

POLICEJNÍ AKADEMIE ČESKÉ REPUBLIKY V PRAZE

Fakulta bezpečnostně právní

Katedra společenských věd

Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti

Bakalářská práce

Psychological means and methods of increasing disinformation resistance

Bachelor thesis

VEDOUCÍ PRÁCE

Doc. JUDr. Mgr. Joža Spurný, PhD.

AUTOR PRÁCE

Lukáš Nevečeřal

PRAHA

2025

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Praze, dne 10. března 2025

Lukáš Nevečeřal

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl upřímně poděkovat doc. JUDr. Mgr. Jožovi Spurnému, PhD. za vedení mé bakalářské práce, a především za mimořádnou trpělivost, vstřícnost a inspiraci.

Anotace

Tématem bakalářské práce jsou „Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti“. Práce je rozdělena na část teoretickou a empirickou. Teoretická část je věnována vysvětlením základních pojmů misinformace, dezinformace, propaganda a Fake news, jsou uvedeny konkrétní případy vztahující se k pojmům. Dále jsou definovány nástroje, pomocí kterých se dezinformace šíří a dopady na jednotlivce a společnost. Samotnou kapitolu tvoří metody zvyšování dezinformační odolnosti.

Praktická část je zaměřena na zjištění stavu mediální gramotnosti mladých lidí, jejich vztah k dezinformacím a nutnosti informace ověřovat z hlediska zdrojů. Průzkum je proveden formou dotazníkového šetření mezi studenty a rozhovorem se středoškolskými pedagogy.

Klíčová slova:

dezinformace, informace, misinformace, dezinformátor, gatekeeper, fake news, phishing, propaganda

Annotation:

The topic of the bachelor thesis is "Psychological means and methods of increasing disinformation resistance". The thesis is divided into theoretical and empirical parts. The theoretical part is devoted to explaining the basic concepts of misinformation, disinformation, propaganda and Fake news, specific cases related to the concepts are given. Furthermore, the tools through which misinformation is spread and the effects on individuals and society are defined. The chapter itself consists of methods for increasing disinformation resilience.

The practical part focuses on identifying the state of media literacy of young people, their relationship to misinformation and the need to verify information in terms of sources. The research is conducted in the form of a questionnaire survey among students and an interview with high school teachers.

Keywords:

disinformation, information, misinformation, misinformer, gatekeeper, fake news, phishing, propaganda

Obsah

Úvod.....	8
Teoretická část.....	10
1. Základní pojmy	10
1.1 Misinformace	10
1.2 Dezinformace	11
1.2.1 Příklady dezinformací v historii	16
1.2.2 Příklady dezinformací v současnosti.....	17
1.3 Propaganda.....	19
1.4 Fake News	21
2. Nástroje šíření dezinformací	24
2.1 Tištěná média	26
2.2 Rozhlas a televize	27
2.3 Sociální sítě	28
2.4 Digitální média-weby	28
2.5 Dezinformace vs. umělá inteligence	29
3. Kdo šíří dezinformace	31
4. Povědomí o aktuálních narativech, dosah na obyvatele	32
5. Důsledky dezinformací	33
6. Psychologické aspekty podléhání dezinformacím	34
6.1 Dva Systémy dle Khanemana	34
6.2 Myšlenkové asociace a priming.....	37
6.3 Emocionální framing.....	39
7. Metody zvyšování dezinformační odolnosti	41
7.1 Mediální gramotnost	41
7.2 Kritické myšlení	44
7.3 Ověřování informací	45
8. Boj s dezinformacemi	49
Empirická část.....	50
9. Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti .	50
9.1 Stanovení výzkumných cílů a výzkumných otázek	50
9.2 Hypotézy průzkumu	50
9.3 Metodologie výzkumného šetření	51

9.4	Charakteristika výzkumného vzorku	51
9.5	Vyhodnocení průzkumu a analýza dat.....	52
10.	Závěr	67
11.	Seznam použité literatury	69
12.	Seznam použitých zkratek	75
13.	Příloha práce	76

Úvod

Nejen u nás, ale i jinde ve světě, se každou chvíli může stát lidem spousta nejrůznějších událostí, které jim zasáhnou do života ať kladně či záporně. Pokud je účastníkem těchto událostí někdo, kdo na dané situaci nemá zásluhu, stává se pouhým svědkem události. Je potom na každém jedinci, jak se k této situaci postaví. Může ji zhodnotit a prezentovat tak, jak se ve skutečnosti stala. V tom případě podá informaci správně, ale fádně, a možná si ji nepřečte ani velké množství čtenářů, a brzy zapadne v zapomnění. Druhou možností je, že se bude snažit z této situace vytěžit co nejvíc. Hnacím motorem v celé této situaci může být zviditelnění. Pokud zprávu „trochu“ upraví, dá jí zajímavý titulek, čtenářů bude určitě víc. Vznikne tak dezinformace, šířící se jako lavina.

Naskytá se otázka, zda je možno dezinformacím zabránit, nebo je dokonce vymýtit. Je to problém nesmírně závažný a záleží, jak se k němu jedinec a celé společnost postaví. Je možné dezinformaci zcela zlikvidovat? Částečně pomáhá ověřování si každé závažné informace. Důležité je rovněž zjištění, jak spolehlivý je informátor. Úlohu hraje i to, kdo informaci přijímá.

V poslední době se odborníci i zúčastněná veřejnost dezinformacemi začínají zabývat. Už jen proto, že špatně, a hlavně nepravdivě podaná vysvětlení, ať už vyšetřovatelům, soudům, či veřejnosti, mohou způsobit řadu problémů. Zvláště jsou-li šířena s úmyslem některého z účastníků poškodit.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jak na jedince dezinformace působí, co v nich vyvolávají a zda jsou schopni působení dezinformací odolávat.

Budu se věnovat nejprve základním pojmům, nastíním problematiku týkající se dezinformací. Vysvětlím pojmy misinformace a dezinformace, nastíním čemu, případně komu mohou pozměněné nebo nepravdivé informace posloužit, popíšu, které indicie poukazují na skutečnost, že daná informace není právě v souladu se skutečností. Pokusím se rozepsat důvody, které vedou k pozměňování skutečností, zmínit důsledky, které mohou změněné informace vyvolat. Zohledním také pojem propaganda, což z mého pohledu je asi nejzávažnějším důvodem i důsledkem záměrné „práce“ s informacemi. Každý problém je však potřeba řešit. Proto se v teoretické části budu zabývat také psychologickým pohledem na

dezinformace, objasním, jak fungují v lidském mozku dva systémy, zodpovědné za chápání informací a jejich přijetí či nepřijetí jako pravdivých, vysvětlím, jak je možno využít v praxi emocionální framing.

V neposlední řadě se budu zabírat také tím, zda je možné v případě rozpoznání dezinformací s nimi bojovat, a pokusím se nastítnit také metody, jimiž je možné dezinformační odolnost zvyšovat.

Za šíření dezinformací je vždy odpovědný jedinec. Buď je šíří vědomě s cílem poškodit či ublížit nebo zcela nevědomě. V praktické části zjistím, jak se k dezinformacím staví vybraná část populace, a to studenti vysoké školy, ale také pedagogičtí pracovníci, kteří je připravují na život.

Teoretická část

1. Základní pojmy

1.1 Misinformace

Jedná se o nesprávnou, nepravdivou či zavádějící informaci, zjednodušeně chybu, která není šířena ani systematicky, ani úmyslně s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří ji přijímají. Samotný autor nebo šířitel informace je přesvědčen, že se jedná o správné a pravdivé konstatování skutečnosti. Ke vzniku takové informace typicky dochází chybnou interpretací dat a faktů, záměnou času, místa, projevuje se zavádějícím popiskem fotografie, případně nadpisem článku, nebo záměnou vysílaného obrazového materiálu, její vznik dokáže ovlivnit neznalost kontextu, či názorová zaujatost autora. Ačkoliv se v tomto případě setkáváme s chybou nezáměrně vzniklou, může mít misinformace negativní vliv na jednotlivce, skupinu lidí nebo společnost v situaci, že se taková informace vyskytla v souvislosti s kontroverzním tématem, které v aktuálním čase rezonuje ve společnosti, nebo dojde k jejímu rozšíření mezi velké množství lidí. Velmi často se misinformací dopouštějí novináři ve snaze co nejvíce zaujmout, a tím zvýšit čtenost svých článků. Například nadpisy svých článků se snaží vytvořit tak, aby krátkým textem podnítili zájem čtenářů, a při tomto procesu dochází k tzv. novinářské zkratce, která dokáže pozměnit podstatu uvedeného textu.

Příkladem misinformace je titulek „Babiš umí jen kňučet a strašit. A Nerudovou bych vzal na Hrad jako „účetní“, říká Petr Pavel“, který se objevil nad článkem v Hospodářských novinách a který je nepravdivý a zkreslil realitu. Hospodářské noviny později tento titulek upravily na „Babiš umí jen kňučet a strašit. A Nerudovou bych vzal na Hrad jako expertku na účetnictví, říká Petr Pavel“.¹

Můžeme také říci, že misinformace se mohou vyvíjet v čase v souvislosti s přibývajícím poznatkami k určitému tématu. Toto jsme mohli sledovat zcela nedávno v souvislosti s pandemií Covid-19, zpočátku naprosto neznámou

¹ KOPECKÝ, Kamil. *Kdo rozhoduje o tom, co je a co není dezinformace?* Online. E-bezpeci.cz. 2023. Dostupné z: https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/3149-kdo-rozhoduje-o-tom-co-je-a-co-neni-dezinformace-site-dezinformace_2112200500_pik-je-lez-dezinformace.html. [cit. 2024-09-30].

chorobou s rychlým mechanismem šíření, kdy docházelo od vládních představitelů, ale i lékařů a dalších osobností k vynášení soudů, informací, nebo často až konspiračních teorií. Ty byly v průběhu času upravovány s narůstajícím množstvím poznatků o samotné nemoci a věcech s ní souvisejících. Vzhledem k tomu, že se tedy u misinformace jedná o chybu nezáměrnou, následuje v mnoha případech její oprava, úprava, snaha o uvedení informací na pravou míru. „Typickým znakem misinformace je tedy oprava původní chybné informace po jejím zveřejnění.“²

1.2 Dezinformace

Dezinformace jako nástroj ovlivňování doprovází lidstvo od jeho kolébky v době antické dodnes. Ačkoliv neexistuje jednoznačná definice tohoto pojmu, můžeme říci, že zahrnuje celou řadu činností, jež jsou lidem vlastní a naprosto přirozené – lži, intriky, manipulace s pravdou, a které čas od času využívá ve větší či menší míře každý člověk, zájmové či politické uskupení, nebo stát. V mezinárodním měřítku jde o obecný název pro aktivity, které slouží k ovlivnění rozhodovacích procesů v cizích státech a které aktivně využívaly všechny strany bojující ve světových válkách.

V angličtině se pojem desinformation poprvé objevil v padesátých letech 20. století. Angličtina však není původním jazykem tohoto slova. Dnes jde o mezinárodně užívaný pojem, který pochází nejspíš z ruského pojmu дезинформация (dezinformacia). Nejranější zmínka pochází z roku 1923, kdy v rámci ruské tajné policie a zpravodajské služby Státní politická zpráva (GPU) vzniklo speciální oddělení s úkolem šířit dezinformace v rámci zpravodajských operací. V Sovětském svazu se jednalo o pečlivě trénovanou zpravodajskou disciplínu.

² *Misinformace*. Online. In: Wikipedia: the free encyclopedia. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Misinformace>. [cit. 2024-10-10].

Dezinformace tedy znamená šíření informací s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají za účelem způsobení škody, nebo získání politického, osobního či finančního prospěchu.

Pokud dochází k ovlivnění již existující informace, ve smyslu zpoždění či likvidace, mluvíme o dezinformaci pasivní. Dezinformace aktivní jsou takové, které jsou vytvářeny či záměrně pozměňovány.

Pokud s dezinformacemi máme bojovat, musíme je nejprve umět rozpoznat. Často využívaný je model dezinformačních principů tzv. „**FIRST**“, neboli PRVNÍ indikátory, jenž nalezneme v příručce RESIST. Jedná se o dílo spolupracujících autorů, zejména Jamese Pammenta, vedoucího Katedry strategické komunikace na univerzitě v Lundu a současně hlavního analytika Centra pro studium asymetrických hrozeb na švédské Univerzitě národní obrany. V jeho týmu na Lundské univerzitě působí Henrik Twetman, Alicia Fjällhed, Howard Nothhaft a Emma Rönngren. Pro adaptaci a využití příručky RESIST v českých podmínkách zajistilo její překlad se souhlasem autorů Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám Ministerstva vnitra. Původní originální příručka je k dohledání na webových stránkách <https://gcs.civilservice.gov.uk/>, kde v současné době je již k dispozici její aktualizovaná verze pod názvem RESIST 2, která reaguje na měnící se požadavky komunikačního prostředí, tedy nové techniky a přístupy k vytváření dezinformací, daleko širší okruh a větší zranitelnost zasažených osob. RESIST 2 reaguje na změny, které se ve společnosti udály v souvislosti s pandemií COVID-19, neboť v jejím průběhu došlo k masivnímu rozvoji komunikačních technologií a využívání sociálních sítí, které byly využívány k ochraně, informovanosti a propojení lidí. Nicméně tatáž technologie, která na jedné straně informuje a pomáhá, může na straně druhé pomáhat vytvářet a rozšiřovat dezinformace stále sofistikovanějším způsobem.

Těmi, výše uvedenými PRVNÍMI indikátory, které by měly upozornit na možnost, že daná zpráva je dezinformací, jsou:

„**Falešný obsah** – manipulování s obsahem, například padělané dokumenty nebo obrazové materiály upravené ve Photoshopu;

Identita – skrývání zdroje nebo udávání nepravdivého zdroje, například falešné účty na sociálních sítích;

Rétorika – využívání zaujatých nebo nepravdivých argumentů, například trollové provokující uživatele na diskuzním fóru;

Symbolika – zneužití komunikační hodnoty událostí, například u teroristických útoků;

Technologie – zneužívání technologické výhody, např. internetovní boti (počítačový program na bázi umělé inteligence – pozn. autora) automaticky pomáhající šíření zpráv.“³

Tyto techniky se v průběhu času vyvíjejí, zejména s tím, jak se objevují nové technologie.

Dezinformace lidstvo ovlivňují tím, že pomocí nepravdy pomáhají k dosažení určitého cíle. Subjekty, které je šíří, se nám snaží zabránit v informovaném a soudném rozhodování. Lžou, aby nás donutili jednat určitým způsobem. K tomu je vedou důvody:

Ekonomické – cílem je finanční zisk, využívají strachu a paniky lidí. Např. tzv. clickbaity pomáhají zajistit co nejvíce kliknutí, a to pomocí titulku, multimediálního obsahu nebo jiných signálů, které uživatele navedou k navštívení určité stránky. Dosažení tohoto cíle je založeno na lidské zvědavosti, titulek slibuje šokující odhalení, zázračné diety a přípravky s účinkem na zdraví, nebo pohádkové zisky, ale po prokliku se čtenář slibované informace nedozví. Nejčastěji se s clickbaity setkáváme na sociálních sítích nebo v bulvárním tisku. Stránky, na něž je čtenář přesměrován, pak mohou ukrývat malware nebo jiné formy sledovacího softwaru používaného ke kriminální činnosti. Hlavním účelem autorů je ale zvýšení sledovanosti a finanční přínos z reklamy, vylákání přístupových údajů do internetového bankovníctví, údajů k platebním kartám, poskytnutým

³ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *RESIST: příručka pro boj s dezinformacemi*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/ke-stazeni-resist-prirucka-pro-boj-s-dezinformacemi.aspx>. [cit. 2024-10-10], s.5.

souhlasem se zpracováním osobních údajů dochází ke shromažďování dat a jejich následnému prodeji marketingovým firmám.⁴

Protože můžu – cílem je provést něco obtížného nebo troufalého. Toto jednání vychází z „hackerské“ mentality, touhy to dokázat a „vytříť ostatním zrak“, a získat jejich uznání a respekt. Čím větší a zdánlivě nedosažitelnější cíl na počátku stojí, tím lépe. Doprovodným a současně velmi zajímavým jevem je potom např. nabourání se do kritických systémů, získání důvěrných materiálů, zneužití digitálních systémů nebo neetické využívání uživatelských dat k vlastním cílům.

Diskreditace – jde o negativní ovlivnění důvěryhodnosti, spolehlivosti a pověsti. Je namířena proti určité osobě nebo skupině lidí a za pomoci lží a upravených informací dochází k jejich poškozování. Zjevná oběť nemusí představovat hlavní cíl dezinformací, tím může být zranitelná skupina příjemců závislá na určitých službách. Je hojně využívána v politice. Její nezaměnitelné místo nalezneme zejména v předvolebních kampaních, kdy za pomoci diskreditace některého z politiků, nebo osob z jeho blízkého okruhu, dochází k ovlivňování volebních preferencí jednotlivých politických stran a hnutí.

Polarizace – proces rozštěpení společnosti odlišnými (protichůdnými) názory na dva opačné protipóly, který může probíhat samovolně, ale mnohem častěji k němu dochází cíleně, neboť je hojně využíván v rámci politických kampaní. Jeho podstatou je to, že šířitelé dezinformací využívají stávající diskuzi, do které infiltrují určitý podvodný obsah s cílem vyprovokovat reakci obou táborů a tím omezit prostor pro umírněný kompromis. Účel je politický nebo společenský. Následkem je poškození důvěryhodnosti, hádky místo konstruktivního dialogu, provokace s dopady na veřejné zdraví či podněcování násilí. Ze současnosti nebo nedávné minulosti je možno jako příklad uvést postoj k očkování nebo k migraci, k podpoře Ukrajiny v souvislosti s vojenským konfliktem, ale třeba i poukazování na věkové složení skupin obyvatelstva v průzkumech volebních preferencí a další.

⁴ DVOJKLIK. *5 důvodů, proč je clickbait nebezpečný: třetí důvod vám vyrazí dech*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.dvojklík.cz/saferkidsonline/5-duvodu-proc-je-clickbait-nebezpecny-treti-duvod-vam-vyrazi-dech/>. [cit. 2025-02-12].

