



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra společenských věd

Diplomová práce

Jak učit o fake news?

Vypracovala: Bc. Tereza Havelcová

Vedoucí práce: PhDr. Helena Pavličíková, CSc.

České Budějovice 2023

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci na téma
jsem vypracoval(a) samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených
v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích

.....
Bc. Tereza Havelcová

Poděkování

Děkuji mé vedoucí diplomové práce PhDr. Heleně Pavličíkové, CSc. za její cenné rady, věcné připomínky, podporu a vřelý přístup při vedení této práce.

Anotace

Tato diplomová práce zkoumá fenomén fake news a zaměřuje se na pedagogické aspekty výuky o něm. Zpočátku představuje základní prvky, na nichž je tento jev založen. Práce se zabývá vznikem zpráv a jejich předáváním příjemcům, po němž následuje zkoumání pojmu fake news. Dále práce poskytuje historický přehled fake news s jejich rozdělením do jednotlivých období a zároveň se zabývá vlivem technologického pokroku na šíření informací. Následně se věnuje kognitivním a sociálním podjatostem a zdůrazňuje jejich vliv na náchylnost jednotlivců k fake news. Následně jsou představeny různé gramotnosti (informační, mediální a digitální), které mohou pomoci v boji proti fake news, přiblíženy jsou rovněž iniciativy agentur či orgánů mezinárodních organizací, jako je UNESCO a Evropská komise; i národní strategie uvedené v Rámcovém vzdělávacím programu. Dále diplomová práce zkoumá existující metodiky, které se zabývají pedagogickými aspekty výuky o fake news. Na základě teoretické části práce jsou vytvořeny výukové jednotky, které pokrývají relevantní témata související s fake news. Tyto jednotky zahrnují aktivity, jako je hraní rolí, kritická analýza textů a zkoumání kognitivních podjatostí a historického kontextu fake news. Většina těchto výukových jednotek prošla praktickým testováním, aby byla zajištěna jejich účinnost.

Klíčová slova: Fake news, historie fake news, kognitivní podjatosti, mediální gramotnost, mediální výchova, výukové materiály

Abstract

This diploma thesis examines the phenomenon of fake news and focuses on the pedagogical aspects of teaching about it. Initially, it presents the fundamental elements that underpin the phenomenon. The thesis explores the formation of news and its transmission to recipients, followed by an exploration of the concept of fake news. Furthermore, the thesis provides a historical overview of fake news, divides it into distinct periods, while also considering the impact of technological advancements on information dissemination. The discussion then delves into cognitive and social biases, highlighting their influence on individuals' susceptibility to fake news. The thesis subsequently introduces various literacies (information, media a digital) that can aid in combatting fake news, also presents initiatives of international agencies such as UNESCO and the European Commission, as well as the national strategy outlined in the Education Framework Programme. Additionally, the thesis examines existing methodologies that address the pedagogical aspects of teaching about fake news. Building on the theoretical part, the thesis develops teaching units that cover relevant topics related to fake news. These units encompass activities such as role-playing, critical analysis of texts, exploration of cognitive biases and the historical context of fake news. Most of these teaching units have undergone practical testing to ensure their effectiveness.

Key words: Fake news, history of fake news, cognitive bias, media literacy, media education, educational materials

Obsah

Úvod.....	7
1. Fake news a jejich vliv na informační společnost.....	9
1.1. Zdroje informací a jejich cesta ke koncovým uživatelům.....	9
1.2. Pojem fake news a jeho klasifikace.....	12
1.3. Vliv fake news na společnost	15
1.4. Vizuální stránka a tematické zaměření fake news.....	16
1.5. Fact-checking a jeho další aspekty	17
2. Historický pohled na fake news	19
2.1. Původ fake news a jeho různé formy v minulosti	19
2.1.1. Fake news v dobách ústní tradice a rukopisů	19
2.1.2. Vliv knihtisku na šíření fake news	20
2.1.3. Doba tradičních médií a vznik moderních fake news	23
2.1.4. Rozšíření internetu a nová vlna fake news	24
2.2. Historický posun ve způsobu sdílení informací	25
3. Fake news a vliv kognitivních, sociálních a kulturních bariér	28
3.1. Role konfirmačního zkreslení a jiných kognitivních podjatostí.....	28
3.1.1. Kognitivní disonance.....	28
3.1.2. Selektivní expozice	30
3.1.3. Konfirmační zkreslení	30
3.1.4. Efekt třetí osoby	31
3.1.5. Spáčský efekt.....	32
3.1.6. Efekt iluzorní pravdy / iluzorní efekt	32
3.2. Sociální a kulturní podjatost.....	33
4. Výuka gramotností a kritického myšlení v období fake news.....	36
4.1. Gramotnost a schopnost kritického myšlení k účinnému řešení fake news	36
4.2. Definování digitální gramotnosti.....	38
4.3. Důležitost mediální gramotnosti	40
4.4. Porozumění informační gramotnosti	44
5. Aktivní implementace mediální gramotnosti.....	46
5.1. Příklad iniciativ UNESCO a Evropské komise.....	46
5.2. Národní strategie a analýza Rámcového vzdělávacího programu.....	50

