Česká spořitelna
ČT	Česká televize
EAN	Syndrom zneužívaného, zanedbávaného a týraného seniora
ES	Evropská směrnice
EU	Evropská Unie
FBI	Federální úřad pro vyšetřování
IC3	Centrum pro stížnosti na internetovou kriminalitu
ICT	Informační a komunikační technologie
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MUD	interaktivní prostředí virtuálních fantasy světů (Multi User Dungeon)
MVČR	Ministerstvo vnitra České republiky
online	být připojený k internetu
o. p. s.	obecně prospěšná společnost
PČR	Policie České republiky
Syndrom CAN	Syndrom týraného, zneužívaného a zanedbávaného dítěte
TZ	Trestní zákoník
USA	Spojené státy americké
USD	americký dolar
z. s.	zapsaný spolek
web	internetové stránky

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Rizikové chování mezi normalitou a patologií

Obrázek č. 2: Schéma komunikace

Obrázek č. 3: Struktura kyberkriminality za rok 2016

Obrázek č. 4: Syntetizace vědců z Washingtonské univerzity (2017)

Obrázek č. 5: Podvodný e-mail s logem Finanční správy

Seznam tabulek

- Tabulka č. 1: Využití informačních a komunikačních technologií v domácnostech
- Tabulka č. 2: Seniors sledovaná média
- Tabulka č. 3: Sledované pořady v TV
- Tabulka č. 4: Preferované televizní stanice pro sledování zpravodajství
- Tabulka č. 5: Sledování veřejnoprávních soukromých televizních stanic
- Tabulka č. 6a – Využívání internetu
- Tabulka č. 6b: Očekávané četnosti k tabulce č. 5a
- Tabulka č. 7: Seznámení s prostředím internetu
- Tabulka č. 8: Pomoc při vyhledávání na internetu
- Tabulka č. 9: Založený profil na sociální síti
- Tabulka č. 10: Využívání sociálních sítí
- Tabulka č. 11: Sociální sítě se založeným profilem
- Tabulka č. 12: Důvod založení profilu na sociální síti
- Tabulka č. 13: Využívané komunikační nástroje
- Tabulka č. 14: Povědomí rizik online prostoru
- Tabulka č. 15: Zdroje informací o rizicích
- Tabulka č. 16: Dostatečná informovanost o rizicích v online prostoru
- Tabulka č. 17: Dostatečná informovanost o rizicích online prostoru (čtyřpolní tab.)
- Tabulka č. 18: Činnosti dětí na internetu pohledem seniorů a seniorek
- Tabulka č. 19: Návštěva zpravodajských webových stránek
- Tabulka č. 20: Ověření informace
- Tabulka č. 21: Informace od přátel prostřednictvím e-mailu
- Tabulka č. 22: Způsob práce s obdrženou zprávou
- Tabulka č. 23: Subjektivní vnímání schopnosti rozeznat dezinformaci
- Tabulka č. 24: Názor seniorů na využívání internetu k manipulaci lidí

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 1: Dotazník

Média a senioři

Dobrý den,

obracím se na Vás s prosbou o vyplnění dotazníku pro mou diplomovou práci na téma „Rizika online prostředí u seniorů“. Cílem tohoto dotazníku je zjistit znalosti, populace starší 65 let, o rizicích v online prostředí. U jednotlivých otázek vyberte vždy jednu zvolenou odpověď pokud není u konkrétní otázky uvedeno jinak (můžete zvolit více odpovědí).

Velmi děkuji za Vaši pomoc a ochotu dotazník vyplnit.

1. Které z vybraných technologií používáte? (můžete vybrat více odpovědí)

- televizi
- tablet
- chytrý telefon
- stolní PC/notebook

2. Jaké sledujete televizní pořady? (můžete vybrat více odpovědí)

- Seriály
- Zpravodajství
- Filmy
- Počasí
- Televizní soutěže
- Reality show (např. výměna manželek)
- Zábavné pořady
- Teleshopping
- Hudební pořady
- Reklamy
- Publicistické pořady (např. Reportéři ČT, 168 hodin, Černé ovce)
- Jiné

3. Na jaké televizní stanici nejvíce sledujete zprávy:

- ČT1
- ČT24
- Prima
- CNN Prima News
- Nova
- Barrandov
- Regionální televize
- Jiné

4. Jaký je Váš nejoblíbenější televizní pořad?

.....

5. K čemu využíváte internet? (můžete vybrat více odpovědí)

- komunikace s přáteli/rodinou
- vyhledávání zpravodajství
- vyhledávání konkrétních informací (recepty, návody ke kutilským činnostem, informace o historické události apod.)
- nakupování
- internetové bankovníctví
- vyhledání pomoci (linky pomoci pro seniory)
- jiné:.....