Informační vlivové operace – jedná se o potenciálně škodlivou formu komunikace řízenou zahraničními státními činiteli nebo jejich zástupci, sloužící k podryvání národní prosperity a bezpečnosti. Nepřátelské státní či nestátní subjekty, které stojí za dezinformacemi, využívají existující slabiny ve společnosti a domácí prostředníky. Časté je poškozování pověsti státních institucí, účelem pak je vytvořit ovzduší nedůvěry mezi státem a jeho občany, a podporovat tak zájmy cizí moci na vlastním území. Aktéři cizích států důsledně mapují kontroverzní témata a potenciálně sporné otázky v dané společnosti, a svou činností přispívají k rozrušení stávajících struktur a k polarizaci společnosti. Informační vlivové operace mohou být využity jednotlivě, ale mohou se též stát součástí rozsáhlejších kampaní, kdy kromě běžných komunikačních nástrojů mohou být využity všechny možnosti, od diplomatických a ekonomických sankcí až po demonstraci vojenské síly.⁵

Informační vlivové operace si kladou za cíl vytváření a šíření strategických narativů směrem k cílovému publiku, přičemž strategické narativy je možno dělit na tři skupiny. Jsou to narativy pozitivní či konstruktivní, které o něčem tvrdí, že je to pravda, narativy negativní neboli destruktivní, které o něčem tvrdí, že je to lež a narativy nepřímé, které mají za účel odvést pozornost jinam. Cílovým publikem potom mohou být různé skupiny lidí, ať již skupiny sociodemografické, tedy vybrané podle věku, společenského postavení, vzdělání či bydliště, nebo skupiny psychografické, vybrané na základě jejich politického smýšlení, charakteru nebo vzorců chování, případně celá společnost.⁶

K možným následkům patří ovlivňování politiků v jejich rozhodování, rozvrat důvěry mezi vládou a občany.⁷

Ladislav Bittman ve své knize „Mezinárodní dezinformace, černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce“ uvádí, že dezinformace je jedním z nástrojů

⁵ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Boj proti informačním vlivovým aktivitám: Příručka pro komunikátory*. Online. 2019. Dostupné z: <https://mv.gov.cz/chh/clanek/boj-proti-informacnim-vlivovym-aktivitam-prirucka-pro-komunikatory.aspx>. [cit. 2025-02-12].

⁶ Tamtéž

⁷ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *RESIST: příručka pro boj s dezinformacemi*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/ke-stazeni-resist-prirucka-pro-boj-s-dezinformacemi.aspx>. [cit. 2024-10-10].

propagandy, tj. psychologické manipulace veřejnosti, zda jsou jejím iniciátorem komunisté, nacisté, nebo demokratické instituce. Technika moderní propagandy je natolik vyspělá, že většina lidí si ani neuvědomuje, že je manipulována.⁸

Česká legislativa pojem dezinformace nezná. Tudíž v českém trestním právu není definována skutková podstata trestného činu „dezinformace“. Tato jednání jsou trestná, pouze pokud by k nim došlo v rámci jednání, které by naplnilo např. § 181 Poškození cizích práv, § 184 Pomluva, § 357 Šíření poplašné zprávy, § 365 Schvalování trestného činu, § 364 Podněcování k trestnému činu apod.⁹

1.2.1 Příklady dezinformací v historii

Uvedené příklady pomáhají pochopit, jak dezinformace fungují a k jakému účelu slouží.

Operace Neptun – českoslovenští dezinformátoři v akci

Úspěšnou dezinformační kampaň měla na svědomí československá StB. Rok 1964, blížící se dvacetileté výročí konce druhé světové války a v Západním Německu promlčení nacistických zločinů. Cílem operace Neptun bylo promlčení posunout o další roky, připomenout německou nacistickou minulost a znejistit západní politiky. Dosaženo toho mělo být pomocí nacistických dokumentů nalezených na dně šumavského Černého jezera, které zapůjčilo sovětské KGB. Operace Neptun byla úspěšná. Promlčení bylo odloženo o pět let a organizace zaměřené na stíhání válečných zločinců dokumenty využily ke kompromitaci zahraničních politiků.

⁸ BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace: černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce. Archiv (Mladá fronta)*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 95.

⁹ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Trestněprávní úprava*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/dezinformacni-kampane-trestnepravni-uprava-trestnepravni-uprava.aspx>. [cit. 2024-09-30].

Operace INFEKTION – AIDS z amerických laboratoří k nám domů

Ve světě se šířily případy lidí nakažených virem HIV a nikdo si nedovedl vysvětlit, odkud nemoc pochází. V tu chvíli ucítili příležitost ruští špioni. Anonymní dopis zaslaný redakci indických prosovětských novin obviňoval z vytvoření nemoci americké ministerstvo obrany, které tak mělo učinit s cílem vyvinout nejsmrtonosnější biologickou zbraň. Šířily se informace o tom, že američtí vědci v Zairu „očkovali“ místní obyvatele virem AIDS a CIA rozdávala kondomy s AIDS. I tato operace skončila úspěchem, a to i přes to, že vědecké špičky Západu i Východu potvrdily, že virus AIDS je přírodního původu.

Operace TRUST

Cílem operace bylo identifikovat monarchisty a odpůrce bolševismu, a pokud byli v exilu, přilákat je do Sovětského svazu. Bylo toho dosaženo právě vytvořením organizace Trust. Ve které figurovali bolševičtí agenti a zároveň odpůrci režimu. Bolševici důkladně práci odpůrců monitorovali. I tato operace byla úspěšná, podařilo se zajmout např. britského tajného agenta, který byl brutálně vyslýchán a poté popraven.¹⁰

1.2.2 Příklady dezinformací v současnosti

Pět zánětů srdečního svalu po očkování u mladých hokejistů

Zpráva, která se šířila na sociální síti Facebook v roce 2021. Týkala se očkování proti koronaviru, kdy autorka upozorňovala na negativní účinky a vážné zdravotní problémy u juniorských hráčů šumperského hokejového

¹⁰ GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

klubu. Při konfrontaci autorka uvedla, že důvěřovala svému zdroji, který ovšem neměla ověřený.¹¹

Ruská raketa zabila v Charkově sedm českých důstojníků-dezinformace spojená s válkou na Ukrajině

Tvrzení, které se objevilo na českých sociálních sítích v dubnu 2024, se na pravdě nezakládalo. Vysílání ozbrojených sil mimo území České republiky podléhá souhlasu obou komor Parlamentu ČR. Bez souhlasu nemůže být žádný voják v zahraničí nasazen.¹²

Ukrajinská stopa v Klánovickém lese

Údajnou ukrajinskou stopu si vylhal dezinformátor Svobody v případě vraha z Klánovického lesa v Praze. Rozšířil falešnou výpověď neexistujícího policisty, podle nějž byla policistům totožnost vraha známa, ale nesměla se zveřejnit. Ve stejném příspěvku dezinformátor vylhal i slova neexistujícího psychologa, že vrah mohl být ovlivněn válečným konfliktem. Šlo o výmysl a policie jeho slova vyvrátila.¹³

Na festivalu Colours of Ostrava poplivali prezidenta Petra Pavla

Na Facebooku se rozšířil snímek obrazovky počítače údajného titulku, podle něhož návštěvníci festivalu Colours of Ostrava poplivali prezidenta Petra Pavla a jeho ženě sprostě nadávali. Snímek pocházel z webu Extra.cz, ale byl

¹¹ PIKA, Tomáš a ŠTORKÁN, Martin. *Na sítích se šíří další dezinformace: Pět zánětů srdečního svalu po očkování u mladých hokejistů*. Online. IRozhlas. 2021. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ockovani-zanet-srdecniho-svalu-hokejiste-socialni-site-dezinformace_2112200500_pik. [cit. 2024-09-30].

¹² KRUPKA, Jaroslav. *Sedm českých důstojníků zabitých raketou na Ukrajině? Nesmysl odporující realitě*. Online. Deník.cz. 2024. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/sedm-ceskych-dustojniku-zabitych-raketou-na-ukrajine-je-lez-dezinformace.html. [cit. 2024-09-30].

¹³ KRUPKA, Jaroslav. *Největší dezinformace roku 2023: Tyto absurdity letos lháři šířili na internetu*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/nejvetsi-dezinformace-roku-2023-lzi-covid-ukrajina-jidlo-smrt.html. [cit. 2024-09-30].

zfalšovaný. Skutečný snímek webu informoval o tom, že návštěva manželů Pavlových na festivalu vzbudila pozitivní reakce.¹⁴

Ukrajinci zabrali celý lázeňský dům

„Neváleční okupanti“ z Ukrajiny bydlí v lázeňském domě v Teplicích a české pohybově nemocné děti musí být v komplexu, který na ně není připravený, tvrdí manipulátor. Obchodní ředitelka společnosti Lázně Teplice v Čechách zprávu vyvrátila a říká: „Jeden lázeňský dům byl skutečně vyhrazen pro humanitární účely, české děti se však nikam stěhovat nemusely.“¹⁵

1.3 Propaganda

Pojem propaganda pochází z druhé poloviny 17. století, kdy vatikánská katolická církev ustanovila orgán „Sacra Congregatio de Propaganda Fide“ pro propagaci katolické víry a boje proti protestantismu. Ačkoliv původním záměrem bylo usměrňovat myšlení a názory obyvatel ve prospěch církve, začal být tento termín postupně rozšiřován na činnosti spojené s propagací politických myšlenek, a brzy získal hanlivý nádech. K jeho diskreditaci přispělo i to, že „komunistický a nacistický režim propagandu vysloveně adorovaly.“¹⁶ Je nepsaným pravidlem, že pokud „vládní či obchodní představitelé hovoří o vlastní činnosti, úzkostlivě se tomuto termínu vyhýbají a pejorativní nálepka propagandy se používá výhradně pro činnost protivníků, čímž se její obsah jakoby automaticky označuje za lživý a nepravdivý.“¹⁷

¹⁴ KRUPKA, Jaroslav. *Petra Pavla na Colours of Ostrava nepoplivali. Dezinformátoři zfalšovali titulek*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/petr-pavel-colours-of-ostrava.html. [cit. 2024-09-30].

¹⁵ BENEDA, Josef. *Ukrajinci zabrali celý lázeňský dům, lže dezinformátor. Teplice ale jen využily volné pokoje*. Online. IRozhlas. 2024. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravdy-domov/overovna-ukrajinci-zabrali-cely-lazensky-dum-lze-dezinformator-teplice-ale-jen_2407070500_job. [cit. 2024-10-10].

¹⁶ BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace: černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce. Archiv (Mladá fronta)*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 80.

¹⁷ Tamtéž

Propaganda tedy znamená cílené šíření myšlenek a informací neobjektivním nebo zavádějícím způsobem, za účelem prosazování nebo podpory politické kauzy nebo názoru. Pojem je nejčastěji spojován s politickým přesvědčováním a psychologickou válkou.¹⁸

Jedná se o formu komunikace, která se snaží ovlivnit myšlení a chování adresáta tak, aby vyhovovalo záměrům propagandisty. Pravda, kterou propagátor předkládá je lživá, a proto je na ni pohlíženo jako na něco negativního. Polská autorka Alina Wróbel charakterizuje propagandu jako manipulaci mocenských elit nebo politických skupin s velkými lidskými kolektivy.¹⁹

Podle britského historika českého původu Zbyňka Zemana se propaganda dělí podle zdroje a pravdivosti obsahu na tři kategorie:

- **Bílá propaganda** – využívá pravdivé a objektivní informace k ovlivnění veřejného mínění a mobilizaci obyvatelstva, k propagaci hnutí či aktivity, zdroj se nesnaží skrýt svou totožnost. Příkladem je např. kampaň nabádající občany k očkování, kampaň na snížení nehodovosti na silnicích, osvěta k zamezení šíření sexuálně přenosných chorob.
- **Černá propaganda** – protipól bílé propagandy. Jejím nástroji jsou polopravdy, ale i lži, klamy a podvody, věrohodně působící dezinformace, které mají pošpinit a oslabit protivníka, nebo oklamáním publika vyvolat strach a nejistotu. Působí skrytě, zdroje jsou falešné nebo zavádějící. Je využívána zpravodajskými službami, politickými spolky a teroristickými organizacemi. Hojně využívanými prostředky jsou například „padělky“ vládních dokumentů s kompromitujícím obsahem, šíření nepravdivých zpráv šeptandou, podsouvání falešných zpráv tisku přes agenty mezi novináři a veřejnými činiteli, publikování článků a knih pod cizím jménem, rozhlasové a televizní dezinformační

¹⁸ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Definice dezinformací a propagandy*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>. [cit. 2024-09-30].

¹⁹ WRÓBEL, Alina. *Výchova a manipulace: podstata manipulace, mechanismy a proces, vynucování a násilí, propaganda*. Pedagogika (Grada). Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2337-2.

poradenství a v posledních letech také rozšiřování falešných zpráv prostřednictvím počítačové mezinárodní sítě.“²⁰

Příkladem je kampaň, která vybízela k poslání volebního hlasu Hillary Clintonové prostřednictvím SMS zprávy nebo zpráva, že Hillary Clintonová adoptovala mimozemšťana. Z nedávné doby je možno uvést i dokument, který v nedělní Partii CNN Prima News v únoru 2024 předložil europoslanec Alexandr Vondra v souvislosti s chystanými protesty zemědělců. Jednalo se o dopis bývalého prezidenta Agrární komory Zdeňka Jandějska, v němž tento zemědělský podnikatel týden po vypuknutí války na Ukrajině nabízel Rusku své služby. Pravost dokumentu nebyla potvrzena.

- **Šedá propaganda** – kombinuje prvky bílé i černé propagandy. Na první pohled působí neutrálně, využívá argumenty založené na pravdivém základě a objektivně je prezentuje. Patří sem zkreslená statistická data, upravené výroční zprávy organizací, reklama na výrobky, které slibují fakty nepodložené účinky, žádosti nejrůznějších spolků o finanční příspěvek na dobročinné účely a další. Jde o nejtajemnější typ propagandy, neboť zdroj nemusí být zcela zřejmý a dohledatelný. K šíření se využívají neutrální média.²¹ Příkladem může být obsazení České republiky německými vojsky v roce 1938-1939, kdy Hitler utvrzoval svět v tom, že chrání německé občany žijící v českém pohraničí. Pravda však spočívala ve světovládných cílech Německa.

1.4 Fake News

Moderní sousloví fake news můžeme doslovně přeložit jako falešné zprávy neboli dezinformace. Cambridgeský slovník charakterizuje fake news jako „nepravdivé zprávy, které se zdají být pravými, jsou šířeny na internetu nebo pomocí jiných médií a jsou obvykle vytvořeny za účelem ovlivnění politických názorů nebo jako

²⁰ BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace: černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce. Archiv (Mladá fronta)*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 83.

²¹ GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

vtip“. Označuje tedy zprávy, založené na účelově zkreslených, upravených nebo zcela smyšlených informacích a polopravdách, jejichž účelem je ovlivnit a zmanipulovat příjemce. Ačkoliv se může zdát, že se fenomén fake news objevil poprvé až v roce 2016 v souvislosti s americkými prezidentskými volbami, jeho vznik se historicky datuje do období mnohem dřívějšího.

Za klíčovou osobnost pro rozvoj a šíření fake news je z dnešního pohledu možno považovat německého tiskaře a vynálezce Johannese Gutenberga, který někdy kolem roku 1440 přišel s převratnou technologií mechanického knihtisku. Tato technologie, která využívala jednotlivě sestavované litery místo původní, ze dřeva vyřezávané matrice, umožnila tisknout mnohem rychleji a ve velkém množství výtisků, a tím zásobovat informacemi mnohem větší množství lidí. V průběhu staletí byla technologie knihtisku vždy obohacena zakomponováním dobových výdobytků rozvoje vědy a techniky, takže z původních 25 stran za hodinu v době svého vzniku dospěl tisk až k 20 tisícům archů za hodinu v roce 1846. Nevýhodou šíření velkého objemu informací však historicky byla skutečnost, že nebylo možné si pravdivost vydávaných zpráv ověřit. Fake news zahrnuje články a příspěvky, které se v médiích objevují téměř každý den a k jejich masivnímu šíření dopomáhá internet a sociální sítě. Ačkoliv tyto zprávy ve většině případů neobsahují pro příjemce žádnou přímou výzvu k dalšímu šíření, působí jejich téměř explozivní obsah na psychiku takovým způsobem, že příjemce cítí potřebu podělit se o ně s co největším počtem dalších osob a naprosto přirozeně a spontánně je posílá dál. V souvislosti s Fake news mluvíme o tzv. žluté žurnalistice. Jde o zprávy s bulvárním charakterem, kdy hlavním tématem je život celebrit nebo skandály na veřejnosti. Zdánlivě se tváří jako zpravodajství, jsou ale postavené na lžích, výmyslech a zavádějících informacích. Zpozornět bychom měli, pokud titulek hlásá „šokující odhalení“, „tohle média před vámi tají“ nebo „šiřte dál“.

Dle webu Zvol.si.info „tendenci k šíření zavádějících nebo nepravdivých informací máme zakořeněnou hluboko v sobě. Podle Lewandowského et al. (2012) máme přirozenou tendenci věřit, že je něco pravdivé, když nad tím náš mozek nemusí moc přemýšlet. Proto pak vyhodnocujeme informace podle toho, jestli se shodují

s tím, co už víme. Anebo co si myslíme, že víme. A tak nás pouhé opakování něčeho, co už „víme“, často mylně přesvědčí, že je daná zpráva pravdivá.“²²

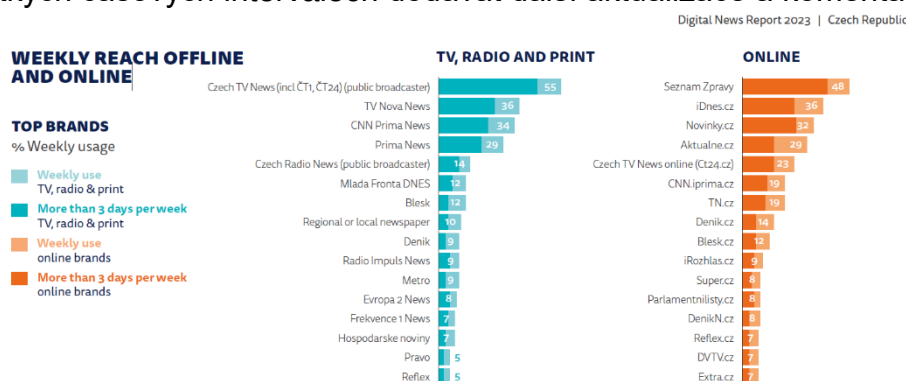
Fact-checking jako analytická činnost znamená prověřování faktických tvrzení, zabývá se analýzou pravdivosti informací vydávaných na veřejnost, odhaluje nepravdivá tvrzení, dezinformace a propagandu. Tato analytická činnost nemusí však být jen časově náročnou záležitostí profesionálů, ověření podaných informací by měl v podstatě být schopen zvládnout i laik. Pomocí v tomto procesu mohou být nejen fact-checkingové weby, při samostatném ověřování je možno využít tzv. C.R.A.P. test, který spočívá ve vyhodnocení dané informace ze čtyř základních úhlů, jimiž jsou: aktuálnost (*Currency*), spolehlivost (*Reliability*), autorita (*Autorithy*) a záměr (*Purpose*). Je-li součástí zprávy obrazová příloha, stává se nedílnou součástí fact-checkingu i ověření obrázků, fotografií či videa.