6. Dostupné metodiky a online zdroje pro výuku fake news	55
6.1. Publikace <i>Na pravdě záleží</i>	55
6.2. Publikace <i>O pravdu?</i>	58
6.3. Publikace <i>Dezinformační dezinfekce</i>	59
6.4. Publikace <i>Jak se stát novinářem</i>	61
6.5. Webový portál ČT edu	62
7. Metodika Jak učit o fake news?	64
7.1. Téma: Výzva pro editory zpráv: editorská rozhodnutí ve světě médií.....	66
7.2. Téma: Výzva pro editory zpráv: rozpoznajte fake news na sociálních sítích	72
7.3. Téma: Fakta nebo fikce: zkoumání důvěryhodnosti zpráv.....	76
7.4. Téma: Když si mysl zahrává: zkoumání podjatostí ve světě informací	83
7.5. Téma: Fake news a mýtus novosti: lhalo se i v minulosti.....	90
7.6. Pedagogická zpětná vazba od učitelů z praxe	96
Závěr.....	98
Použitá literatura	i
Seznam obrázků	xxi

Úvod

Jen těžko bychom dnes narazili na člověka, který se nikdy nesetkal s pojmem fake news. V moderní společnosti je tento fenomén nedílnou součástí sdělovacích prostředků, z nichž přijímáme informace o dění v naší společnosti i ve světě. V prostředí sociálních sítí se pohybují i žáci základních škol, kteří odtud kromě informací čerpají i zábavní obsah. Sociální sítě však poskytují prostor i fake news, které je pak využívají k manipulaci s veřejným míněním, proto je potřebné o takové hrozbě se žáky mluvit. Výuka o tématu fake news jim má pomoci rozvíjet schopnosti v oblasti kritického myšlení, posílit motivaci dohledávat a ověřovat si zdroje a získávat je z vícera zdrojů, čímž by měla být budována obezřetnost vůči fake news.

Konzumace informací je klíčová při utváření si pochopení světa kolem nás a v dnešní digitální době je jejich šíření snadné. Práce se tak nejdříve zaměří na popis různých forem, v nichž se informace dostávají ke koncovým uživatelům. Objasní, že informace nejsou vždy zcela objektivní a jejich poskytování může být ovlivněno různými motivacemi. Kromě toho je cílem práce představit charakteristiku, která odlišuje fake news od důvěryhodných zdrojů a připomenout rozdíl mezi zprávami a názory. Ve zkratce bude rovněž představen tematický rozsah fake news a úloha ověřování zpráv.

Ačkoliv si termín fake news získal značnou pozornost během prezidentských voleb ve Spojených státech v roce 2016, jeho existence předcházela tomuto nedávnému nárůstu ve veřejném diskurzu. Proto se sluší zaměřit na historický vývoj fake news od jejich rané formy v ústní tradici, přes vliv tisku, tradičních médií či internetu. Na základě zkoumání změn v technologiích a komunikaci pak bude ilustrováno, jak se fake news v průběhu času přizpůsobovaly a šířily. Zkoumání historické trajektorie fake news může přispět k širšímu pochopení tohoto fenoménu.

Mechanismy, kvůli kterým mohou lidé podléhat vlivu fake news, jsou dalším důležitým aspektem k pochopení daného fenoménu. Práce proto blíže představí psychologické a sociální determinanty, které mohou v lidech vyvolat důvěřivost vůči fake news. Zvláště důležitá je role, kterou hrají kognitivní podjatosti, jako je např. konfirmační zkreslení, které významně ovlivňuje zpracování a hodnocení informací. Práce představí tyto podjatosti a přiblíží jejich roli v šíření fake news.

Práce dále navazuje zásadní otázkou, jak proti fake news a podjatostem, které mohou jejich šíření podporovat, bojovat a klade důraz na objasnění gramotností, které

jedincům umožňují rozvíjet kritické myšlení, rozhodovat se při konzumaci informací a porozumět digitálnímu prostředí. V tomto kontextu práce vymeží rozdíly mezi digitální gramotností, informační gramotností a mediální gramotností a zdůrazní jejich význam pro podporu informovaných a ostražitých občanů.

Význam rozvíjení těchto gramotností a podpory kritického myšlení podtrhují např. snahy UNESCO nebo Evropské komise. Závěr teoretické části práce se proto soustředí na objasnění úsilí, které je vyvíjeno při řešení výzev, jež představují fake news; a při podpoře mediální gramotnosti. Teoretická část práce je zakončena popisem toho, jak je mediální výchova uvedena v aktuálním Rámcovém vzdělávacím programu (RVP) z roku 2021 a rozšiřuje jej o návrhy získané z připravované revize RVP, čímž přidává nejnovější poznatky o vývoji v této oblasti.