6. Kdo Vás seznámil a ukázal vám prostředí internetu:

- Zajímal/a se o to sám/sama, nikdo mi nepomáhal
- Kurz pro seniory
- Kamarád/kamarádka
- Moje děti
- Vnoučata
- Využívání internetu bylo samozřejmé v mé práci

7. Pomáhá Vám někdo při vyhledávání na internetu?

- Ano, pokaždé
- Ano, často
- Ano, zřídka
- Ne

8. Pokud používáte aktivně internet, máte založený profil na nějaké sociální síti?

- Ano a využívám jej
- Ano, ale prakticky jej nevyžívám
- Ne

9. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ano, uveďte prosím, jakou sociální síť (můžete vybrat více odpovědí):

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube

- LinkedIn
- Skype
- Snapchat
- TikTok
- Storki
- Twitch
- VKontakte

10. Co Vás vedlo k tomu, že jste si profil na sociální síti založili? (můžete vybrat více možností)

- Komunikace s přáteli
- Komunikace s rodinou
- Hodně se o tom mluví, tak mi to přišlo samozřejmé
- Hledání nových přátel
- Být v kontaktu s lidmi se stejnými zájmy (koníčky) jako mám já
- Zvědavost
- Vyhledávání informací
- Jiné:.....

11. Pokud komunikujete s přáteli/rodinou, jaké nástroje používáte? (můžete vybrat více možností)

- e-mail
- Skype (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Viber (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Whatsapp (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Messenger (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Facetime (program umožňující videohovor)
- Telegram (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Signal (program umožňující videohovor a psaní zpráv)
- Jiné

12. Znáte nějaká rizika, která souvisí s využíváním internetu?:

- Ano (vypište prosím jaká)
- Ne

13. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ano, uveďte prosím, od koho jste je získali (můžete vybrat více odpovědí):

- Záměrně jsem si je vyhledal/a v prostředí internetu.
- Záměrně jsem sledoval/a pořad v televizi, kde o tom mluvili.

- Náhodně jsem na ně „narazil/a“ při vyhledávání informací na internetu.
- Četl/a jsem o nich v denním tisku/časopise.
- Četl/a jsem o nich knihu.
- Sdělil/a mi je kamarád/ka.
- Sdělil/a mi je někdo z mých dětí/vnoučat.
- Sdělil/a mi je můj partner/ka.
- Dozvěděl/a jsem se je na kurzu pro seniory.

14. Myslíte si, že jsou vaše znalosti o rizicích dostatečné?

- Ano
- Spíše ano
- Nevím, nepřemýšlel jsem o tom
- Spíše ne
- Ne

15. Co si myslíte, že mladí lidé nejčastěji dělají na internetu?

.....

16. Pokud vyhledáváte zpravodajské informace na internetu, jaké konkrétní webové stránky nejčastěji navštěvujete? (Např. seznam.cz, aktualne.cz atd.)

.....

17. Pokud vás nějaká informace překvapí (zaskočí, šokuje), snažíte se ji ověřit z dalších zdrojů?

- Ano, vždy
- Ano, ale jen některé
- Ano, zeptám se kamaráda/ky
- Ano, zeptám se někoho z rodiny
- Ne

18. Jaká informace, kterou jste našel/našla na internetu, Vás v poslední době nejvíce překvapila? Stručně ji prosím popište. (Např. „zpráva o.....“)

.....

19. Dostáváte informace od svých přátel tak, že Vám danou informaci pošlou, např. e-mailem?

- Ano, pravidelně

- Občas
- Výjimečně
- Ne

20. Jak s takovou zprávou naložíte? (můžete vybrat více odpovědí)

- Přepošlu ji dál
- Kontaktuji odesílatele/ku a řekneme si o ní
- Jen si ji přečtu a dále o ní nepřemýšlím
- Přečtu si jí a snažím se dohledávat další informace
- Nečtu ji

21. Myslíte si, že dokážete rozeznat lživou informaci?

- ano, jednoznačně
- spíše ano
- nevím
- spíše ne
- ne

22. Myslíte si, že se prostředí internetu využívá k manipulaci s názory lidí?

- Ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Ne

23. Jste:

- Žena
- Muž

24. Jaký je váš věk:

.....

Anotace

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Bc. Izabela Janiš
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	PhDr. René Szotkowski, Ph.D.
Rok obhajoby:	2021

Název práce:	Rizika online prostředí u seniorů
Název v angličtině:	Risks of The Online Environment in Seniors
Anotace práce:	Diplomová práce je zaměřena na rizika online prostředí u seniorů. Teoretická část definuje stěžejní pojmy jako je rizikové chování, senior, mediální gramotnost a dále objasňuje online prostředí, vybraná rizika online prostředí, se kterými se senioři setkávají a jeho specifika. Praktická část vychází z teoretických poznatků, představuje výzkumné šetření, které bylo realizováno dotazníkovou metodou. Jeho cílem je zjistit nejčastější rizika chování u seniorů v online prostředí a jestli se senioři setkali s podvodným jednáním v kyberprostoru.
Klíčová slova:	senior, rizikové chování, online rizika, prevence, mediální gramotnost
Anotace v angličtině:	The diploma thesis is focused on the risks of the online environment in elder. The theoretical part defines fundamental concepts such as risk behavior, elder, media literacy and further explains online environment, selected risks of the online environment that elder they meet and its specifics. The practical part is based on the theoretical findings of thesis and presents a research which was realised by questionnaire method. Its aim is to find out the most common risks of behavior seniors in the online environment and whether if elder have encountered fraud in cyberspace.
Klíčová slova v angličtině:	elder, risk behavior, online risks, prevention, media literacy
Přílohy vázané v práci:	Příloha č. 1: Dotazník
Rozsah práce:	132 stran
Jazyk práce:	čeština