Příkladem Fake news nedávné minulosti je např. článek z roku 2017, který referoval o zázračné vakcíně, která údajně dokáže předcházet prvním projevům homosexuality, za předpokladu, že se s léčbou začne v raném věku „pacienta“. O vakcínu, která byla založena na výzkumu z roku 1959, projevíly zájem země jako Írán, Čína či Saudská Arábie. Podle zjištění fact-checkingového portálu snopes.com však jen dva týdny stará zpráva pocházela ze satirické webové stránky a její tvrzení se nezakládalo na pravdě. Analytikům portálu se nepodařilo dohledat institut v Novosibirsku, který měl být za objev zodpovědný, a smyšlená byla i jména lékařů figurujících v Ruském institutu pro lékařskou vědu. Miloš Gregor, Petra Vejvodová a „Zvol si info“ označují fake news jako nový pojem pro již známé dezinformace.

²² Zvol si info. Online. C2024. Dostupné z: <http://zvolsi.info/>. [cit. 2024-10-10].

2. Nástroje šíření dezinformací

Šíření dezinformací probíhá různými cestami. Významné místo zaujímají masová média, pro něž se vžil také zkrácený a mnohem více užívaný pojem „médiá“. Pojem médium je možno charakterizovat mnoha způsoby, zejména s ohledem na to, že vždy je potřeba vzít v úvahu jeho proměnlivost v čase a souvislost s aktuálním vývojem společnosti. Pod souhrnný název „médiá“ řadíme periodický tisk (především noviny a časopisy určené široké veřejnosti), rozhlasové a televizní vysílání, ale i stále častěji využívaná „veřejně dostupná sdělení na internetu, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počínů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (facebook).“²³ Jejich významným společným rysem je skutečnost, že jsou bez problémů dostupné neomezenému množství adresátů, kteří je ve velmi vysoké míře reálně přijímají, nabízejí obsah, který může být pro příjemce velmi dobře využitelný (jako zdroj informací, poučení, ale i zábavy), jsou vydávána průběžně (rozhlas, televize, internetová média) nebo periodicky (denní tisk) a jejich existence je závislá na poptávce odběratelů (z důvodů ekonomických nebo politických). Je tedy ve vlastním zájmu vydavatele, vyhovět požadavkům jeho zákazníků. Nespornou výhodou stále masivnějšího využití internetu k šíření informací je možnost pružně a rychle reagovat na aktuální vývoj událostí a v krátkých časových intervalech dodávat další aktualizace a komentáře.

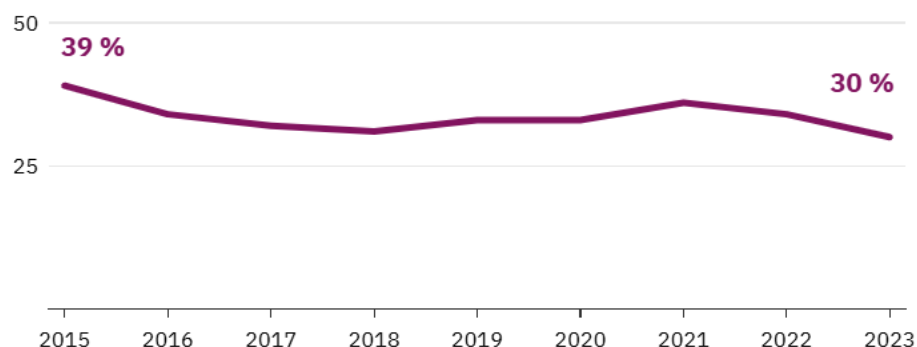


Obr. č.1: Porovnání využití offline a online zdrojů informací v % ²⁴

²³ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6, s. 21.

²⁴ Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C.T., Arguedas, A.R. & Nielsen, R.K. (2004). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Oxford: Reuters Institute, University of Oxford. Dostupné

Média ovlivňují chování, postoje a názory jedinců, ale i celé společnosti. Z výsledků zprávy oxfordského Reuters Institut Digital News Report 2023 však vyplývá, že během posledních let média ztrácejí na důvěře. V České republice je dokonce na rekordně nízké úrovni a zájem lidí stále klesá. Na poklesu se pravděpodobně odrazila krize životních nákladů, válka na Ukrajině, ale možná i kampaň před prezidentskými volbami v lednu 2023.²⁵



Obr. č. 2: Důvěra v média v letech 2015-2023

Pokles důvěry autoři průzkumu nezaznamenali pouze u nás, v České republice, ale i v celé Evropské unii nebo Spojených státech amerických.

Dnes převažují média digitální, což na jedné straně znamená pohodlnou, rychlou a všudypřítomnou dostupnost informací, paradoxně je však problém právě s množstvím těchto médií. Čím je jich více, tím méně jim věříme. Informace se k nám dostávají prostřednictvím sociálních sítí, internetových serverů (blogy, příspěvky) a elektronické komunikace (e-mail). Naše důvěra v přichodící informace je často ovlivněna i tím, od koho jsme danou informaci získali, a na základě vztahu k osobě „informátora“ se pak rozhodujeme, a často ve zlomku sekundy, aniž bychom kriticky posoudili obsahovou stránku, dané informace rozesíláme dalším našim kontaktům. Zcela přitom zapomínáme na skutečnost, že okruh tzv. „přátel“ na sociálních sítích se rozšiřuje pouhým kliknutím, tedy přijetím či odesláním

z: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10_lr.pdf. [cit. 2024-07-10].

²⁵ ROŽÁNEK, Filip. *Digital News Report: Důvěra v česká média je rekordně nízká*. Online. Lupa.cz. 2023. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/digital-news-report-duvera-v-ceska-media-je-rekordne-nizka/>. [cit. 2024-10-10].

žádosti o přátelství, aniž bychom věděli, kdo se za daným profilem skrývá. Důležitou roli hraje také komunikace s rodinou a přáteli.

Hlavní osobou, která rozhoduje o zveřejnění informací je editor, tzv. gatekeeper. Původ pojmu gatekeeper objasňoval sociální psycholog Kurt Lewin. V polovině 20. století se editory zabýval David White. Zamýšlel se nad otázkou v souvislosti s editory a výběrem zpráv. White zjistil, že editoři vybírají jen 10 % zpráv a vybírají zejména ty, které by se mohly líbit cílové skupině. Internet je v tomto mnohem svobodnější. Kdokoliv si může založit vlastní webovou stránku, zaregistrovat vlastní doménu, vyjádřit svůj názor. Role gatekeepera na internetu chybí.

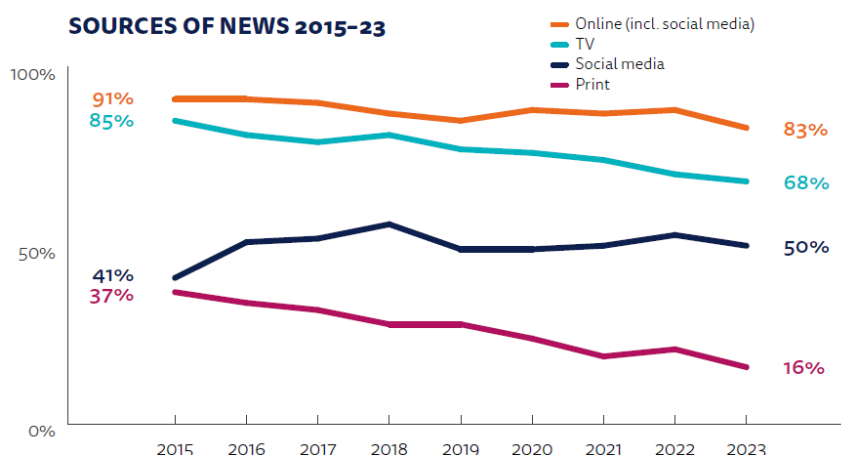
2.1 Tištěná média

Jedná se o periodické publikace (noviny, časopisy), ale i neperiodické publikace (knihy a příležitostní tiskoviny).

Dezinformačních médií v tištěné podobě v současné době ubývá, a to především z důvodu nákladnosti na výrobu. Jedná se např. o Haló noviny, deník, který byl nahrazen týdeníkem Naše pravda.²⁶

Jeden z grafů uvedených ve zprávě Digital News Report 2023 porovnává posun v preferencích českých občanů ve využití jednotlivých druhů médií jako informačních zdrojů v letech 2015–2023. Jednoznačně z něj vyplývá, že růstovou křivku si drží sociální média, naopak je zde možno vyzorovat strmý pád využití tisku, kdy procento lidí, kteří tisk využívají jako zdroj informací, je nejnižší od počátku průzkumu. Tady vidíme, že od roku 2015 se snížil jejich počet o více než polovinu.

²⁶ MEDIAGURU. *Haló noviny nahradil komunistický týdeník Naše pravda*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/04/halo-noviny-nahradil-komunisticky-tydenik-nase-pravda/>. [cit. 2025-02-12].



Obr. č.3: Pokles využití médií mezi lety 2015–2023 ²⁷

2.2 Rozhlas a televize

Internetovým rádiem je Svobodný vysílač, který šíří dezinformace, konspirace a ruskou propagandu. Iniciátorem a koordinátorem projektu je Pavel Hlávka. Svobodný vysílač je dostupný na youtube a lze jej také poslouchat pomocí mobilní aplikace Tunein.

Na youtube je dostupné také Svobodné rádio, za kterým stojí Vladimír Klapal. Televize jako zdroj informací je postupně zatlačována do pozadí jinými médii. Z výzkumu v roce 2022 vyplývá, že podstatná část populace k televiznímu zpravodajství nemá důvěru, což se týká zejména soukromých stanic. Ty společně se soukromými rádii označilo za věrohodný zdroj informací pouze 15 % Čechů.²⁸

²⁷ NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig T.; ARGUEDAS, Ammy Ross a NIELSEN, Rasmus Kleis. *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Online. In: Reuters Institute for the Study of Journalism. 2024. Dostupné z: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf. [cit. 2025-02-12].

²⁸ ČESKO V DATECH. *Dezinformace-České dezinformační weby loni publikovaly téměř 200 tisíc článků. Češi si však v jejich rozpoznávání stále dostatečně nevěří*. Online. Ceskovdatech.cz. 2022. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/176-dezinformace/>. [cit. 2024-09-30].

2.3 Sociální sítě

Život bez sociálních sítí si dnes už jen těžko dokážeme představit. Jedná se o platformy, které jsou nástrojem pro komunikaci, marketing a šíření informací včetně dezinformací takzvaně na jedno kliknutí. Většina z nás má na těchto platformách přátele, někteří i několik set. Pokud někdo z nich postuje nějakou informaci a další ji sdílí, může se stát, že i my, bez dlouhého přemýšlení, na tuto informaci klikneme a nevědomky tak přispějeme ke sdílení dezinformací. Podle jednoho výzkumu skoro 60 procent studentů užívajících sociální sítě nikdy nezkontrolují zdroje informací.²⁹ K nejznámějším sociálním sítím se řadí X (dříve Twitter), Instagram, Tiktok. Nejoblíbenější a nejrozšířenější sociální sítí pro šíření čehokoliv je Facebook. Je lehce dostupný, je zde možnost vytváření uzavřených skupin s vlastními pravidly, lidé sdílí každý den své osobní informace, fotky, komunikují s rodinou a přáteli. Jedná se tedy o přímo ideální platformu pro šíření dezinformací všeho druhu, jedinou podmínkou je nabalení skupiny stejně, nebo podobně smýšlejících jedinců.

2.4 Digitální média-weby

V České republice začal počet dezinformačních webů narůstat v roce 2014. Jejich seznam byl zveřejněn na webu Neovlivni.cz. Svůj seznam má i ministerstvo vnitra, avšak neveřejný. Aktuální seznam zpravodajských a publicistických webů, které jsou považovány za šířitele dezinformací vydal ve svém článku na Seznam Zprávy reportér Matěj Nejedlý v polovině října 2024. Weby jsou čím dál více propracovanější, snaží se působit profesionálně. Designem i obsahem se snaží imitovat seriózní média, prezentují se jako věrohodné zpravodajské weby. Pětice webů využívá číslovku 24 a snaží se tak

²⁹ ŠEBESTOVÁ, Alena. *Metody kritického myšlení při výuce na 1. stupni ZŠ*. Online, Diplomová práce, vedoucí doc. PaedDr. Hana Horká, CSc. Brno: Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta, 2006. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/qxbjm/>. [cit. 2024-07-04].

podobat zpravodajskému webu ČT 24. Jedná se například o dezinformační web CZ24 News. Za tři nejvlivnější kanály označil zmíněný článek Rádio Universum, Zákony Bohatství Lukáše Lukavce a Aby bylo jasno Jany Bobošíkové s ekonomkou a analytičkou Hanou Lipovskou. Z dalších je možno jmenovat Modrého jelena (Petr Bohuš) nebo Protiproud (Petr Hájek). „Obsah je radikálnější, velký vliv mají nové technologie, které umožňují masivnější šíření a snadnou výrobu obsahu například s pomocí AI. Mezi dezinfo média dnes můžeme řadit svým způsobem i trollí farmy, které i s pomocí tzv. botů zcela opanovaly diskuse na sociálních sítích. Pod řadou vyhocených diskusí už dnes máte velkou část příspěvků z falešných účtů neexistujících lidí,“ upozorňuje Ladislav Šticha, mluvčí BIS.³⁰

Pravdou je, že sociální sítě jsou svou přístupností a jednoduchostí prezentace svých, nebo převzatých, myšlenek velmi oblíbenou platformou pro šíření nejružnějších názorů nebo dezinformací.

2.5 Dezinformace vs. umělá inteligence

Umělá inteligence stále více nabírá na popularitě. Její základ tvoří nejružnější druhy textových a obrazových dat, které speciální software třídí, propojuje, vyhledává v nich, porovnává. Nepřemýšlí jako člověk, ale funguje na základě složitých matematických algoritmů. Pracuje 24 hodin denně, během chvilky vytvoří potřebný obsah dle zadání, odepíše na e-mail, vytvoří prezentaci, tabulku. Má celou řadu pozitivit, jde o významného pomocníka, který nám usnadňuje mnohdy každodenní práci. Asi nikdy nebude schopna plně nahradit člověka, umí mu ale ušetřit čas a energii, kterou může věnovat sobě a svým blízkým. Na druhé straně není umělá inteligence vždy dokonale natrénovaná, může chybovat a generovat nepravdivé informace. Rizika a problémy, které s sebou tato technologie nese,

³⁰ NEJEDLÝ, Matěj. *Dezinformační scéna přitvrzuje*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-kauzy-nejnovejsi-techniky-dezinformatoru-crowdfunding-penize-262243>. [cit. 2025-02-12].

nesmíme ignorovat, protože může být zneužita ke generování dezinformačního obsahu, a to v podobě textu, fotografie i videa.

Příkladem podvodů je zneužití deep fake videa známých osobností pro podvodné investiční reklamy, které slibují ohromný zisk za minimální investici. Jedná se o technologii, která umožňuje vytvářet falešný digitální obsah. Dokáže nahradit tváře a hlasovou stopáž v existujících videích, fotografiích a zvukových nahrávkách. Upravuje se řeč a mimika obličeje. Právě tyto deepfake videa se šíří hlavně prostřednictvím sociálních sítí.

Jak moc je investice skvělá a výhodná nás v upraveném videu přesvědčuje Andrej Babiš. Video je doplněno nejen obličejem samotného Andreje Babiše, ale také logem televizní stanice CNN Prima News. Už na úvodním snímku si lze všimnout patrných rozdílů. Logo sice odpovídá designu CNN Prima News, liště s nápisem ale chybí červený pruh dole a modrý proužek na levé straně. Liší se i font a velikost písma. Jde samozřejmě o podvod, při pozorném zkoumání by se našlo důkazů více.

Pravé není ani video, v němž nás přesvědčuje Andrej Babiš o výhodnosti investiční platformy, která „prý pro něj představuje nejlepší možnost pasivního příjmu.“³¹ V něm bylo pro změnu využito rozhovoru Andreje Babiše s moderátorem Lubomírem Veselým a za pomoci umělé inteligence byl změněn obsah vyřčeného. Při bližším prozkoumání uvedeného videa je možno vysledovat nesoulad mezi slovy a pohyby rtů nebo nepřírozenou mimiku Andreje Babiše. Jedná se o techniku zneužití známých osobností, kterým občané snadno uvěří, kdy pod příslibem vysokých zisků s malou námahou je jediným cílem vylákat z lidí jejich osobní údaje a následně je i obrat o peníze.³²

³¹ KRUPKA, Josef. *Sítěmi se šíří falešné video s Babišem. Jde o podvod za pomoci umělé inteligence*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/falesne-investice-deep-fake-andrej-babis.html. [cit. 2024-12-02].

³² DEMAGOG. *Babiš zneužit v dalším deepfake videu*. Online. 2023. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/babis-zneužit-v-dalsim-deepfake-videu>. [cit. 2025-02-13].

3. Kdo šíří dezinformace

Jedná se o různorodou skupinu osob. K šíření dezinformací se mohou uchýlit jedinci, soukromé společnosti, média, ale také např. političtí oponenti. Někteří šíří dezinformace jen občas, někteří pravidelně. Někdy se jedná o osoby chudší s nízkým příjmem, jindy o osoby finančně zajištěné. Někdy jde o osoby se základním vzděláním, jindy o osoby s vysokoškolským titulem. Agentura STEM s psychologem Nikolou Hořejšem ve své zprávě šířitele definuje jako jedince, kteří pravidelně sdílí obsah, který média podle nich záměrně zkreslují nebo zamlčují. Šířitelů je v populaci 5 %, 10 % si takové informace aktivně vyhledává, ale pravidelně je nešíří.³³

Šířitele lze rozdělit do dvou skupin. Ti, kteří informace příliš nezkoumají, sdílí vše zábavné a šokující se označují jako šířitelé spontánní. Do této skupiny řadíme jedince označené jako osamělé seniory. Snaží se být užiteční, chtějí druhým poradit, potřebují vyplnit svůj volný čas. Dále do této skupiny řadíme nezkušené juniory. Ti zase chtějí být v kontaktu se svými vrstevníky. Informace nestudují, většinou je jen přeposílají. Jsou taky lehce ovlivnitelní. Světáci jsou motivováni tím, že chtějí ukázat, že ještě nepatří do starého železa a že stále mají ve společnosti velký vliv. Expertní šířitelé mají vysokou zpravodajskou gramotnost a velký sklon ke konspiracím. Touží po uznání a pocitu výjimečnosti. Mluvíme o nich jako o všeznalcích, kteří chtějí ukázat, že mají větší přehled než jeho okolí. Záchranáři světa se orientují na jedno téma, např. zdraví a zdroje si neověřuje. Badatelé touží po uznání. Nejde jim o udržení sociálních kontaktů, ale o respekt.³⁴

³³ HOŘEJŠ, Nikola; UHROVÁ, Jitka; TRTÍKOVÁ VOJTKOVÁ, Michaela; JUNGWIRTH, Matěj a BUCHTÍK, Martin. *Šířitelé dezinformací*. Online. Stem.cz. 2020. Dostupné z: <https://www.stem.cz/siritele-dezinformaci/>. [cit. 2024-09-30].

³⁴ DRAGON, Radek. *Osamělý senior i záchránce světa. Výzkum STEM zjistil, kdo v Česku šíří dezinformace*. Online. Aktuálně.cz. 2020. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/osamely-senior-i-zachrance-sveta-vyzkum-stem-zjistil-kdo-v-c/r~91d3e732b56b11eab0f60cc47ab5f122/>. [cit. 2024-10-10].