Cílem praktické části práce je jednak posoudit různé zdroje, které mohou učitelé využít při výuce na téma fake news, jednak vytvořit několik lekcí na téma fake news, které mají žáky vybavit potřebnými dovednostmi a znalostmi. Zkoumáním užitečných zdrojů práce usiluje o poskytnutí cenného souboru materiálů pro výuku o fake news. Lekce, které budou vytvořeny, se zaměří na rozvoj schopností kritického myšlení a podporu mediální gramotnosti žáků. Metodika, která bude vytvořena z těchto lekcí, vychází z teoretické části práce a soustředí se na praktické ukázky a cvičení. K některým lekcím bude rovněž přidána zpětná vazba od pedagogů, kteří lekce ověří v praxi.

Teoretická část diplomové práce je věnována důkladnému prozkoumání a vymezení pojmů souvisejících s fake news, které přispívají ke komplexnímu porozumění tohoto fenoménu. Praktická část se zabývá využitím pedagogických metodik, které učitelům umožní vzdělávat žáky v oblasti fake news. Práce má ucelenou strukturu, která usnadňuje systematický postup a směřuje od teoretických základů k následné praktické aplikaci teoretického rámce.

Diplomová práce čerpá především z vědeckých výzkumů, které jsou k dispozici ve vyhledávání Google Scholar, zejm. z webu Springer.com nebo Researchgate.net. V menším množství pak jsou využity tištěné zdroje a ostatní webové zdroje. Použité zdroje jsou převážně v anglickém jazyce, v menší míře i v jazyce českém.

1. Fake news a jejich vliv na informační společnost

Mohlo by se zdát, že hojné používání pojmu fake news způsobuje určitý zmatek v jeho přesném významu. Ještě větší obavy však může vzbuzovat skutečnost, že konkrétní jedinci si nemusejí být jisti tím, jak poznat pravdivou zprávu. Z tohoto důvodu se následující kapitola nejprve zaměří na objasnění složitosti procesu vytváření a získávání informací, včetně rozlišování mezi různými typy zpráv, jako jsou zpravodajské články, názorové články a konečně fake news. Samotný pojem fake news se v posledních letech stal velmi aktuálním a diskutovaným tématem, proto dále upřesní porozumění tohoto pojmu¹, jeho typologii a vliv na společnost. V krátkosti rovněž představí, jaké charakteristiky fake news pomáhají v jejich odhalení a jaké složitosti ovlivňují ověřování pravdivosti zpráv.

1.1. Zdroje informací a jejich cesta ke koncovým uživatelům

V současné době mají lidé mnoho možností, jak si vyhledat informace. K dispozici mají vysílací stanice, tištěná média nebo internetové zdroje. Nicméně internet disponuje nepřehledným a zdánlivě neomezeným množstvím informačních zdrojů. Lze si vybrat důvěryhodný zdroj, který má kořeny v tradičních médiích, nebo se jedinci rozhodnou čerpat sdělení z nezávislých médií, blogů, či alternativních webů. Čím více se navyšuje objem takových alternativních zdrojů o veřejných záležitostech, tím více je nutné mít obezřetný přístup k informacím, které z nich plynou (Banning a Sweetser, 2007). V tomto ohledu vzbuzují fake news obavy, protože narušují proces shromažďování informací a veřejné diskuse (Monsees, 2021). To je problém zejména proto, že lidé čtou zprávy, aby rozuměli tomu, co se děje ve světě kolem nich; a také aby pochopili, jak se na základě tohoto porozumění chovat (Alba, 2019).

Přesto o některých událostech nejsou recipienti vůbec informováni. Skutečnost, že novináři vybírají a distribuují zprávy svému publiku, je základem jedné z dominantních teorií o novinářské profesi, tj. gatekeepingu (Olsen *et al.*, 2022; Carvalho, 2017). Jedná se o redakční proces určující, které zprávy budou vybrány ke zveřejnění a slouží jako nezbytná prověrka informací v situaci, kdy je taková kontrola kvality informací obzvláště důležitá. Novináři mají povinnost předávat informace, které jsou

¹ Přestože jsou v této práci falešné zprávy nazývány *fake news*, v Česku se pro takové zprávy častěji používá pojem *dezinformace* (Filipec 2019; Monsees 2021).

přínosné pro veřejnost a filtrovat ty, které jsou vnímány jako opak (Olsen *et al.*, 2022), přitom se řídí určitými standardizovanými pravidly (Al-Rawi, 2018). Tento diskurz však podle Al-Rawiho (2018) může stále podléhat subjektivitě, neboť je založen na jedinečných zkušenostech, postojích a očekáváních každého novináře. Filipec (2019) uvádí příklad České televize (ČT), která je regulována zákonem o veřejnoprávním vysílání a pokud jde o poskytování vyvážených názorů, musí být podle zákona objektivní. Autor namítá, že i přes snahu o naplnění zákona čelí ČT silné kritice veřejnosti za neposkytnutí dostatečného mediálního prostoru jedincům s tzv. *alternativními názory*.² Sociální sítě, jako je např. Facebook, Twitter nebo YouTube, navíc přispívají k tomu, že v dnešní době se může stát zpravodajem téměř každý (Huber *et al.*, 2021). Na sociálních sítích je však zřejmá absence kontroly a centralizace způsobu, jakým uživatelé zveřejňují a sdílejí informace (Al-Rawi, 2018), a tudíž je snadněji obcházena klasická funkce gatekeepingu profesionální žurnalistiky (Huber *et al.*, 2021; Carvalho, 2017). Dalším problémem je však i přílišná důvěra informacím, které jedinci ze sociálních sítí přijímají, přičemž si nepřipustí, že mohou být některé informace lživé (Monsees, 2021).

Veřejnost navíc již nekonzumuje zprávy jen pasivně prostřednictvím tradičního zpravodajství, ale dává přednost interaktivním sociálním médiím, z nichž může získávat nové informace, nabízet své názory a diskutovat o zprávách s ostatními uživateli. Zde se také stírají hranice mezi profesionálními novináři a amatéry. Toto prostředí motivuje veřejnost, aby vytvářela obsah podle svého přesvědčení a prezentovala ho s dalšími lidmi jako legitimní zprávy (Kim *et al.*, 2021). Přestože tyto netradiční zdroje mohou poskytovat důležité informace o aktuálních událostech a autoři mohou být např. očitými svědky některých událostí, o kterých se jinak jinde nepíše, Molina *et al.* (2019) upozorňují, že takové zprávy mohou být neověřené a nepřesné, nebo se může jednat pouze o osobní komentáře pro sdílení názorů, fotografií, nebo postřehů.

Všechny subjektivní názory však stále nemusejí být automaticky označeny jako fake news, názorové články totiž existují i v kontextu věrohodných zpravodajů. Autoři

² Autor dále uvádí, že se Česká televize kvůli tlaku veřejnosti snaží na jedné straně pozvat uznávané odborníky a na druhé vyvažovat diskuse samozvanými odborníky. V důsledku toho např. došlo k paradoxní situaci, kdy v přímém přenosu vystoupil mezinárodně uznávaný odborník na zahraniční politiku USA Igor Lukeš spolu s kontroverzním politikem Ladislavem Jaklem, který prezentoval velmi zjednodušující příspěvek o zahraniční politice USA a který pomáhal šířit fake news (Filipec 2019). Před těmito paradoxními situacemi varuje např. Ashley (2020) a doplňuje, že tato snaha vyhnout se předpojatosti tím, že se představí *obě strany* problému, může vést k falešným ekvivalencím. To je problematické zejm. když je jedna strana podpořena pádnými důkazy, zatímco druhá se opírá o nepodložená tvrzení.

Alhindi a Preotius-Pietro (2020) uvádějí, že názorové články jsou v kontextu zpravodajství používány k prezentaci názoru redaktora nebo redakční rady s cílem přesvědčit čtenáře o určitém stanovisku. Miller (2020) připomíná, že názorové příspěvky propagují jediný názor, naopak zpravodajské články představují různé úhly pohledu a obsahují pozorovatelná a ověřitelná fakta. Zpravodajské články by měly tedy informovat o faktických zprávách nebo událostech (Alhindi a Preotius-Pietro, 2020). Meyer a Thorson (2010) doplňují, že názorové články a blogy postrádají stejnou důvěryhodnost a odbornost jako zpráva, i přes to, že se objevují i v seriózní žurnalistice.

Dostáváme se tedy k otázce, jak rozumět důvěryhodným zprávám. Zpravodajství má tradičně podle Oluwakemiho (2016) objektivně informovat o tom *co, kdo, kdy, kde, proč a jak* se děje. Zprávy autor charakterizuje např. jako popis nedávné, zajímavé a významné události, která se závažně dotýká společnosti, či jako dramatický popis něčeho neotřelého. Tandoc, Lim a Ling (2017) konstatují, že zpravodajství je často vnímáno jako výstup žurnalistiky, od které se očekává poskytování nezávislých, spolehlivých, přesných a komplexních informací. Od žurnalistiky se rovněž předpokládá, že bude informovat především o pravdě. Proto je pojem fake news v pravém slova smyslu oxymóronem, jelikož zprávy jsou ze své podstaty pravdivé, a nikoliv naopak (Baptista, 2022).

Baptista (2022) argumentuje, že i redakce fake news se většinou snaží informovat o událostech, které se staly. Podobnost s důvěryhodnou zprávou zde ale končí, protože fake news využívají ve svých sděleních nepravdivá tvrzení a překrucují fakta ve směsi buď zcela vymyšleného obsahu, nebo s polopravdami, což znamená, že podávají nedůvěryhodné zprávy (Hainscho, 2022).