4. Povědomí o aktuálních narativech, dosah na obyvatele

Dle výzkumu CEDMO Trends dezinformační narativy (příběhy), které v prvním čtvrtletí 2024 kolovaly Českem byly zaměřeny na domácí politiku. Výrazný dosah měla zpráva, že vládní koalice prosazují v Parlamentu České republiky korespondenční volbu, aby mohly v roce 2025 zmanipulovat sněmovní volby a prohlásit se za vítěze. Dosah této zprávy byl 38 % a důvěryhodnost 39 %.

V lednu 2024 zasáhla 17 % respondentů zpráva s tvrzením, že masová střelba na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy 21. prosince 2023 byla divadlo, za účelem zpřísnění zbraňové legislativy v České republice.

Dále se v České republice objevovaly nepravdivé narativy související s tím, že Ukrajinci dostávají na sociálních dávkách více než občané České republiky. Dosah této zprávy byl 31 % a důvěryhodnost 41 %.

Vůbec největší dosah ze všech zaznamenaných dezinformačních narativů byly informace vztahující se ke Green Dealu, a to k elektromobilům. Zprávě o tom, že jsou elektromobily nespolehlivé kvůli požárům baterií věřilo 58 % respondentů.³⁵

³⁵ CEDMO CENTRAL EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY. *Jaké jsou trendy ve vývoji dezinformačních narativů v Česku a na Slovensku za první čtvrtletí roku 2024?* Online. 2024. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/jake-jsou-trendy-ve-vyvoji-dezinformacnich-narativu-v-cesku-a-na-slovensku-za-prvni-ctvrtleti-roku-2024/>. [cit. 2025-02-12].

5. Důsledky dezinformací

Dezinformace a podlehnutí jim ovlivňují chování a jednání každého člověka. V zaměstnání mohou vést ke ztrátě důvěry mezi zaměstnanci a vedoucími pracovníky. Může dojít ke ztrátě motivace a tím ke snížení produktivity práce, snížení zisku a konkurenceschopnosti firmy na trhu práce. Nespokojenost v zaměstnání pak má vliv na osobní život, nabourává vztah mezi partnery a dalšími rodinnými příslušníky.

Řada dezinformací je spojena s lidským zdravím a může vést k poškození zdraví. Ať už se jedná o následky očkování v souvislosti s koronavirovou vlnou, nebezpečnost nošení roušek, dodržování bezpečnostních opatření nebo podvodné reklamy na výrobky, které zajistí vyléčení z rakoviny. Problémem je i rozdělení společnosti.

6. Psychologické aspekty podléhání dezinformacím

6.1 Dva Systémy dle Khanemana

Pročteme-li si namátkově diskuse pod články k aktuálním tématům, zůstaneme často nad některými komentáři v údivu. Jak je možné, že ti lidé věří zjevné dezinformaci, obohacují ji o vlastní myšlenky a šíří ji dále? Jak vlastně působí dezinformace na lidský mozek? Jak to celé funguje, že dezinformacím dokáže uvěřit prakticky kdokoliv? Na žádnou z těchto otázek v současnosti neexistuje jednoznačná odpověď, neboť reakce na jakoukoliv informaci, kterou náš mozek obdrží a zpracovává, je řízena složitými psychologickými procesy.

Racionální myšlení je pouhý mýtus, tvrdí ve své knize „Proč věříme dezinformacím?“ autoři Tomáš Kolomazník, Štefan Sarvaš a Zdeněk Rod a pokračují úvahou o tom, že „politické i ekonomické vědy si zakládají na tom, že lidé jsou schopni racionálně uvažovat. Kritické myšlení se spoléhá na schopnost člověka objektivně vyhodnotit informace, kterým je vystaven. Koncept racionálního člověka byl dlouho dominantní teorií, která se táhne historií myšlení již od Descarta.“ Tato myšlenka je založena na faktu, že klíčovým faktorem je „být vždy perfektně informovaný o všech aspektech rozhodnutí, která je potřeba udělat.“ Dále je potřeba zhodnotit všechny varianty, promyslet všechna pro a proti, a nenechat se při posuzování jednotlivých faktů a dat emočně ovlivnit. Koncept takto uvažujícího člověka byl však výrazně zpochybněn behaviorální ekonomickou disciplínou, která kombinuje aspekty ekonomie, sociologie, psychologie, kognitivní vědy a neurovědy. Ukázalo se totiž, že „lidé jsou mnohem složitější a jejich chování a rozhodování je mnohdy závislejší na emocionálních a intuitivních aspektech než na schopnosti racionálně zhodnotit všechna pro a proti“.³⁶

Akceptace toho, že naše rozhodnutí nejsou zcela racionální, se začaly objevovat již v 19. století, kdy se touto myšlenkou ve svém díle zabýval britský sociolog a filozof Herbert Spencer. Na úvahu o racionalitě rozhodování měl obrovský vliv

³⁶ KOLOMAZNÍK, Tomáš; SARVAŠ, Štefan a ROD, Zdeněk. *Proč věříme dezinformacím?: strategická komunikace jako možná cesta z bludného kruhu*. Praha: Kniha Zlin, 2024. ISBN 978-80-7662-651-5, s. 68.

pokrok v oblasti neurovědy, což přineslo v posledních dvaceti letech zásadní průlom v poznatcích o tom, jak lidský mozek funguje.

Ve 21. století dostalo Nobelovu cenu za ekonomii hned několik psychologů. Asi nejznámějším z nich je americký psycholog Daniel Kahneman, který ve své knize *Myšlení: rychlé a pomalé*, popisuje koncept dvou Systémů, které má každý jedinec v hlavě a které využívá k myšlení. Jinými slovy popisuje, jak fungují vědomé a podvědomé rozhodovací procesy.

Systém 1 funguje v podvědomí jako automatický systém, který pracuje intuitivně, neustále vyhodnocuje a zpracovává velké množství informací, dokáže na ně velmi rychle reagovat, a to s malým nebo žádným úsilím a bez pocitu úmyslné kontroly. Jedná o se například o zjištění, že jedna věc je vzdálenější než druhá či obrácení pozornosti na zdroj náhlého hluku. Dále ovládá dokončování jednoduchých vět, podvědomou mimiku, zaregistrování nepřátelského tónu v hlase druhé osoby. Odpovídá na otázky jednoduchých výpočtů, vyhodnocuje nápisy na billboardech, rozpoznává duševní pochody člověka dle jeho výrazu, ovládá řízení auta na prázdné silnici. Ke schopnostem Systému 1 patří vrozené dovednosti, které sdílíme s ostatními živými tvory. Jsou to dovednosti chápání světa kolem sebe, rozeznávání věcí, směřování pozornosti, vyhýbání se ztrátám. Další mentální aktivity se pak stávají rychlými a automatickými na základě asociace mezi myšlenkami nebo získanými dovednostmi, jako je čtení, psaní, porozumění kontextu nebo různým sociálním situacím. V některých situacích reaguje Systém 1 na základě znalosti jazyka a kulturních zvyků dané oblasti, v níž se daný jedinec narodil. V jiných situacích dokáže Systém 1 reagovat automaticky, rychle a přirozeně pomocí znalostí, uložených v paměti, k nimž dokáže bez vědomého úmyslu a bez úsilí přistupovat.

Na řízení pozornosti se podílejí oba systémy. Systém 1 mobilizuje cílenou pozornost k určitému podnětu, následně však je aktivován Systém 2, který rozhodne o tom, zda na uvedený podnět zaměří zvýšenou pozornost a bude se

tímto podnětem podrobněji zabývat, nebo cíleně pozornost odkloní a zaměří ji na jiný objekt.³⁷

Automatická činnost Systému 1 generuje překvapivě složité modely myšlenek, ale pouze pomalejší Systém 2 dokáže konstruovat myšlenky v uspořádané sérii kroků. Pro Systém 2 a veškeré jeho činnosti je charakteristická skutečnost, že vyžadují důkladnou pozornost a plné soustředění, a v případě, že je pozornost odvedena jinam, jsou činnosti ihned přerušeny.³⁸

Do činností Systému 2 patří například soustředění na hlas určité osoby v přeplněné hlučné místnosti, identifikace konkrétní osoby v nepřehledném davu, zaměření pozornosti na určitý jev, vyhodnocování vlastního chování v sociálních interakcích, řízení auta ve složitých dopravních situacích, porovnání dvou výrobků na základě všech dostupných parametrů. Dále sem patří řešení složitých logických problémů, nárazové vyplňování složitých formulářů a vyrovnání se s nečekanými náhle vzniklými situacemi.³⁹

Oba systémy fungují ve vzájemném propojení. „Systém 1 běží automaticky a pro Systém 2 generuje různé návrhy: dojmy, intuice, úmysly a pocity. Pokud Systém 2 tyto podněty schválí, pak se dojmy či intuice promění v názory, a úmysly či impulzy se promění v záměrnou aktivitu.“ V tomto stavu věcí běží Systém 2 v nenáročném režimu, kdy je využívána jen malá část jeho kapacity. Tento systém řízení se ovšem změní v situaci, kdy se Systém 1 dostane do potíží. V tom okamžiku je mobilizován Systém 2, aby se zapojil do řešení problému a nabídl podrobnější a konkrétnější zpracování dané situace. Naopak Systém 2 je vybaven schopností ovlivnit za určitých okolností činnosti Systému 1, a to tím způsobem že jeho automatické funkce pozornosti a paměti přeprogramuje.⁴⁰

Dělba práce mezi Systémem 1 a Systémem 2 je zaměřena na minimalizaci vydaného úsilí a maximalizaci výkonu vzhledem k tomu, že Systém 1 je pro většinu situací vybaven potřebnými znalostmi a dovednostmi. Přesto se však

³⁷ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

³⁸ Tamtéž

³⁹ Tamtéž

⁴⁰ Tamtéž

může dopouštět určitých chyb a zkreslení, ke kterým je za určitých okolností náchylný. Někdy se uchýlí k řešení jednoduššího problému než toho, který byl předložen k řešení, jindy si neporadí s otázkami z oblasti složitých logických nebo statistických úvah. Významným omezením Systému 1 je skutečnost, že ho nelze za žádných okolností zcela vypnout. Na podněty, které rozklíčuje jako známé, zareaguje automaticky, bez jakéhokoliv vyššího vlivu a bez přivolání Systému 2 ke kontrole dané činnosti.⁴¹

6.2 Myšlenkové asociace a priming

Překvapující mechanismus Systému 1 funguje tak, že při pouhém pohledu na dvě zdánlivě nesouvisející slova, zareaguje mysl automatickým propojením těchto slov do jednoduché věty a připojuje se i reakce těla. Na jednotlivé události, které v důsledku pozorování těchto slov nastaly, nebylo vynaloženo žádné mentální úsilí, ale vznikly v důsledku procesu, kterému říkáme aktivace asociací. Myšlenky, které byly vyvolány, spustily mnoho dalších vzájemně provázaných myšlenek, jež běžely v mozku. Jedná se o rychlý „samoposilující se model kognitivních, emočních a fyzických reakcí, které se odborně nazývají asociativně koherentní“.⁴²

Mechanismus asociace myšlenek je znám již léta, zabývali se jím v 17. a 18. století například britští filozofové. V díle *Zkoumání lidského rozumu* z roku 1748 byl skotským filozofem Davidem Humem zformulován výchozí bod pro pojetí asociace, a to: podobnost, časová a prostorová souměznost a kauzální spojení. Ačkoliv se pojetí asociace do dnešní doby změnilo, zůstávají základem stále výše uvedené body.

Tady nacházíme souvislost obou systémů s šířením dezinformací. Systém 1, který pracuje intuitivně, rychle a automaticky, a nevyhodnocuje informace do jejich podstaty je ten, který má tendenci snadno podlehnout dezinformacím. Povrchním pohledem přijaté informace předá Systému 2, který s nimi pracuje tak, jako by byly bezchybné. Proto je při šíření dezinformací cíleno na Systém 1, u něhož je reálný

⁴¹ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

⁴² Tamtéž s. 59.

předpoklad, že podsunutou dezinformaci nerozezná a nabídne ji Systému 2 ke zpracování a přijetí.

Na základě dlouholetých studií a snahy o pochopení fungování asociací psychologové v 80. letech objevili, že „když je jedinec vystaven určitému slovu, způsobí to okamžité a měřitelné změny v tom, s jakou snadností dokáže evokovat mnoho souvisejících slov“. Přeneseně do reálného života je možno u jedince vystaveného určitému podnětu ovlivnit jeho reakci na následný podnět, aniž by si to on sám uvědomoval. Tento jev se nazývá priming nebo také priming effect. Jedná se o psychologický jev, při němž dochází ke kognitivnímu zkreslení, tedy situaci, kdy podnět z dřívější doby ovlivní pozdější chování a myšlení jednotlivce. Tento mechanismus velmi často využívají dezinformátoři a šířitelé narativů, kdy za pomoci návodných slov nebo vizuálů si připraví živnou půdu pro očekávané přijetí jejích myšlenek.

Teorie kognitivní snadnosti říká, že pokud vše probíhá tak, jak má, není potřeba přesunovat pozornost nebo mobilizovat úsilí. Škála hodnocení kognitivní snadnosti se pohybuje od hodnoty „snadný“ po hodnotu „vyčerpávající“. Existuje-li však problém, který vyžaduje zvýšenou mobilizaci a aktivní zapojení Systému 2, dostává se jedinec do stavu kognitivního vypětí. Tedy informace vytištěná snadno čitelným písmem nebo podpořená primingem je zpracována naprosto plynule, s kognitivní snadností. Různé příčiny snadnosti nebo vypětí mají vzájemně zaměnitelné účinky. Ve stavu kognitivní snadnosti bývá jedinec velmi dobře naladěný, a naopak při dobré náladě má tendenci být poměrně bezstarostný a povrchní.⁴³

Z psychologických experimentů dále vyplývá, že při využití tištěného sdělení mají lidé tendenci upřednostňovat a označovat za pravdivý text, který je vytištěn barevně, v jasných barvách, na kvalitním papíru, výrazným písmem, jednoduchým jazykem, případně s rýmováním. Není to dáno tím, že by bylo možno lidi obecně považovat za hloupé nebo přespříliš důvěřivé. Jedná se o skutečnost, že pro

⁴³ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

Systém 2 je mnohem jednodušší podlehnout dojmům a povrchním návrhům Systému 1, než se snažit vypátrat samotné zdroje těchto dojmů.

6.3 Emocionální framing

Termín efekty framingu neboli efekty rámců používá Kahneman pro označení „případů neodůvodněného vlivu formulace na názory a preference“. ⁴⁴ Jedná se o způsob, jakým jsou informace prezentovány, aby ovlivnily, jak je vnímáme a následně interpretujeme. Tento termín nám říká, že výběr určitých slov, obrázků nebo kontextu při prezentaci informací, způsob, jak jsou posluchačům předávány, dokáže ovlivnit jejich úsudek, přijetí nebo nepřijetí předložených informací a následné rozhodování lidí.

Americký lingvista George Lakoff například začínal jednu ze svých přednášek slovy „Nemyslete na slona!“ Lakoff velmi dobře věděl, že ačkoliv by to nikoho v přednáškovém sále v tu chvíli ani nenapadlo, po vyslovení této jednoduché věty se účastníkům kurzu začnou v hlavách rojit myšlenky a obrazy, které jsou se slonem spojeny. Účelem tohoto cvičení bylo objasnit účastníkům přednášky podstatu procesu rámování (framingu). Proces rámování probíhá automaticky, a pro mozek je velmi těžké tomuto jevu odolat. ⁴⁵

„Z hlediska vědy lze rámování, vytváření rámců, pojímat mnoha různými způsoby. Pro Lakoffa jsou rámce mentálními strukturami, které mohou být v našem vědomí vyvolány pomocí slov.“ ⁴⁶ Framing je tedy z tohoto pohledu možné využít k ovlivňování vnímání a rozhodování lidí, záleží jen na tom, jakým způsobem je informace podána. Informace, zaobalená do kontextu „krizové situace“ je přijata s obavami, zatímco tatáž informace zaobalená do myšlenky „naděje na zlepšení“ je lidmi přijata s optimismem a dobrou náladou. Změna formulace/rámování může být nástrojem ke značnému posunu preferencí. Tento „efekt formulace

⁴⁴ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

⁴⁵ GOETHE INSTITUT ČESKO. *Proč myslíme na slona?* Online. 2019. Dostupné z: <https://www.goethe.de/ins/cz/cs/kul/the/ktx/21483237.html>. [cit. 2025-02-12].

⁴⁶ Tamtéž

dokumentovali McNeil, Pauker, Sox a Tversky (1982). Zjistili, že se preference lékařů a pacientů pro různé hypotetické léčby rakoviny plic značně odlišovaly podle toho, zda byly pravděpodobné výsledky terapií popsány ve smyslu úmrtnosti, nebo míry přežití.⁴⁷

Se znalostí působení framingu na lidskou mysl tedy souvisí i skutečnost, že v určitých případech „tržní nebo političtí aktéři ze strategických důvodů určité výrazy „přerámují“.⁴⁸

⁴⁷ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4, s. 480.

⁴⁸ Tamtéž

7. Metody zvyšování dezinformační odolnosti

7.1 Mediální gramotnost

Mediální gramotnost se stává nezbytnou dovedností současné digitální doby. Zahrnuje vědomosti, dovednosti, kompetence, hodnoty a postoje v oblasti mediální reality, prostupuje všemi sférami našeho života, zachycuje nejen schopnost jedince vyhledávat, analyzovat, kriticky vnímat a hodnotit obsah mediálních sdělení, ale také v přiměřené míře vytvářet vlastní mediální obsah. Většina informací, které vstřebáváme, je zprostředkována prostřednictvím médií. Je proto velmi důležité rozpoznat důvěryhodnost a kvalitu informací. Primárně by mediální gramotnost měla člověka naučit ověřovat si zdroje a fakta informací.

Mediální gramotnost je jednou z klíčových dovedností potřebných pro život. Je nutné posilovat schopnost analyzovat jednotlivá mediální sdělení, umět odlišit ta, která jsou založená na faktech, od těch manipulativních a lživých. Pedagogům na základních a středních školách k tomuto účelu slouží publikace s názvem *Dezinformační dezinfekce*.⁴⁹

Dle závěrů projektového výzkumu Katedry mediálních a kulturních studií a žurnalistiky Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a agentury STEM/MARK s názvem *Studie mediální gramotnosti populace ČR z roku 2021* se mediální gramotnost v české společnosti celkově zvyšuje. Vliv na to může mít dle výzkumníků i to, že současná mladá generace vyrůstá s novými médii, a také to, že širší paletu mediálních aktivit najdeme u generace nejstarší.