Jednoduše řečeno, fake news slouží k manipulaci, ke které podle autorů pomáhá stávající webová infrastruktura a online mediální platformy (např. Facebook, Twitter), jež usnadňují šíření všech možných informací (Castelo *et al.*, 2019; Kim *et al.*, 2018). Waisbord (2018) doplňuje, že zhroucení zpravodajské kontroly na sociálních sítích zjednodušuje šíření informací pravdivých i nepravdivých.

Nepravdivé informace se snadno šíří také proto, že sociální sítě svou formou umožňují rychlou výměnu informací mezi velkým počtem uživatelů (Tandoc, Lim a Ling, 2017). Lidé chtějí co nejrychleji sdílet stále více informací s jejich komunitami, a v důsledku rychlosti šíření se mohou lidé omylem (či záměrně) dopustit šíření fake news

(Talwar *et al.*, 2020). Navíc Clayton *et al.* (2019) tvrdí, že náchylnost veřejnosti k fake news vzrostla tím, jak se lidé stále více spoléhají na sociální sítě jako na primární zdroj zpráv. To je problém, protože podle Talwara *et al.* (2020) sociální média rozostřují konceptualizaci informačních zdrojů. Dále autoři připomínají, že zpravodajská organizace může publikovat článek, který se k jednotlivci dostane buď prostřednictvím vyhrazeného zpravodajského webu, prostřednictvím webu zpravodajské organizace na sociálních sítích, nebo dokonce prostřednictvím sdíleného příspěvku jiných uživatelů. Uživatelé sociálních sítí proto musí procházet množstvím informací sdílených více zdroji obezřetně (Tandoc, Lim a Ling, 2017). Navíc kdokoliv si může založit blog a sdílet své myšlenky. Nezáleží na tom, jestli se jedná o dobře informované jedince, protože, na rozdíl od profesionálních redakcí, nejsou pohnáni k odpovědnosti (Alba, 2019). Také zdroje, jako jsou rodinní příslušníci, blízcí přátelé nebo kvalitní média, jsou konfrontovány s reklamami a falešnými zpravodajskými blogy. To činí rozhodování o tom, kterým zprávám věřit, stále složitějším (Heuer a Breiter, 2018).

Jakmile jsou fake news vloženy na sociální sítě, tak šířením materiálu na osobních profilech jednotlivých uživatelů se zvyšuje jejich dosah. Autor však připomíná, že ve skutečnosti jen menšina lidí šíří fake news aktivně. Je známo, že původci takových zpráv se již před jejich distribucí zaměřili na konkrétní demografickou skupinu v rámci které fake news šíří. Další interakce spouští také algoritmy sociálních médií, které je zobrazují dalším uživatelům. Jedná se o jev známý jako *organický dosah*, který může vést k exponenciálnímu šíření nepravdivých informací (Buchanan, 2020).

Madrid (2023) doplňuje, že sociální sítě si vytvořily systém odměn, který podněcuje uživatele k tomu, aby setrvali na svém profilu a sdíleli množství příspěvků. Uživatelé, kteří často zveřejňují zejm. senzační a poutavé informace, pak spíše na sebe upoutají pozornost. Jakmile si uživatel sítě vytvoří na popsané chování návyk, neuvažuje o kritických dopadech své činnosti, a tudíž nepřemýšlí nad dopady sdílení fake news.

1.2. Pojem fake news a jeho klasifikace

Pojem fake news se v posledních letech stal všeobecně známým a nabývá různých podob a definic. Definice se v průběhu času mění a liší se i v závislosti na zaměření výzkumu autora (Kim *et al.*, 2021). Panují neshody ohledně toho, co přesně se považuje za fake news a různí jednotlivci a skupiny si mohou tento pojem vykládat na základě svých předsudků a perspektiv. Zatímco někteří mohou považovat za fake news pouze

záměrně lživé informace, jiní fake news zahrnují do kontextu neobjektivního zpravodajství, clickbait titulků, nebo jimi označují zprávy, se kterými nesouhlasí.

V důsledku toho neexistuje žádná univerzální definice fake news (Castelo *et al.*, 2019; Zhou a Zafarani, 2020), avšak v akademických článcích se fake news nejčastěji definují jako pojem popisující virální příspěvky založené na fiktivních účtech, které vizuálně připomínají zpravodajské články. Definice tedy může znít takto: *Fake news jsou zpravodajské články, které jsou záměrně a prokazatelně nepravdivé a mohly by čtenáře uvést v omyl* (Tandoc, Lim a Ling, 2017; Allcott a Gentzkow, 2017; Zhou a Zafarani, 2020). Heuer a Breiter (2018) upřesňují, že se jedná o vymyšlené informace, které zpravodajské články napodobují formou, ale už ne organizovaným procesem, či záměrem. Buchanan (2020) doplňuje, že fake news má v úmyslu oklamat své příjemce, ať už s cílem způsobení škody, nebo za účelem politického, osobního, nebo finančního zisku. Nakonec konzervativní weby a blogy často využívají pojem fake news k diskreditaci mainstreamových médií, pokud s jejich zpravodajským sdělením nesouhlasí (Waisbord, 2018).

Podobně jako při definování fake news, neexistuje ani jejich jednotná klasifikace, ta závisí na stanovisku daného autora. Řada studií použila termín fake news k označení různých typů nedůvěryhodných mediálních sdělení, avšak s odlišnými úmysly autorů, jsou jimi např. parodie na zprávy, či zpravodajské výmysly. Existuje více výrazů, které popisují fake news a mezi ně může patřit např. manipulace s fotografiemi, hoax, konspirační teorie či propaganda (Gregor, 2018). Tandoc, Lim a Ling (2017) uvádějí příklad jedné z možných klasifikací fake news:

1. *Zpravodajská satira*: Satirické články zesměšňují ty zpravodajské, obvykle používají humor nebo nadsázku. Jedná se především o zábavní pořady a moderátoři se nazývají komiky nebo baviči, nikoliv novináři nebo hlasateli zpráv.
2. *Parodie na zpravodajství*: V mnoha charakteristikách je podobná satire, jelikož jejich základ tvoří humor, ale na rozdíl od satiry, jež přímo komentuje aktuální dění prostřednictvím humoru, parodie zesměšňuje problémy a upozorňuje na ně tím, že nabízí svým recipientům zcela fabrikované informace.
3. *Zpravodajské výmysly/ falešné zprávy*: Tento termín používají autoři pro články, které nejsou založené na žádných faktech, ale jsou napsány ve stylu

zpravodajského článku, aby působily autenticky. Na rozdíl od parodie není mezi autorem článku a čtenářem implicitní pochopení, že se jedná o nepravdivé informace. Naopak záměrem těchto publikací je uvést čtenáře v omyl. Takové fake news mohou být publikovány na webu autorů nebo na sociálních sítích.

4. *Manipulace s fotografiemi*: Jde o záměrnou manipulaci s fotografií nebo videem s cílem vytvořit jejich falešný narativ. Autoři tuto praxi označují jako *zpronevěru* (může se použít i termín *neoprávněné užití*). Jedná se o fotografii, která nebyla upravena, ale byla vytržena z původního kontextu a vložena do jiného kontextu buď úmyslně, nebo omylem.
5. *Propaganda*: Zprávy, které jsou vytvořeny politickým subjektem za účelem ovlivnění vnímání veřejnosti. Jejich zjevným cílem je získat prospěch pro veřejně činnou osobu, organizaci nebo vládu.

Další možnou typologii fake news nabízí Zannetta *et al.* (2018), kteří je rozdělují do sedmi kategorií:

1. *Vymyšlené informace*: Kompletně smyšlené příběhy oddělené od reálných faktů. Podle autorů je to nejvážnější typ fake news, jelikož jejich cílem je čtenáře oklamat.
2. *Propaganda*: Obvykle se jedná o vymyšlené příběhy, jejichž záměrem je poškodit určitou stranu. Autoři doplňují, že tento typ fake news není nový, neboť se používal např. během studené války.
3. *Podvod*: Týká se zpráv, jejichž autor/doména se vydává za někoho jiného. Jedná se o obzvláště zavádějící typ fake news, protože jedním z hlavních znaků, podle kterých se ověřuje důvěryhodnost zprávy, je právě její zdroj.
4. *Konspirační teorie*: Tento termín se používá pro takové fake news, které se snaží vysvětlit nějakou událost jakýmsi spiknutím, pro které však neexistují relevantní důkazy. Tyto příběhy se týkají např. ilegálních akcí, které jsou údajně provedeny vládou nebo jinými mocnými jedinci.
5. *Hoaxy*: Podle autorů se jedná o zpravodajské články, které obsahují informace buď nepravdivé, nebo nepřesné, ale jsou prezentovány jako legitimní fakta.
6. *Hyperpartajní*: Tyto jsou využívány především v politickém kontextu a odkazují na taková sdělení, která jsou extrémně jednostranná (levicová nebo pravicová).
7. *Klam*: Tento typ fake news využívá podle autorů při argumentaci neplatnou úvahu.

1.3. Vliv fake news na společnost

Poslední roky se podle Tsfatiho (2020) nesou ve znamení *vzestupu dezinformační společnosti*, období *alternativních faktů*, nebo *post-pravdy*. Podle autora termín *post-pravda* popisuje nejen nárůst frekvence lži ve veřejné sféře, ale odkazuje na svět, ve kterém pravda již není očekáváním, což má na společnost závažné dopady.

Fake news ve společnosti mohou způsobit mnoho důsledků, které ovlivňují nejen podobu online prostoru. Tyto dopady se rozprostírají do různých oblastí života společnosti a mohou se dotýkat politického vlivu nebo zvýšení polarizace mezi skupinami, což má za následek podkopávání občanské společnosti a snižování důvěry lidí. V online prostředí jsou fake news také široce využívány jako nástroj k ovlivňování a mohou vést ke změně postojů jejich recipientů (Buchanan, 2020).