Část výzkumu s podnázvem *Mediální gramotnost osob mladších 15 let*, jehož se účastnily děti ve věku 5 až 14 let, v kapitole *Hlavní závěry* uvádí, že mediální technologie jsou nedílnou součástí každodenních životů dětí ve všech věkových skupinách. Všechny děti mají zkušenosti s televizorem, ale roste míra používání

⁴⁹ VALŮCH, Jaroslav; Michaela Ďurková; ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina a STRACHOTA, Karel. *Dezinformační dezinfekce*. Online. JSNS.CZ. Jeden svět na školách. 2020. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni_dezinfekce.pdf. [cit. 2024-10-10].

mobilů, tabletů a počítačů, a to už od nejnižšího věku. Bylo zjištěno, že již děti nejmladší věkové skupiny (5 až 7 let) ovládají televizor dálkovým ovladačem, dovedou si vybrat a spustit svůj oblíbený kanál, stejně tak zvládají bez problémů některé úkony na tabletu či mobilu, jako je zapnutí foťáku nebo uskutečnění telefonického hovoru.

S narůstajícím věkem narůstá i množství dětí s vlastními technologiemi, a naopak klesá míra rodičovských restrikcí, ať již ústními pravidly, nebo technickými nástroji a aplikacemi, které buď omezují množství času stráveného na internetu, nebo alespoň sledují aktivitu dětí. Napříč všemi věkovými kategoriemi jsou sledována videa na YouTube, pouze se liší sledovaným obsahem.

Již od věku 8 let mají děti profily na sociálních sítích, jako je Instragram, TikTok a Facebook, který ale v současnosti už je z hlediska mladých považován za „zastaralou platformu“, vhodnou snad pouze ke komunikaci v rámci rodiny.

Co se týká obsahu, dokáží děti již od šesti let rozeznat pohádkový svět od reálného, zejména v animovaných filmech a seriálech. Pohádkové obsahy v hraných filmech jsou však pro ně matoucí a u některých obsahů připouštějí, že by mohly skutečně existovat. Starší děti toto dilema již neřeší, matoucí pro ně může být „manipulace v obsazích, se kterými nemají zkušenost nebo které považují za pravdivé a faktuelní, jako jsou například zprávy nebo dokumenty. Nicméně na zprávy se prakticky nikdo ze zkoumaných skupin nedívá, protože jsou nudné.“⁵⁰

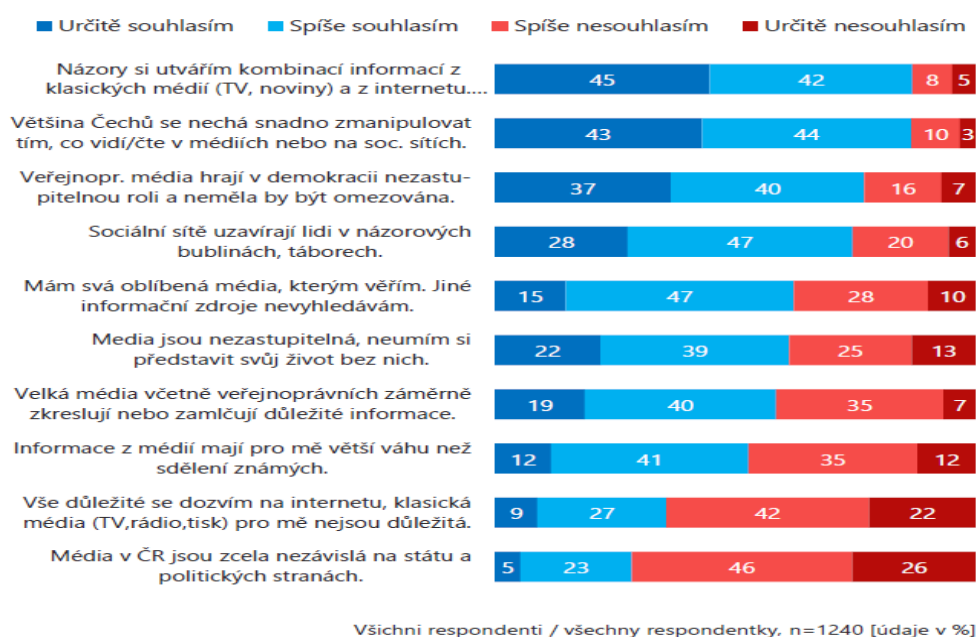
Studie mediální gramotnosti populace ČR: MG osob starších 15 let v kapitole 2. Hlavní závěry konstatuje, že nejvíce využívanými médii jsou televize a sociální sítě na internetu. Televize jako každodenní součást života převládá u respondentů ve věku nad 59 let, u mladších skupin jsou to naopak sociální sítě. Nejméně

⁵⁰ SVOBODA, Zdeněk; FORETOVÁ, Petra; MICHLOVÁ, Magdalena a SUDKOVÁ, Kristýna. *Studie mediální gramotnosti populace ČR: Mediální gramotnost osob mladších 15 let*. Online. In: RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ, FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO: PRAHA, OLOMOUC. Kmksz.upol.cz. 2021. Dostupné z: https://kmksz.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kzu/obecne/veda_vyzkum/FFUP-RRTV_2021_Vyzkuma-zprava_Medialni-gramotnost-mladsich-15let_ZARI-FINAL.pdf. [cit. 2025-02-12].

užívanými jsou tištěná média. Za relevantní zdroj informací považuje 87 % respondentů kombinaci klasických médií a internetu.

Co se týká důvěryhodnosti, jsou sociální sítě považovány za jeden z nejméně důvěryhodných zdrojů informací, navíc 75 % dotázaných je přesvědčeno, že sdružují a uzavírají lidi v názorových bublinách. Ještě nižší důvěru mají řetězové e-maily. Více než polovina dotázaných (celkem 58 %) souhlasí s tvrzením, že velká média včetně veřejnoprávních záměrně zkreslují nebo zamlčují důležité informace.

Asi 60 % dotazovaných Čechů se ztotožňuje s názorem, že dostupnost dat na internetu by měla být co největší. V otázce, zda by mělo dojít k nějaké regulaci zveřejňovaných věcí na internetu zákonem, jsou účastníci výzkumu velmi nejednotní.



Graf vyjadřující vztah respondentů k médiím⁵¹

Podle výzkumu přibývá lidí, kteří dokáží rozpoznat tzv. falešné zprávy (Fake news). Lépe si v rozpoznávání falešných zpráv vedou mladší lidé do 30 let,

⁵¹ tamtéž

vysokoškoláci, lidé z větších měst nad 100 tisíc obyvatel a Prahy. Z hlediska preference typu zpráv jsou upřednostňovány ty, které pracují s více řádně uvedenými zdroji a ideálně obsahují komentář odborníka na danou problematiku. Naopak u seniorů je značný prostor pro zlepšování rozpoznávání falešných zpráv. Ti se jeví jako důvěřiví.⁵²

7.2 Kritické myšlení

Kritické myšlení je vnímáno jako jedna z nejdůležitějších dovedností pro život ve 21. století. Označujeme ho jako schopnost správně a uvážlivě pracovat se svým rozumem a logikou. Jde o nejsilnější nástroj, který můžeme v boji proti dezinformacím použít. Obnáší např. uvědomění si vlastních předsudků a emocí, zdravou skepsi, udržení si dostatečného odstupu, který umožní dívat se na dané informace jako na součást většího celku nebo schopnost posuzovat informace z různých hledisek. Postupem času lidé přišli na to, že informace, které dřív získávali pouze z knih, jsou v dnešní době lehce dohledatelné na internetu, že je jich tam opravdu velké množství a že na všechny si musí udělat názor každý sám. Nikdo nemůže myslet za druhé, jde o práci, kterou musí každý vykonat sám za sebe.⁵³ Kritickému myšlení se učí žáci už na základních školách. Důležitý je přístup učitele k výuce, k žákům, k jejich myšlení a názorům. Cílem je, aby žáci pochopili hodnotu svých názorů, uměli argumentovat, racionálně přemýšlet, byli schopni naslouchat názorům ostatních, umět své názory formulovat a popřípadě i pozměnit. Je nutné naučit se hovořícího nepřerušovat, nenabízej svůj vlastní názor. Při samotné cestě je možné narazit na spoustu překážek. Lukáš Hána, zakladatel projektu krimys.cz upozorňuje, že problémem neosvojení kritického

⁵² MEDIAGURU. *Mediální gramotnost Čechů se podle výzkumu zvyšuje*. Online. Mediaguru.cz. 2022. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/medialni-gramotnost-cechu-se-podle-vyzkumu-zvysujeb8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>. [cit. 2024-09-30].

⁵³ ŠEBESTOVÁ, Alena. *Metody kritického myšlení při výuce na 1. stupni ZŠ*. Online, Diplomová práce, vedoucí doc. PaedDr. Hana Horká, CSc. Brno: Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta, 2006. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/qxbjm/>. [cit. 2024-07-04].

myšlení je lenost a nezáměr. K zpochybňování přijímaných informací dochází jen tehdy, pokud je člověk zvědavý a má zájem si informace ověřovat.⁵⁴

Dezinformace má velmi silný emoční náboj, který má tendenci kritické myšlení zastínit, upozadit. Proto je u velmi emocionálních lidí velká pravděpodobnost, že uvěří nepravdivým zprávám. Fakta mohou být emocemi upozaděna.⁵⁵

Petr Ludwig říká, že kritické myšlení lze měřit, a to pomocí racionálního kvocientu RQ. Můžeme mít člověka, který má vysoké RQ, velmi kvalitní kritické myšlení, ale prokazuje se velmi malým IQ (intelligenčním kvocientem). A naopak. Člověk, který je velmi inteligentní ohledně kritického myšlení na tom může být velmi špatně. Zatímco IQ je nám dáno, RQ se dá dlouhodobě trénovat a zvyšovat.⁵⁶

7.3 Ověřování informací

Média jsou v současné době přesycena množstvím informací. Některé jsou pravdivé, naopak některé jsou zkreslené, u některých je upraven nejen obsah, ale také datum a čas nejen zveřejnění, ale také samotné události. Jak se v těchto informacích zorientovat? Ověřením pravdivosti informace, což je mnohdy složité a řada lidí s tím nemá zkušenosti. Jedná se o aktivní způsob, jak se v záplavě pravdy a lží vyznat. Je třeba se zamyslet nad základními otázkami, což může udělat každý jedinec sám.

1. Odpovídá obsah titulku? Dává obsah smysl?
2. Je autor důvěryhodný? Vyzná se v dané oblasti?
3. Je zdroj/URL spolehlivý?
 - 3.1. Dezinformacím často chybí dohledatelný zdroj – původ článku, uvedení autora nebo vlastníka média. Informace buď chybí, nebo není kompletní.

⁵⁴ STUDENTA. *Myslete kriticky! Jak, to prozradí lektor kritického myšlení.* Online. Studenta.cz. 2018. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/life/myslete-kriticky-jak-to-prozradi-lektor-kritickeho-mysleni/r~b8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>. [cit. 2024-07-04].

⁵⁵ *Kritické myšlení v boji proti dezinformacím.* Online. Eduagroup. C2016-2022. Dostupné z: <https://www.eduagroup.cz/kriticke-mysleni-v-boji-proti-dezinformacim/>. [cit. 2024-10-10].

⁵⁶ LUDWIG, Petr. *Kritické myšlení - Co je to kritické myšlení a dobroser?* Online. 2017. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=WfZCvBP9eXI&list=PL7w-InZKYvMFSq1BET13gr0VFXyoJ0K0I&index=1>. [cit. 2024-10-10].

- 3.2. Anonym, sousedka či kamarád nejsou důvěryhodným zdrojem informací.
4. Zobrazuje obrázek skutečně to, co sděluje?
- 4.1. Audiovizuální materiály k manipulaci přímo vybízejí. K nejčastějším způsobům manipulace řadíme chybné vyložení souvislostí, manipulace subjektu před zachycením skutečnosti a manipulace po vzniku fotografie, tedy grafická úprava.
- 4.2. Podezřelou fotografii můžeme ověřit ve vyhledávači Google Obrázky, Google Lens, které nám dokážou vyhledat, kde všude se daná fotografie nachází.
5. Je zveřejněné datum? Odpovídá datum zveřejnění dané situaci?
- 5.1. Zpravodajské weby uvádějí datum hned pod titulkem nebo na konci článku.
6. Jsou k dané zprávě i jiné zdroje? Které to jsou?
- 6.1. Zpozornět bychom měli, pokud se informace nikde jinde nevyskytuje.

Existují weby a sdružení, která nám cestu za pravdou ulehčují. Jde o prostor, kde je možné si potřebné informace ověřit, neboť se snaží dezinformace odhalovat.

Manipulatori.cz – na faktech záleží

Jde o publicistický web, který se věnuje oblasti politického marketingu a komunikačních strategií. Podporuje otevřené a nezávislé myšlení. Na webových stránkách této nezávislé iniciativy najdeme průběžně aktualizovaný Lexikon pojmů, které se vážou k dezinformacím, doporučené knihy k tématům, odkazy na spisovatele, publicisty věnující se propagaci kritického myšlení, přednášky, články, reportáže, komentáře apod. Za obsah odpovídá Jan Cemper, který je šéfredaktorem.⁵⁷

⁵⁷ *Manipulátoři*. Online. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/>. [cit. 2024-10-10].

Demagog.cz

Projekt, který se zaměřuje na ověřování výroků politiků, dezinformací a dalšího nepravdivého obsahu na sociálních sítích, poukazuje na nepravdivá a manipulativní vyjádření. Najdeme zde profily jednotlivých politiků a jejich výroků. V záložce sliby je přehled splněných, částečně splněných a porušených slibů např. Andreje Babiše, Petra Fialy, Bohuslava Sobotky či Petra Pavla. Každý výstup je založen na zjištěných a ověřených údajích, nesmí publikovat informaci, jejíž původ není znám. Koordinátorem projektu je Petr Gongola.⁵⁸

Hoax.cz

Cílem je informovat uživatele o nástrahách, se kterými se denně setkává a které znemožňují nebo ohrožují jeho běžné používání internetu. Najdeme zde databázi nejrozšířenějších podvodných e-mailů i smyšlené prosby o pomoc. Pozornost je zaměřena na Phishing, druh internetového podvodu, kdy se podvodníci snaží z uživatelů internetového bankovníctví vylákat přístupové údaje k účtům. Prostor je věnován i malware, škodlivému kódu. Zakladatelem a zároveň administrátorem je Josef Džubák.

Hatefree.cz – Bez násilí. Bez nenávisti.

Jedná se o iniciativu lidí, kteří usilují o život bez násilí a nenávisti. Vyvrací fámy a reagují na nenávistné výpady vůči skupinám obyvatel. Razí cestu vzájemné tolerance a respektu. V databázi jsou články, podcasty, videa a seriály, které pocházejí z důvěryhodných zdrojů. Spoluzakladatelem a manažerem je Lukáš Houdek.

Zvol.si.info – zodpovědně v digitálním světě

Jedná se o tým mladých lidí, kteří se rozhodli bojovat s dezinformacemi, zajímají se o média aktuální dění. Zaměřují se na své vrstevníky a středoškoláky, učí je, jak být mediálně gramotný. Součástí platformy je příručka – interaktivní pomocník,

⁵⁸ *Ověřujeme pro Vás – Demagog.cz*. Online. Dostupné z: <https://demagog.cz/>. [cit. 2024-10-10].

pomocí kterého je možno procvičovat si mediální gramotnost. Aktivita jsou zaměřené na schopnost ověřování si informací. Nabídka workshopů zaměřených na informační gramotnost na sociálních sítích je pestrá. Workshopy se týkají kritického a analytického myšlení. Předsedkyní spolku je Veronika Batelková.⁵⁹

⁵⁹ *Zvolši.info*. Online. C2024. Dostupné z: <http://zvolši.info/>. [cit. 2024-10-10].

8. Boj s dezinformacemi

Boj s dezinformacemi vedou všechny demokratické země včetně České republiky. Velké debaty se strhly nad tím, když krátce po invazi Ruska na Ukrajinu, z důvodu stoupající vlny dezinformací, vláda i Vojenské zpravodajství vydaly doporučení k zablokování dezinformačních serverů. Provozovatelé internetové infrastruktury jich tak zablokovali více než dvě desítky.

Dezinformacím je třeba se bránit. I proto 2. března 2022 vláda Petra Fialy jmenovala Ing. Michala Klímu vládním zmocněncem pro oblast médií a dezinformací. Jeho úkolem měla být právě koordinace boje s dezinformacemi. Po roce ale vláda pozici zrušila a problematiku předala národnímu bezpečnostnímu poradci Tomášovi Pojarovi, který je koordinátorem pro záležitosti hybridních hrozeb, dezinformací a dalších závažných problematik současnosti.⁶⁰

Na podzim 2023 se novým poradcem premiéra pro boj s dezinformacemi stal Miloš Gregor. Pod jeho vedením vznikly vzdělávací projekty věnující se oblasti mediální gramotnosti a kritického myšlení.^{61, 62}

Situace kolem vypínání dezinformačních webů se zdá složitá a nejednoznačná. Názory se různí. V totalitních státech je blokování běžné, ale ve státech, kde prim hraje demokracie je třeba dát si pozor na to, abychom v boji s dezinformacemi nezasáhli do svobody slova a také svobody občanů. Musíme si uvědomit, že dezinformace jsou v zásadě nevinné. Zákazy a omezování svobody slova, ovšem připomíná cenzuru a totalitní praktiky.⁶³ Nicméně vláda svůj postup z 25. února 2022 obhajuje a tvrdí, že se jednalo o mimořádnou situaci.

⁶⁰ VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Novým vládním zmocněncem pro oblast médií a dezinformací se stal Michal Klíma*. Online. Vláda České republiky. 2022. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/media-centrum/aktualne/novym-vladnim-zmocnencem-pro-oblast-medii-a-dezinformaci-se-stal-michal-klima-195260/>. [cit. 2024-09-30].

⁶¹ GAVRINĚV, Vojtěch. *Nezákonné vypnutí webů? Za svými kroky si stojíme, říká vláda i tajná služba*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-nezakonne-vypnuti-webu-za-svyimi-kroky-si-stojime-rikaji-vlada-i-tajna-sluzba-247709>. [cit. 2024-09-30].

⁶² VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Poradní sbor předsedy vlády Petra Fialy*. Online. Vláda České republiky. 2023. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/clenove-vlady/premier/poradci/poradni-sbor-predsedy-vlady-petra-fialy-193673/>. [cit. 2024-09-30].

⁶³ PRESL, Dominik. *Polemika: Boj proti dezinformacím upadl v nemilost. Vést ho ale musíme*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: [https://www.seznamzpravy.cz/clanek/nazory-](https://www.seznamzpravy.cz/clanek/nazory-49)

Empirická část

9. Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti

9.1 Stanovení výzkumných cílů a výzkumných otázek

Agentura STEM v období 22. 3. 2023 – 21. 4. 2023 zjišťovala pro Jeden svět ve školách „Stav mediálního vzdělávání na základních a středních školách“. Z dotazníkového šetření vyplývá, že mediální vzdělávání považuje za důležité 88 % ředitelů základních a 86 % ředitelů středních škol. Je tedy pravděpodobné, že absolventi středních škol ví, co znamená kritické myšlení, umí kriticky myslet, umí třídit a vyhledávat informace. Cílem výzkumného šetření, a tedy hlavní výzkumnou otázkou je zjistit, zda respondenti ověřování informací považují za samozřejmost a dezinformační odolnost za důležitou. Jsou mediálně gramotní?