Vliv na proces tvorby veřejného mínění je významný, neboť pomáhá formovat názory a postoje lidí k různým tématům a utváří tak základ pro rozhodování se v demokratickém procesu. Chambers (2020) představuje dva způsoby, kterými fake news tento proces ovlivňují. Prvním způsobem je, že jako forma manipulace záměrně deformuje skutečnost a tlačí na zvrácení jejího komunikačního toku. Fake news tím může způsobit, že lidé budou skeptičtí vůči tradičním zdrojům informací a začnou hledat alternativní zdroje. Druhým způsobem, jak fake news ovlivňují proces tvorby veřejného mínění, je to, že lidé důvěřivě včleňují nepravdivé informace do svých názorů. Tím se zvyšuje polarizace a důvěryhodnost celého procesu je ohrožena. Lidé následně ztrácejí důvěru v demokratický proces a ve veřejné mínění obecně.

V českém prostředí se vyskytuje jedna zvláštnost, která stojí za zmínku. Gosling (2022) tvrdí, že český mediální prostor je zdravější, než tomu je ve většině sousedních států, takže fake news si našly jiná média a jiný formát. Specialitou jsou podle autora zejména řetězové e-maily. Navíc se ukazuje, že ani česká společnost není vůči fake news imunní. Např. podle studie Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky (NFNZ) z roku 2021 je většina Čechů fake news vystavena, jelikož 66 % respondentů uvedlo, že se na internetu s fake news setkalo. Na fake news mohou Češi podle studie na internetu narazit různými způsoby: Někteří na ně narazí náhodou, jiní v obsahu, který sdílel jejich známý, další uživatelé si je např. přečtou v komentářích na sociálních sítích zpravodajských webů. Nakonec studie zaznamenala, že většina dotázaných (62 %) nedůvěřuje zprávám (ČTK, 2021).

1.4. Vizuální stránka a tematické zaměření fake news

Poznat, kdy se jedná o fake news, nemusí být vůbec jednoduché. Některé fake news si zpravidla přivlastňují vzhled a dojem skutečných zpráv, např. podobou webové stránky nebo stylem psaní článku.³ Tandoc, Lim a Ling (2017) doplňují, že to je z důvodu snahy fake news vypadat legitimně. Důležité je si připomenout, že fake news sice napodobují skutečné zprávy svou formou, ale ne organizačním postupem či záměrem, jelikož postrádají redakční normy a postupy legitimních médií pro zajištění přesnosti a důvěryhodnosti informací (Molina *et al.*, 2019).

Znaky, podle kterých se lze rozhodnout, zda se jedná o legitimní zprávu, či fake news, však existují. Nezřídka se ve fake news objevují neověřené citáty, emotivní výrazy, pravopisné a gramatické chyby a nepřesné výroky doprovázené fotografiemi. Rychlým zpětným vyhledáváním na Googlu lze např. zjistit, zda zobrazená fotografie vznikla před událostí, o které článek informuje (Molina *et al.*, 2019). Dále Horne a Adali (2017) ve své studii např. zjistili, že zpravodajské články dostupné v anglickém jazyce, ve kterých se objevují fake news, bývají obsahově kratší, ale používají opakující se výrazy a méně interpunkce. Fake news články se odlišují od seriózních článků i svými titulky. U fake news jsou titulky delší, používají méně teček a méně podstatných jmen, ale více vlastních jmen. Dále se fake news podle autorů více podobají satíře než skutečným zprávám. Některé fake news jsou pak doprovázeny textem, který zvyšuje naléhavost sdělení, často s jistou mírou konspirace, např.: *Prosím, rychle to přepošlete všem svým přátelům, než to smažou nebo ...a (mainstreamová) média tuto skutečnost zamlčují* (Filipec, 2019).

Nakonec webové stránky obsahující fake news nesou velké množství reklam – to není překvapivé vzhledem k tomu, že poskytovatelé mohou získat značné příjmy z reklamy tím, že přilákají uživatele na své webové stránky atraktivními titulky. Fake news články jsou rovněž navrženy tak, aby ve čtenáři vyvolávaly podnětné emoce. Jejich titulky mohou mít podobu senzacechtivého charakteru, jenž má upoutat pozornost čtenářů a to např.: *Právě vyšlo, Přečtěte si, nebo Mimořádná zpráva* (Castelo *et al.*, 2019).