Naskytá se také otázka, zda během středoškolského studia jsou žáci vedeni ke kritickému myšlení, zda jsou jim předávány informace, jak dezinformacím odolávat. Výzkum Český učitel ve světě médií odhalil, že až 80 % českých učitelů v rámci své vysokoškolské přípravy neprošlo žádným výcvikem v oblasti mediální výchovy a 60 % pak neabsolvovalo žádný kurz či školení i poté, co ve školství začali pracovat. Mají pedagogové dostatečnou metodickou podporu a časovou dotaci na to, aby studentům nepředkládali hotové informace, ale naučili je vyhledávat a využívat relevantních zdrojů a nástrojů je ověřit? Na základě těchto otázek proběhl řízený rozhovor s pedagogy, kteří vyučují na střední škole.

9.2 Hypotézy průzkumu

Pro výzkumné šetření byly stanoveny čtyři hypotézy. Tři z nich budou potvrzeny či vyvráceny na základě dotazníkového šetření, čtvrtá na základě rozhovoru s pedagogy.

[komentare-polemika-boj-proti-dezinformacim-upadl-v-nemilost-vest-ho-ale-musime-246217](#). [cit. 2024-09-30].

H1: Méně, než jedna třetina dotazovaných nedokáže vysvětlit pojem mediální gramotnost.

H2: Třetina respondentů si není jistá, zda rozliší pravdivou informaci od dezinformace.

H3: Více jako polovina respondentů si myslí, že dezinformace mají negativní vliv na smýšlení společnosti.

H4: Pedagogičtí pracovníci považují mediální výchovu za důležitou, vedou studenty ke kritickému hodnocení informací.

9.3 Metodologie výzkumného šetření

V empirické části jsem zvolil kombinaci kvantitativního a kvalitativního výzkumu.

Nejvhodnější kvantitativní výzkumnou metodu se jevilo nestandardizované dotazníkové šetření. Dotazník byl distribuován mezi respondenty-studenty v listopadu 2024. Obsahoval celkem 16 otázek, které byly pro respondenty povinné. Otázky č. 1, 3, 5, 6, 7, 11, 13, 16 byly zvoleny jako uzavřené s možností pouze jedné odpovědi. U polouzavřených otázek č. 2, 8, 9, 10, 14 mohli respondenti zvolit více odpovědí a také mohli doplnit svou vlastní odpověď. Otevřené byly otázky č. 4, 12 a 15. Respondenti zde rovněž doplnili svou vlastní odpověď formou dlouhé odpovědi.

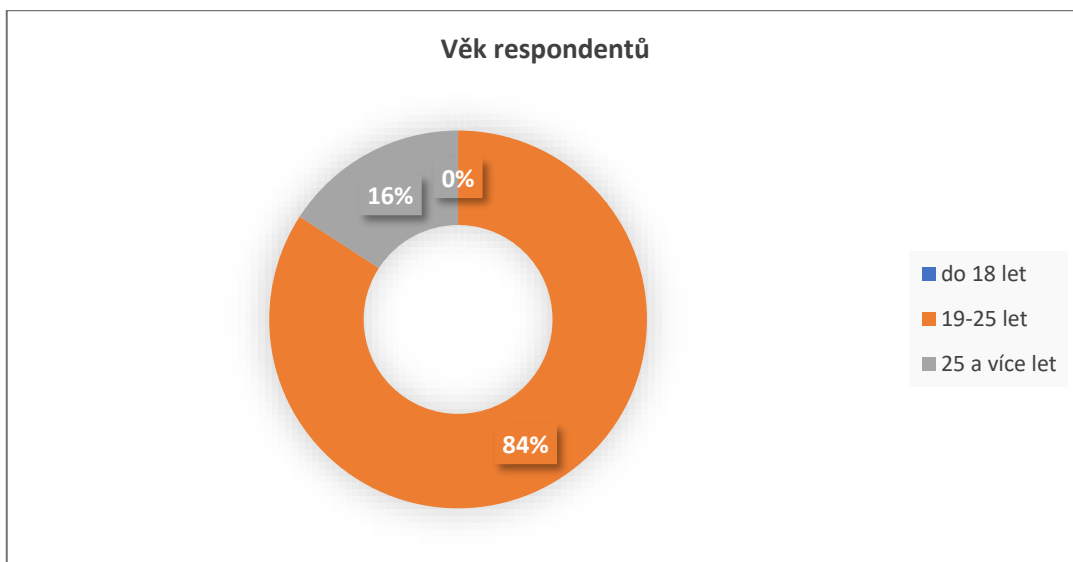
Dotazník byl vytvořen v prostředí Office365 Forms.

9.4 Charakteristika výzkumného vzorku

Mezi respondenty byl dotazník distribuován prostřednictvím e-mailového odkazu, což zaručovalo cílený výběr skupiny. Celkový počet respondentů je 101.

9.5 Vyhodnocení průzkumu a analýza dat

1. Uvedte svůj věk



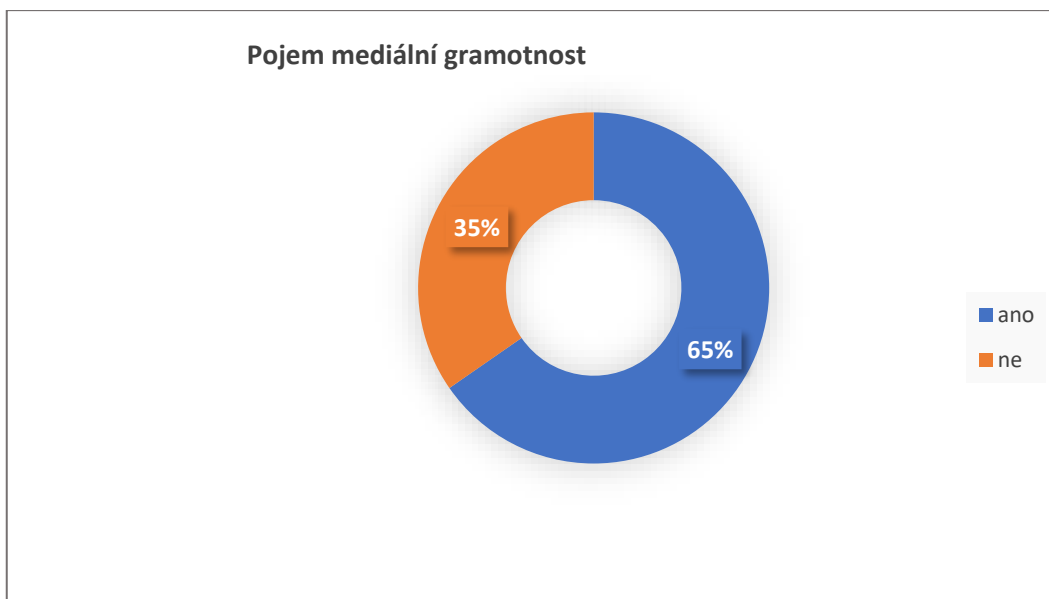
Otázka č. 1 je zaměřena na zjištění věku odpovídajících respondentů. Celkem 85 odpovídajících je ve věku 19-25 let, což činí 84 % z celkového počtu odpovídajících. 16 respondentů spadá do věkové skupiny 25 a více let, což odpovídá 16 %. Ve věku do 18 let neodpověděl nikdo.

2. Odkud získáváte informace?



Denní tisk jako zdroj informací využívá pouze 14 respondentů, což odpovídá 5 %, televizi k získávání informací využívá 43 respondentů, což činí 16 % z celkového počtu oslovených. Podcasty sleduje 42 respondentů, což odpovídá také 16 %. Největší podíl činí sociální sítě. Využívá je 93 respondentů, a to je 34 %. 27 % čerpá informace od rodiny a přátel. Odpovědělo tak 74 respondentů. Pouze 4 respondenti, což tvoří 1 % odpovídajících uvádí, že informace získávají z internetu a přímo uvádějí ČTK a ct24.cz.

3. Dokážete vysvětlit pojem mediální gramotnost?



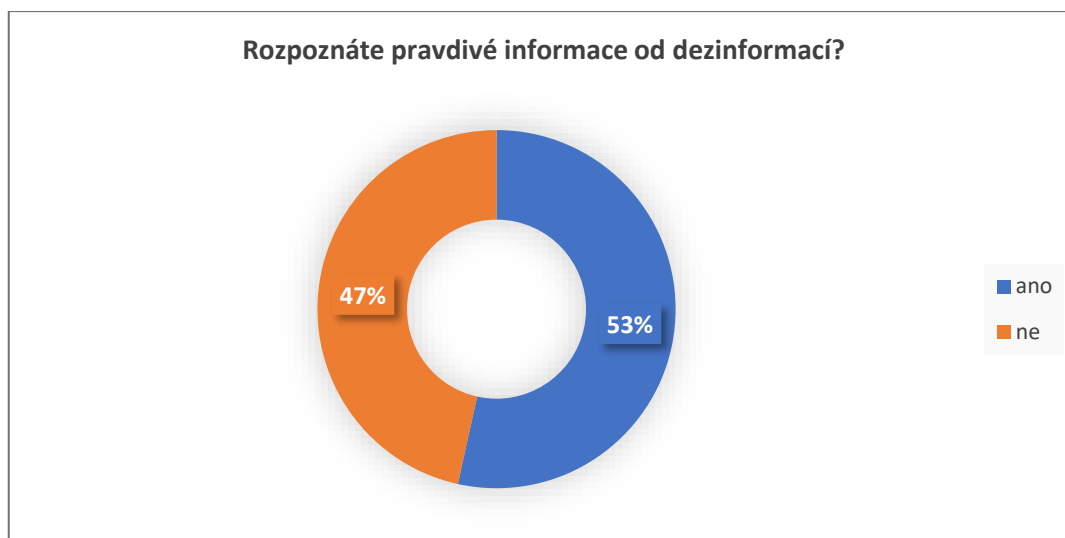
Pojem mediální gramotnost v dotazníku nedokázalo vysvětlit 35 respondentů, což je více než jedna třetina. Byla tak vyvrácena hypotéza č. 1.

4. Charakterizujte pojem mediální gramotnost

Důvodem takto položené otázky bylo zjistit, zda respondenti, kteří odpověděli na předchozí otázku kladně, dokáží pojem mediální gramotnost charakterizovat a skutečně chápou jeho podstatu a význam. Na otázku odpovědělo celkem 66 respondentů tj všichni, kteří se v předcházející otázce vyjádřili kladně. K nejčastějším odpovědím patří:

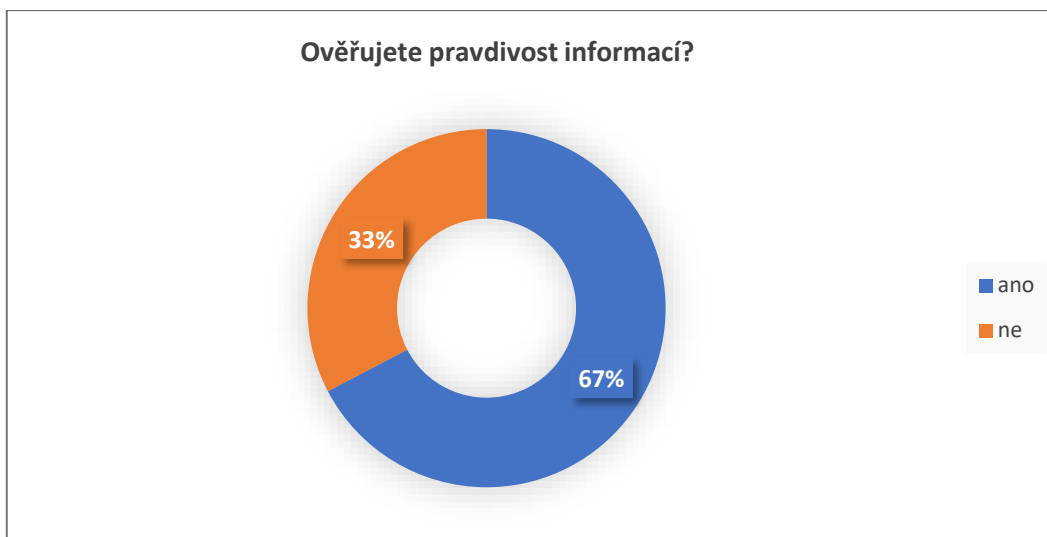
- schopnost pracovat s informacemi,
- rozpoznání pravdivých a nepravdivých informací,
- schopnost člověka pochopit informace z médií,
- schopnost nenechat se ovlivnit první informací, kterou si přečtu v médiích,
- schopnost chápat a pracovat s mediálními prostředky,
- přístup k médiím a jejich kritické posouzení,
- schopnost třídit validitu informací podle jejich zdroje apod.

5. Myslíte si, že rozpoznáte pravdivé informace od dezinformace?



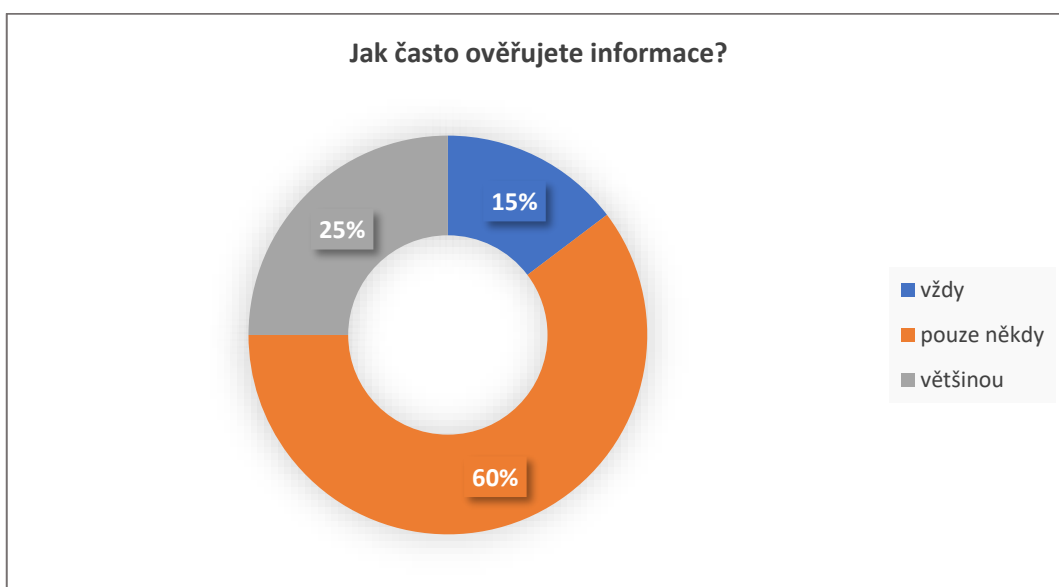
54 respondentů si myslí, že rozpoznají pravdivé informace od dezinformací. Je to 53 % odpovídajících, zbývajících 47 % respondentů si jistí nejsou. Potvrdila se hypotéza č. 2, že třetina respondentů si není jistá, zda pozná pravdivou informaci od dezinformace.

6. Ověřujete pravdivost informací?



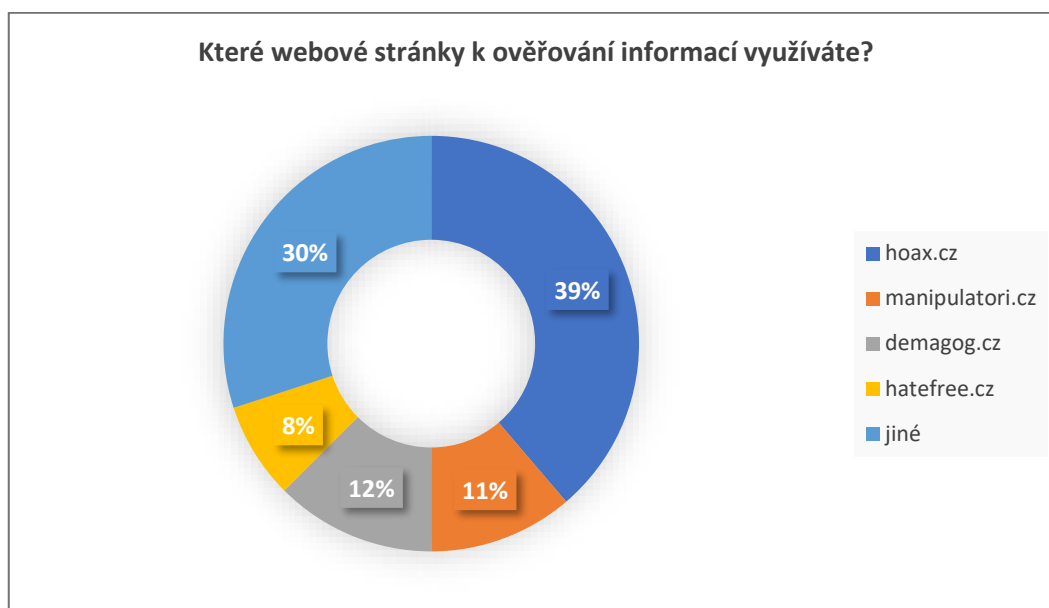
68 respondentů (67 %) si pravdivost přijímaných informací ověřuje, 33 respondentů (33 %) přijímá informace bez ověření.

7. Jak často informace ověřujete?



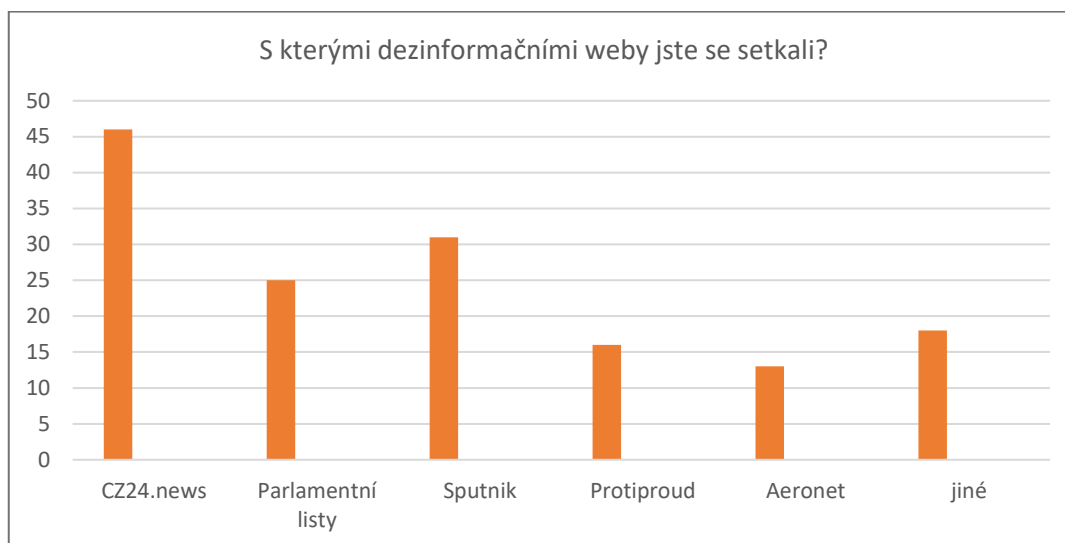
Otázka navazuje na předcházející otázku č. 6 a tematicky ji doplňuje. Z celkového počtu respondentů, kteří odpověděli, že informace ověřují, odpovědělo 10, že informace ověřují vždy. 41 respondentů ověřuje informace pouze někdy a 17 odpovědělo, že informace ověřují většinou.

8. Které webové stránky k ověřování informací využíváte?



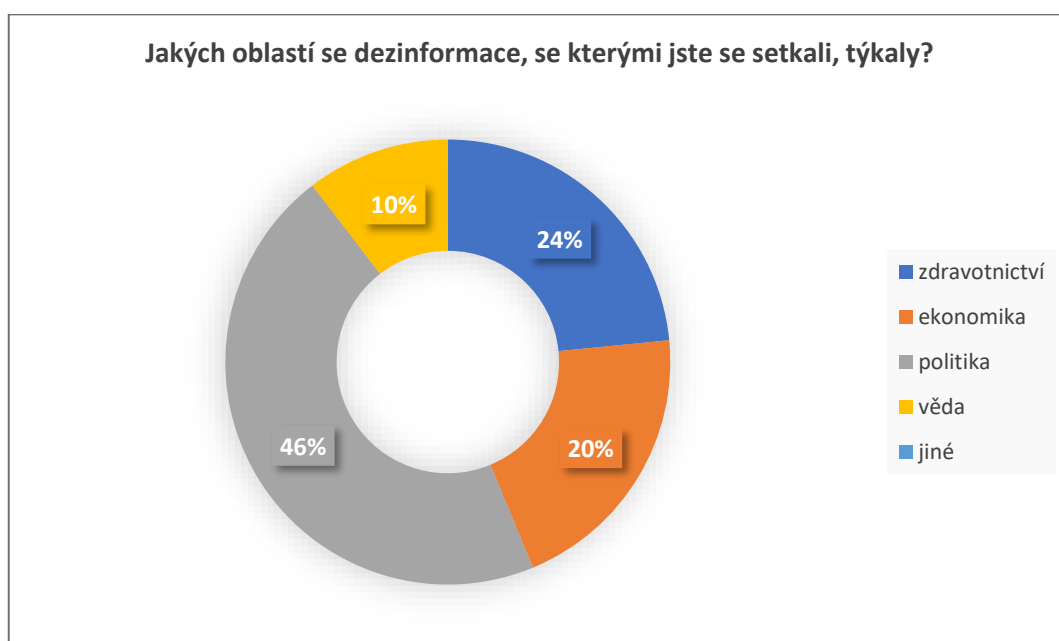
K ověřování informací respondenti nejčastěji využívají hoax.cz. Jedná se o 31 respondentů, 10 respondentů využívá demagog.cz, 9 manipulatori.cz a 6 respondentů hatefree.cz. 24 respondentů volilo „jiné“ a to např. ověřování dané informace na vícero stránkách. Za důležité považují respondenti také informace o autorech dané zprávy či citace.

9. Uveďte, s kterými dezinformačními weby jste se setkali?



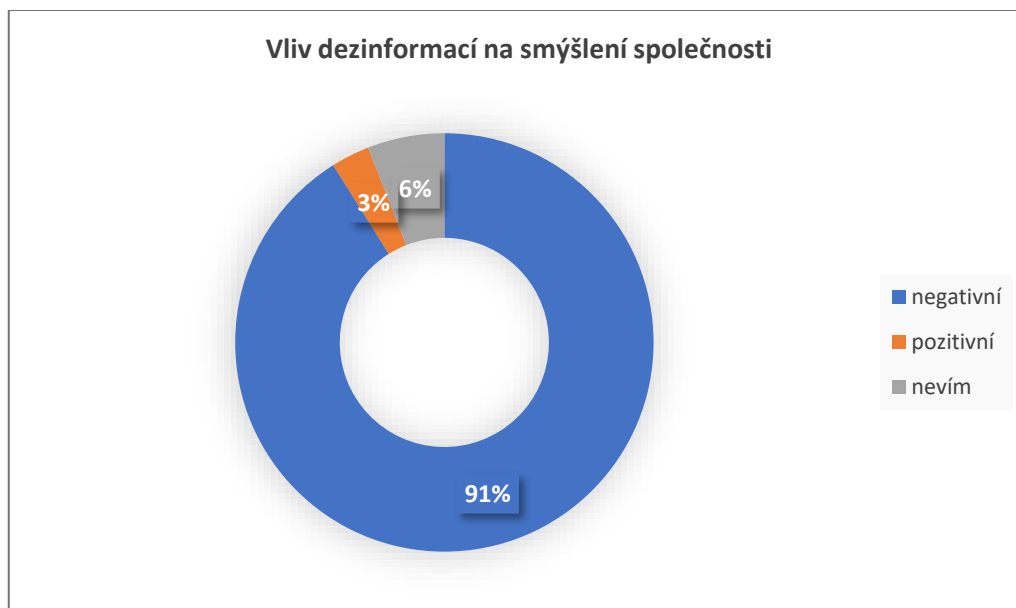
Nejvíce respondentů a to 46 se setkalo s webem cz24.news, 31 se Sputnikem, 25 s Parlamentními listy, 16 s Protiproudem, 13 s Aeronetem, 18 respondentů volilo „jiné“ a uváděli jako dezinformační zejména sociální sítě.

10. Jakých oblastí se dezinformace, se kterými jste se setkali, týkaly?



Z celkového počtu 101 se 88 respondentů setkala s dezinformacemi v oblasti politiky. Následovalo zdravotnictví a ekonomika. Variantu „jiné“ volilo celkem 5 respondentů. Jednalo se zejména o školství a showbyznys. Respondenti uváděli válku na Ukrajině, situaci související s Ruskem a Severní Koreou.

11. Jaký vliv mají podle Vás dezinformace na smýšlení společnosti?



Téměř všichni respondenti (91 %) jsou přesvědčeni, že dezinformace mají negativní dopad na smýšlení společnosti. Na otázku tak reagovalo 92 respondentů. To potvrdilo hypotézu č. 3. Pozitivní vliv uvádí 3 respondenti, což jsou 3 % respondentů a 6 respondentů na otázku nemá svůj názor.

12. Co cítíte, pokud zjistíte, že zpráva, kterou jste si přečetli, je dezinformací?

Na otázku odpověděli všichni respondenti. Nejčastějšími odpověďmi je:

- bezmoc,
- zlost,
- vztek,

- podrážděnost,
- zmatení a přemýšlení, proč to někdo dělá, někdy naštvaní,
- hněv vůči lidem, kteří podobné zprávy šíří,
- zklamání z toho, že někdo má potřebu ostatním lhát.

Z výše uvedených odpovědí jsou jasně čitelné negativní emoce, které působení dezinformátorů ve společnosti vyvolává.

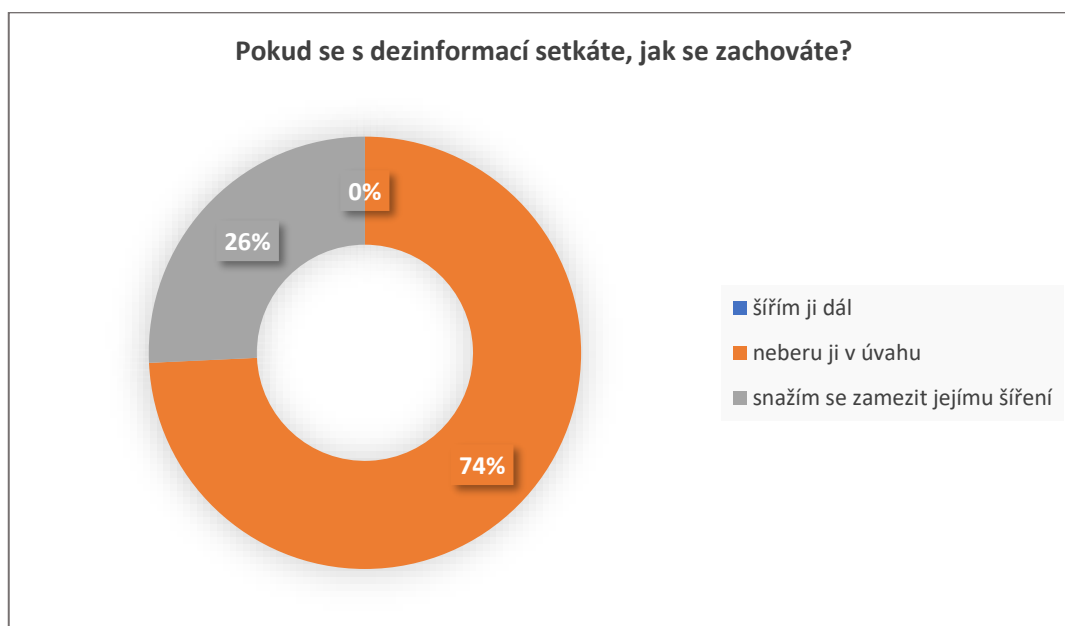
Některé odpovědi vyjadřují i vlastní sebereflexi:

- řeknu si, že nemůžu ničemu věřit a že jsem někdy naivní,
- cítím se zklamaně a trapně, že jsem jí třeba na začátku věřila, také jsem naštvaná, že se takovéto informace veřejně šíří,
- stydím se,
- asi pocít, že jsem ztratila čas zabýváním se něčím, co není pravdivé.

Z několika odpovědí lze vyčíst lhostejnost:

- údiv, neřeším ji a jdu dále,
- v dnešní době je to tak časté, že člověk už vyloženě asi necítí něco konkrétního, prostě to víceméně jen přejdu a jdu dál,
- přejdu to, nijak mě to emocionálně nezasáhne.

13. Pokud se s dezinformací setkáte, jak se zachováte?



75 respondentů dezinformaci nebere v úvahu. 26 respondentů se snaží šíření zamezit. Pozitivním výsledkem je, že ze 101 respondentů nikdo dezinformaci úmyslně dále nešíří.

14. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli „šířím ji dál“, uveďte důvod.

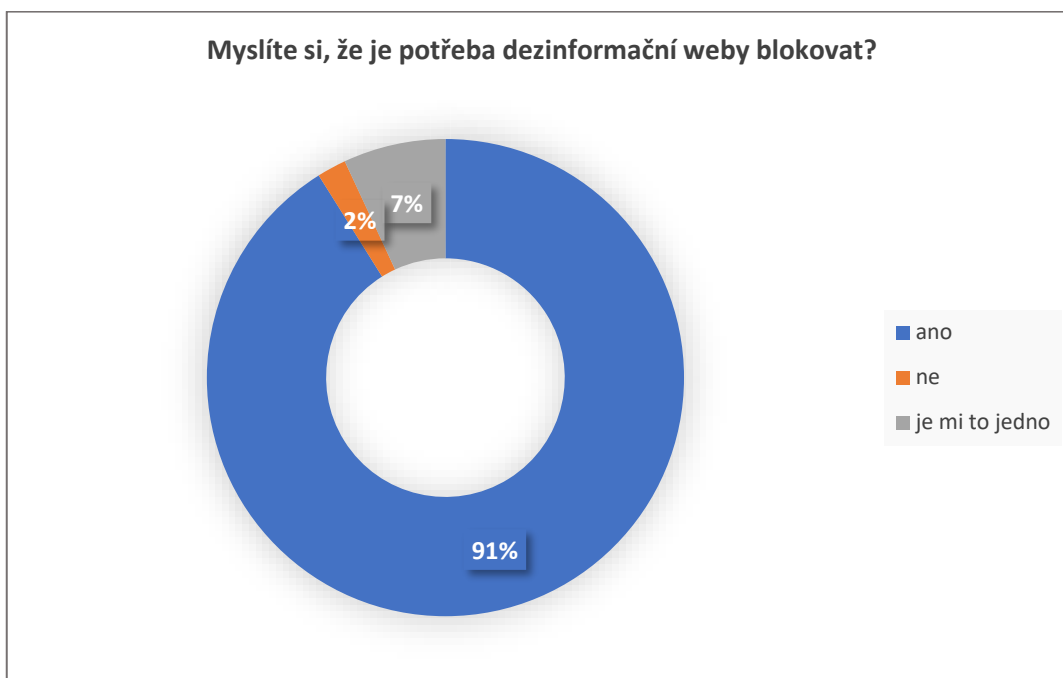
Jelikož v otázce č. 13 nikdo z respondentů neuvedl, že dezinformaci šíří dál, nebyla otázka nikým z respondentů komentována.

15. Jak se snažíte zamezit šíření dezinformace?

Na otázku odpovědělo 26 respondentů. K nejčastějším odpovědím patří:

- nedávám like, nahlásím příspěvek,
- upozorním na příspěvek rodinu, kamarády,
- šířím pravdivou informaci mezi ty, kteří chtějí naslouchat.

16. Myslíte si, že je potřeba dezinformační weby blokovat?



Blokovat dezinformační weby považuje za důležité 91 % respondentů. Pouze 2 respondenti odpověděli, že tyto weby nepovažují za potřebné je blokovat a 7 respondentů na otázku nemá jednoznačnou otázku, je jim to jedno.

Hypotézu č. 4 jsem se rozhodl ověřit rozhovorem. Oslovil jsem pedagogy, kteří vyučují základy společenských věd na gymnáziích, a to ve Zlíně a v Příboru. Zaznamenal jsem jejich skutečné odpovědi tak, jak na položenou otázku odpovídali.

Gymnázium Zlín, Zlínský kraj, P.Š.

1. Z dotazníku, který byl vytvořen v rámci empirické části bakalářské práce, který proběhl na jedné z vysokých škol vyplynulo, že 35 respondentů z celkového počtu 101 nedokáže vysvětlit pojem mediální gramotnost. Jak Vy tento výsledek vnímáte?

Je otázka, zda se s prvky mediální výchovy nesetkali, nebo zda (pokud nejsou sami těmi, kdo ji organizuje) pouze neví, že ji v nějaké formě absolvovali. I to může být.

2. Zařazujete Vy sám do výuky aktivity, během nichž studenti rozhodují, zda se jedná o informaci pravdivou či dezinformaci?

Ano, i o těchto věcech diskutujeme.

3. Které z metod využíváte?

Metody RWCT. Jedná se o metody, které si kladou za cíl rozvíjet nezávislé, tvořivé a intuitivní myšlení. Vedu studenty k třífázovému cyklu učení, tedy uvědomění si, co už o tématu vědí, uvědomění si významu a následné reflexe.

4. Z dotazníku vyplynulo, že si ze 101 respondentů 47 není jistých, zda rozliší pravdivou informaci od dezinformace. Je to téměř polovina. Co z toho pro Vás vyplývá?

Já myslím, že to odráží současnou realitu-a je dobré, že si to už uvědomují.

5. Vy sám máte zkušenost s tím, že si studenti informace ověřují z vícero zdrojů?

To opravdu nevím. Když s nimi řeším, jak získávat např. materiály pro tvorbu seminární práce, upozorňuji, jak na to.

6. Myslíte si, že je na středních školách dostatečná časová dotace pro výuku mediální výchovy?

To nevím, ono vše ani tak neřeší dotace hodin, jako spíš využití metod ve výuce jiných témat, kam se mediální výchova zapojí.

7. Máte pocit, že mají učitelé dostatečnou metodickou podporu pro to, aby vychovávali studenty, kteří jsou odolní vůči dezinformacím?

To nevím. Vidím věci svýma očima, a já ji vlastně nepotřebuji.

8. Účastnil/účastníte se během své profese učitele na SŠ vzdělávacích seminářů z oblasti mediální výchovy?

Ano účastnil, svého času jsem s kolegyní absolvoval sérii vícedenních seminářů a výsledkem pak bylo vytvoření aktivit na toto téma do výuky.

Gymnázium Příbor, Moravskoslezský kraj, P.C

1. Z dotazníku, který byl vytvořen v rámci empirické části bakalářské práce, který proběhl na jedné z vysokých škol vyplynulo, že 35 respondentů z celkového počtu 101 nedokáže vysvětlit pojem mediální gramotnost. Jak Vy tento výsledek vnímáte?

Bohužel mne nepřekvapuje. Víím, že na mnoha školách se nevěnuje mnoho prostoru mediální výchově a ani samotní žáci již nyní moc se této problematice sami nevěnují.

2. Zařazujete Vy sám do výuky aktivity, během nichž studenti rozhodují, zda se jedná o informaci pravdivou či dezinformaci?

Ano, byl to a stále je jeden z mých hlavních cílů úpravy našeho školního vzdělávacího programu. Problematice se věnuji jak v dějepise, tak v základech společenských věd.

3. Které z metod využíváte?

Práci s textem, práce na chromeboocích...ověřování informací. Snaha ukázat v historických souvislostech metody ovlivňování veřejného mínění, metody propagandy, fakenews...atd.

4. Z dotazníku vyplynulo, že si ze 101 respondentů 47 není jistých, zda rozliší pravdivou informaci od dezinformace. Je to téměř polovina. Co z toho pro Vás vyplývá?

Pokračovat v rozdělané práci u nás ve škole a pokusit se zejména přesvědčit své kolegy, aby rovněž zařazovali práci s ověřování faktů ve svých hodinách.

5. Vy sám máte zkušenost s tím, že si studenti informace ověřují z vícero zdrojů?

Ano

6. Myslíte si, že je na středních školách dostatečná časová dotace pro výuku mediální výchovy?

To nedokážu posoudit. Rámcový vzdělávací program a školní vzdělávací program ten prosto nabízejí. Záleží vždy na učiteli, zda tento prostor využije a zda vytvoří podmínky pro mediální výchovu. Základem je upravit školní vzdělávací program a zejména z něj vyškrtat co nejvíce přebytečné látky a vytvořit tak časový prostor pro další témata jako jsou digitální gramotnost, mediální výchova, finanční gramotnost...atd.

7. Máte pocit, že mají učitelé dostatečnou metodickou podporu pro to, aby vychovávali studenty, kteří jsou odolní vůči dezinformacím?

Ano... rozhodně nabídek je mnoho. Problém si myslím, že je více strukturální. Je potřeba nejdříve definovat co je učivo, které se může omezit a vytvořit tak prostor pro tyto aktivity. Stejný problém vidím v dějepise. Existuje obrovské množství metodiky...většina kantorů však spíše bojuje s časem a pak nemá čas zařazovat tyto metody a zajímavá témata.

8. Účastnil/účastníte se během své profese učitele na SŠ vzdělávacích seminářů z oblasti mediální výchovy?

Ano

Pomocí rozhovorů byla potvrzena hypotéza č. 4. Oba dotazovaní pedagogové potvrdili důležitost mediální výchovy. Vedou studenty ke kritickému hodnocení informací.

10. Závěr

Dezinformace jsou neoddělitelnou součástí našeho života. Je na každém z nás, jestli je přijmeme nebo zda jim dokážeme odolávat.

V teoretické části bakalářské práce byly popsány a vysvětleny některé základní pojmy, které s předáváním a úpravami informací souvisí, popsal jsem tedy, co je to misinformace, propaganda, fake news a dezinformace. Bylo rozebráno, jak lidský mozek funguje při přijetí informací, jak s těmito informacemi pracují dva systémy, které jsou zodpovědné za pochopení a následné přijetí nebo nepřijetí daných informací za pravdivé. Současně byly definovány metody, jak dezinformacím nepodlehnout. Jednou z nich je mediální gramotnost. Zajímalo mne tedy, zda studenti pojem mediální gramotnost dokáží definovat, jestli jsou schopni kriticky myslet a informace, s kterými se setkávají, si ověřují či nikoliv. Znájí možnosti, jak dezinformacím čelit?

V úvodu empirické části byla popsána metodika průzkumu, který proběhl mezi studenty, jedna z hypotéz byla ověřována rozhovorem s pedagogy středních škol. Pro výzkum byly stanoveny celkem čtyři hypotézy, z nichž dvě byly potvrzeny a dvě vyvráceny. Překvapilo mne, že byla vyvrácena hypotéza týkající se pojmu mediální gramotnost. Jedná se přece o pojem zvláště v této době neustále diskutovaný a výuku mediální gramotnosti ukládá již několik let i rámcový vzdělávací program všem typům škol v rámci tzv. průřezových témat. Žádného ze studentů by tento pojem neměl „zaskočit“ a měli by být připraveni jej kdykoliv nejen vysvětlit, ale měli by mít osvojeny i základní poznatky o fungování a společenské roli médií. Je tedy s podivem, že pojem mediální gramotnost nedokázala vysvětlit více jak jedna třetina dotazovaných. Naproti tomu jsem byl mile překvapen, že vědomě nikdo z dotazovaných dezinformaci nešíří. Neméně důležité je, jak mediální gramotnost vidí pedagogové na středních školách. Považují ji za podstatnou a své studenty vedou správným směrem, učí je, jak se ve světě informací a dezinformací vyznat.

Cílem práce bylo zjistit, jak na jedince dezinformace působí, co v nich vyvolávají a zda jsou schopni působení dezinformací odolávat.

Na základě dotazníkového šetření můžeme konstatovat, že se podařilo získat data o tom, jaké znalosti mají dotazovaní respondenti o dezinformační problematice. Bylo by však do budoucna velmi zajímavé sledovat vývoj v čase v této oblasti a zejména posun a rozvoj individuálních znalostí mladých lidí.

Na závěr je nutno uvést, že to nejdůležitější, co můžeme v této problematice učinit, je šířit osvětu napříč generacemi a vzdělávat se.

11. Seznam použité literatury

Literatura

ARIELY, Dan. *Nesmyslnost*. Svatoslav GOSMAN (překladatel). Praha: Práh, 2024. ISBN 978-80-7696-014-5.

BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace: černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce. Archiv (Mladá fronta)*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6.

CARRILLO, Nereida a MONTT, Alberto. *Fake over*. Olga ČTVRTNÍČKOVÁ (překladatelka). Brno: Host, 2023. ISBN 978-80-275-1440-3.

COLLIN, Catherine; BENSON, Nigel C.; GINS, Joannah; GRAND, Voula a LAZYAN, Merrin. *Kniha psychologie*. Vydání druhé. Michaela BUCHTELOVÁ; Ivana MIČÍNOVÁ a Otakar VOCHOČ (překladatelé). Praha: Universum (Euromedia Group), 2019. ISBN 978-80-7617-356-9.

FERJENČÍK, Ján. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-367-6.

GOLDBERG, Bernard. *Jak novináři manipulují*. Veronika LÁSKOVÁ (překladatelka). Praha: Ideál, 2005. ISBN 80-901017-8-X.

GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPRESS, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

HENDL, Jan a REML, Jiří. *Metody výzkumu a evaluace*. Praha: Portál, 2017. ISBN 978-80-262-1192-1.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4.

KOLOMAZNÍK, Tomáš; SARVAŠ, Štefan a ROD, Zdeněk. *Proč věříme dezinformacím?: strategická komunikace jako možná cesta z bludného kruhu*. Praha: Kniha Zlin, 2024. ISBN 978-80-7662-651-5.

LAKOFF, George. *The All New Don't Think of an Elephant*. Chelsea Green Publishing Co, 2014. ISBN 9781603585941.

MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1362-4.

NOLEN-HOEKSEMA, Susan; FREDRICKSON, Barbara L.; LOFTUS, Geoff R. a WAGENAAR, Willem A. *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda*. 3. přeprac. vydání. Hana ANTONÍNOVÁ (překladatelka). Praha: Portál, 2012. ISBN 9788026200833.

ŠVARŤÍČEK, Roman a ŠEĐOVÁ, Klára. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. 2. dopl. vyd. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0644-6.

WRÓBEL, Alina. *Výchova a manipulace: podstata manipulace, mechanismy a proces, vynucování a násilí, propaganda*. Pedagogika (Grada). Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2337-2.

Internetové zdroje

BENEDA, Josef. *Ukrajinci zabrali celý lázeňský dům, lže dezinformátor. Teplice ale jen využily volné pokoje*. Online. IRozhlas. 2024. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/overovna-ukrajinci-zabrali-cely-lazensky-dum-lze-dezinformator-teplice-ale-jen_2407070500_job. [cit. 2024-10-10].

CEDMO CENTRAL EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY. *Jaké jsou trendy ve vývoji dezinformačních narativů v Česku a na Slovensku za první čtvrtletí roku 2024?* Online. 2024. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/jake-jsou-trendy-ve-vyvoji-dezinformacnich-narativu-v-cesku-a-na-slovensku-za-prvni-ctvrtleti-roku-2024/>. [cit. 2025-02-12].

CENTRAL EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY. *Babiš zneužit v dalším deepfake videu*. Online. Central European Digital Media Observatory. 2023. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/babis-zneuzit-v-dalsim-deepfake-video/>. [cit. 2024-10-10].

CENTRAL EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY. *Jaké jsou trendy ve vývoji dezinformačních narativů v Česku a na Slovensku za první čtvrtletí roku 2024?* Online. Central European Digital Media Observatory. 2024. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/jake-jsou-trendy-ve-vyvoji-dezinformacnich-narativu-v-cesku-a-na-slovensku-za-prvni-ctvrtleti-roku-2024/>. [cit. 2024-09-30].

ČESKO V DATECH. *Dezinformace-České dezinformační weby loni publikovaly téměř 200 tisíc článků. Češi si však v jejich rozpoznávání stále dostatečně nevěří*. Online. Ceskovdatech.cz. 2022. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/176-dezinformace/>. [cit. 2024-09-30].

DEMAGOG. *Babiš zneužit v dalším deepfake videu*. Online. 2023. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/babis-zneuzit-v-dalsim-deepfake-video>. [cit. 2025-02-13].

Dezinformační médium. Online. In: Wikipedia: the free encyclopedia. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Dezinforma%C4%8Dn%C3%AD_m%C3%A9dium. [cit. 2024-10-10].

DRAGOUN, Radek. *Osamělý senior i zachránce světa. Výzkum STEM zjistil, kdo v Česku šíří dezinformace*. Online. Aktuálně.cz. 2020. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/osamely-senior-i-zachrance-sveta-vyzkum-stem-zjistil-kdo-v-c/r~91d3e732b56b11eab0f60cc47ab5f122/>. [cit. 2024-10-10].

DVOJKLIK. *5 důvodů, proč je clickbait nebezpečný: třetí důvod vám vyrazí dech*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.dvojklík.cz/saferkidsonline/5-duvodu-proc-je-clickbait-nebezpecny-treti-duvod-vam-vyrazi-dech/>. [cit. 2025-02-12].

GAVRINĚV, Vojtěch. *Nezákonné vypnutí webů? Za svými kroky si stojíme, říkají vláda i tajná služba*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-nezakonne-vypnuti-webu-za-svymi-kroky-si-stojime-rikaji-vlada-i-tajna-sluzba-247709>. [cit. 2024-09-30].

GOETHE INSTITUT ČESKO. *Proč myslíme na slona?* Online. 2019. Dostupné z: <https://www.goethe.de/ins/cz/cs/kul/the/ktx/21483237.html>. [cit. 2025-02-12].

HOŘEJŠ, Nikola; UHROVÁ, Jitka; TRTÍKOVÁ VOJTKOVÁ, Michaela; JUNGWIRTH, Matěj a BUCHTÍK, Martin. *Šířitelé dezinformací*. Online. Stem.cz. 2020. Dostupné z: <https://www.stem.cz/siritele-dezinformaci/>. [cit. 2024-09-30].

KOPECKÝ, Kamil. *Kdo rozhoduje o tom, co je a co není dezinformace?* Online. E-bezpeci.cz. 2023. Dostupné z: https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/3149-kdo-rozhoduje-o-tom-co-je-a-co-neni-dezinformace-site-dezinformace_2112200500_pik-je-lez-dezinformace.html. [cit. 2024-09-30].

Kritické myšlení v boji proti dezinformacím. Online. Eduagroup. C2016-2022. Dostupné z: <https://www.eduagroup.cz/kriticke-mysleni-v-boji-proti-dezinformacim/>. [cit. 2024-10-10].

Kritika. Online. In: Wikipedia: the free encyclopedia. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Kritika>. [cit. 2024-07-04].

KRUPKA, Jaroslav. *Největší dezinformace roku 2023: Tyto absurdity letos lháři šířili na internetu*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/nejvetsi-dezinformace-roku-2023-lzi-covid-ukrajina-jidlo-smrt.html. [cit. 2024-09-30].

KRUPKA, Jaroslav. *Petra Pavla na Colours of Ostrava nepoplivali. Dezinformátoři zfalšovali titulky*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/petr-pavel-colours-of-ostrava.html. [cit. 2024-09-30].

KRUPKA, Jaroslav. *Sedm českých důstojníků zabitých raketou na Ukrajině? Nesmysl odporující realitě*. Online. Deník.cz. 2024. Dostupné z:

https://www.denik.cz/z_domova/sedm-ceskych-dustojniku-zabitych-raketou-na-ukrajine-je-lez-dezinformace.html. [cit. 2024-09-30].

KRUPKA, Josef. *Sítěmi se šíří falešné video s Babišem. Jde o podvod za pomoci umělé inteligence*. Online. Deník.cz. 2023. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/falesne-investice-deep-fake-andrej-babis.html. [cit. 2025-02-12].

LUDWIG, Petr. *Kritické myšlení - Co je to kritické myšlení a dobroser?* Online. 2017. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=WfZCvBP9eXI&list=PL7w-InZKYvMFSq1BET13grOVFXyoJ0K0I&index=1>. [cit. 2024-10-10].

Manipulátoři. Online. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/>. [cit. 2024-10-10].

MEDIAGURU. *Haló noviny nahradil komunistický týdeník Naše pravda*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/04/halo-noviny-nahradil-komunisticky-tydenik-nase-pravda/>. [cit. 2025-02-12].

MEDIAGURU. *Mediální gramotnost Čechů se podle výzkumu zvyšuje*. Online. Mediaguru.cz. 2022. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/medialni-gramotnost-cechu-se-podle-vyzkumu-zvysujeb8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>. [cit. 2024-09-30].

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Boj proti informačním vlivovým aktivitám: Příručka pro komunikátory*. Online. 2019. Dostupné z: <https://mv.gov.cz/chh/clanek/boj-proti-informacnim-vlivovym-aktivitam-prirucka-pro-komunikatory.aspx>. [cit. 2025-02-12].

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Definice dezinformací a propagandy*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>. [cit. 2024-09-30].

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *RESIST: příručka pro boj s dezinformacemi*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/ke-stazeni-resist-prirucka-pro-boj-s-dezinformacemi.aspx>. [cit. 2024-10-10].

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Trestněprávní úprava*. Online. Ministerstvo vnitra České republiky. C2024. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/dezinformacni-kampane-trestnepravni-uprava-trestnepravni-uprava.aspx>. [cit. 2024-09-30].

Misinformace. Online. In: Wikipedia: the free encyclopedia. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Misinformace>. [cit. 2024-10-10].

NEJEDLÝ, Matěj. *Dezinformační scéna přitvrzuje*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-kauzy-nejnovejsi-techniky-dezinformatoru-crowdfunding-penize-262243>. [cit. 2025-02-12].

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C.T., Arguedas, A.R. & Nielsen, R.K. (2004). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Oxford: Reuters Institute, University of Oxford. Dostupné z: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10_lr.pdf. [cit. 2024-07-10].

Ověřujeme pro Vás – Demagog.cz. Online. Dostupné z: <https://demagog.cz/>. [cit. 2024-10-10].

PIKA, Tomáš a ŠTORKÁN, Martin. *Na sítích se šíří další dezinformace: Pět zánětů srdečního svalu po očkování u mladých hokejistů*. Online. IROZHLAS. 2021. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ockovani-zanet-srdecniho-svalu-hokejiste-socialni-site-dezinformace_2112200500_pik. [cit. 2024-09-30].

PRESL, Dominik. *Polemika: Boj proti dezinformacím upadl v nemilost. Vést ho ale musíme*. Online. Seznam Zprávy. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/nazory-komentare-polemika-boj-proti-dezinformacim-upadl-v-nemilost-vest-ho-ale-musime-246217>. [cit. 2024-09-30].

ROŽÁNEK, Filip. *Digital News Report: Důvěra v česká média je rekordně nízká*. Online. Lupa.cz. 2023. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/digital-news-report-duvera-v-ceska-media-je-rekordne-nizka/>. [cit. 2024-10-10].

STUDENTA. *Myslete kriticky! Jak, to prozradí lektor kritického myšlení*. Online. Studenta.cz. 2018. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/life/myslete-kriticky-jak-to-prozradi-lektor-kritickeho-mysleni/r~b8d8aa38739711e8b94e0cc47ab5f122/>. [cit. 2024-07-04].

SVOBODA, Zdeněk; FORETOVÁ, Petra; MICHLOVÁ, Magdalena a SUDKOVÁ, Kristýna. *Studie mediální gramotnosti populace ČR:: Mediální gramotnost osob mladších 15 let*. Online. In: RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ, FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO: PRAHA, OLOMOUC. Kmksz.upol.cz. 2021. Dostupné z: https://kmksz.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kzu/obecne/veda_vyzkum/FUP-RRTV_2021_Vyzkuma-zprava_Medialni-gramotnost-mladsich-15let_ZARI_FINAL.pdf. [cit. 2025-02-12].

ŠEBESTOVÁ, Alena. *Metody kritického myšlení při výuce na 1. stupni ZŠ*. Online, Diplomová práce, vedoucí doc. PaedDr. Hana Horká, CSc. Brno: Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta, 2006. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/qxbjm/>. [cit. 2024-07-04].

VALŮCH, Jaroslav; Michaela Ďurková; ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina a STRACHOTA, Karel. *Dezinformační dezinfekce*. Online. JSNS.CZ. Jeden svět na školách. 2020. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni-dezinfekce.pdf>. [cit. 2024-10-10].

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Novým vládním zmocněncem pro oblast médií a dezinformací se stal Michal Klíma*. Online. Vláda České republiky. 2022. Dostupné

z: <https://vlada.gov.cz/cz/media-centrum/aktualne/novym-vladnim-zmocnencem-pro-oblast-medii-a-dezinformaci-se-stal-michal-klima-195260/>. [cit. 2024-09-30].

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Poradní sbor předsedy vlády Petra Fialy*. Online. Vláda České republiky. 2023. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/clenove-vlady/premier/poradci/poradni-sbor-predsedy-vlady-petra-fialy-193673/>. [cit. 2024-09-30].

Zvol.si.info. Online. C2024. Dostupné z: <http://zvol.si.info/>. [cit. 2024-10-10].

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 - Porovnání využití offline a online zdrojů informací v %

Obrázek č. 2 – Důvěra v média v letech 2015-2023

Obrázek č. 3 – Pokles využití médií mezi lety 2015-2023

12. Seznam použitých zkratk

AIDS	syndrom získaného selhání imunity, soubor příznaků a infekcí, které jsou následkem poškození imunitního systému člověka
IQ	intelligenční kvocient
KGB	sovětská tajná služba
RWCT	čtením a psaním ke kritickému myšlení
RQ	racionální kvocient
StB	státní bezpečnost, československá politická policie, od roku 1945 pod kontrolou komunistické strany

13. Příloha práce

Dotazník – Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti

Psychologické prostředky a metody zvyšování dezinformační odolnosti



Prosím o vyplnění dotazníku, který je určen studentům středních a vysokých škol. Data budou použita v rámci empirické části bakalářské práce.

Děkuji za vyplnění.

Lukáš Nevečeřal, Policejní akademie České republiky v Praze

* Povinné

1. Uveďte svůj věk *

☐ do 18 let

☐ 19 - 25 let

☐ 25 a více

2. Odkud získáváte informace? *

☐ z denního tisku

☐ z televize

☐ z podcastů

☐ ze sociálních sítí

☐ od rodiny a přátel

☐ Jiné

3. Dokážete vysvětlit pojem mediální gramotnost? *

☐ ano

☐ ne

4. Charakterizujte pojem mediální gramotnost *

5. Myslíte si, že rozpoznáte pravdivé informace od dezinformace? *

- ☐ ano
- ☐ nejsem jistá/ý

6. Ověřujete pravdivost informací? *

- ☐ Ano
- ☐ Ne

7. Jak často ověřujete informace? *

- ☐ vždy
- ☐ pouze někdy
- ☐ většinou

8. Které webové stránky k ověřování informací využíváte? *

- ☐ hoax.cz
- ☐ manipulatori.cz
- ☐ demagog.cz
- ☐ hatefree.cz
- ☐ Jiné

9. Uvedte, s kterými dezinformačními weby jste se setkali? *

- ☐ AC24
- ☐ [CZ24.news](#)
- ☐ Parlamentní listy
- ☐ Sputnik
- ☐ Protiproud
- ☐ Aeronet
- ☐ Jiné

10. Jakých oblastí se dezinformace, se kterými jste se setkali, týkaly? *

- ☐ zdravotnictví
- ☐ ekonomika
- ☐ politika
- ☐ věda
- ☐ Jiné

11. Jaký vliv mají podle Vás dezinformace na smýšlení společnosti? *

- ☐ negativní
- ☐ pozitivní
- ☐ nevím

12. Co cítíte, pokud zjistíte, že zpráva, kterou jste si přečetli, je dezinformací? *

13. Pokud se s dezinformací setkáte, jak se zachováte? *

- ☐ šířím ji dál
- ☐ neberu ji v úvahu
- ☐ snažím se zamezit jejímu šíření

14. Pokud jste v přechozí otázce odpověděli "šířím ji dál", uveďte důvod. *

- ☐ snaha o zviditelnění
- ☐ je to zábava, legrace
- ☐ nepřemýšlím o tom
- ☐ Jiné

15. Jak se snažíte zamezit šíření dezinformace? *

16. Myslíte si, že je potřeba dezinformační weby blokovat? *

- ☐ ano
- ☐ ne
- ☐ je mi to jedno