Fake news také pokrývají témata, která podle autorů mohou rezonovat společností a vyvolat v ní reakci. Totiž ne všechna témata mají mezi lidmi takový ohlas pro jejich

³ Fake news v USA byly např. zveřejněny na falešném zpravodajském webu (abcnews.com.co), který se velmi podobá webu ABC News (abcnews.go.com) nejen formátem, ale i názvem, logem a adresou sítě (Baptista a Gradim, 2022).

další šíření. Neff (2022) připomíná, že témata, jakými jsou změna klimatu, technologie 5G nebo vakcíny, se stávají předmětem trvalých kampaní fake news. Šíření fake news je také pravděpodobnější, pokud mají přímý dopad na lidi, kteří je čtou a sdílejí. Určitá témata, hlavně ta, která se týkají zdraví jedinců, nebo ta, která vyvolávají morální pobouření, se šíří snadněji (Neff, 2022). V kontextu mimořádných událostí fake news pomáhají členům komunity dosáhnout společného porozumění v nejisté situaci (Muhammed a Mathew, 2022; Neff, 2022) a při absenci dobrého vysvětlení je navíc podle autorky přirozené hledat alternativní informace, které by doplnily mezery v mentálním modelu světa recipientů (Neff, 2022). Podobné vysvětlení zmiňují autoři Muhammed a Mathew (2022), podle kterých při šíření a uvěření fake news hraje roli úzkost, tedy když se lidem nepodaří získat informace z oficiálních zdrojů, začnou shromažďovat související informace z okruhu svých vrstevníků nebo z jiných (alternativních) zdrojů.

Muhammed a Mathew (2022) rozlišují tři hlavní oblasti témat fake news, kterými jsou katastrofy, zdravotnictví a politika. Tsfati *et al.* (2020) udávají podobná témata, jmenovitě to jsou zdravotní problémy, problémy životního prostředí, spotřebitelská témata a samozřejmě se dostávají k různým politickým a společenským debatám. Filipec (2019) doplňuje, že strach, který fake news pomáhají šířit, mohou využít populistické, nacionalistické nebo extrémistické strany. V tomto kontextu se do popředí dostávají fake news mířící proti EU, NATO či liberální demokracii jako takové. Nakonec je důležité zmínit, že lidé jsou kvůli svým vlastním předpojatostem náchylnější fake news uvěřit. Pokud je tvrzení v souladu s jejich dosavadními přesvědčeními a předsudky, je méně pravděpodobné, že budou zpochybňovat jeho pravdivost (Neff, 2022).

1.5. Fact-checking a jeho další aspekty

Pojmem fact-checking (česky *ověřování zpráv*) se označuje proces, jehož cílem je rozlišování pravdivých a nepravdivých informací (Raza a Ding, 2022; Guo *et al.*, 2022) a tedy, jestli můžeme zprávě důvěřovat. Autor Paskin (2018) definuje důvěryhodnost zpráv jako složitý koncept, který zahrnuje několik dimenzí. Důvěryhodnost může být vnímána vůči samotné zprávě (článku), zdroji (novináři nebo médiu) nebo médiu samotnému (např. noviny, webové stránky). Tyto dimenze jsou hlavními pomocníky v odhalení fake news. Nutil (2018) doplňuje, že je důležité si nejprve zjistit relevanci zdroje, ze kterého informace pochází, ověřitelnost zdrojů, které autoři uvádí, nebo četnost výskytu informace, či fotografie z jiných zdrojů.

Ověřování faktů je důležitý úkol žurnalistiky a často tento úkon provádí manuálně i některé specializované subjekty, jako je např. Politifact. V zájmu zajištění pravdivého zpravodajství provádějí interní kontrolu faktů před zveřejněním také vydavatelé novin, časopisů a knih (Guo *et al.*, 2022). Fact-checking hraje velkou roli právě v boji proti fake news (Moravec *et al.*, 2019). V českém prostředí kromě novinářů poskytují pomoc lektori a univerzity nebo dobrovolníci (např. Zvolsi.info). Některé weby přispívají do této oblasti ověřováním faktů v politických projevech (Demagog.cz), zaměřují se na vyvracení politických fake news (Manipulatori.cz) či hoaxů (Hoax.cz) (Filipec, 2019).

Ověřování faktů je však náročný proces, který vyžaduje, aby novináři prověřili více zdrojů, posoudili jejich spolehlivost a porovnali je. Profesionálním ověřovatelům faktů může tento proces trvat několik hodin, nebo i dní (Guo *et al.*, 2022). Na jedné straně zde tedy figurují lidští hodnotitelé, na straně druhé se objevují i automatizované nástroje, které fake news identifikují (Moravec *et al.*, 2019). Automatizované ověřování faktů získalo pozornost v komunitě umělé inteligence kvůli ohromnému množství nových informací, které se rychle objevují a šíří a manuální ověřování nestačí držet krok s tímto tempem (Guo *et al.*, 2022). K dispozici jsou aplikace, které mohou označit příspěvek jako fake news (Monsees, 2021) například pomocí varovných značek (nebo označení) v titulku zprávy. Aby byla zaručena jejich přesnost, tak ověřování faktů na sociálních sítích vyžaduje čas i v případě automatického označování fabrikovaných příspěvků (Muhammed a Mathew, 2022, Molina *et al.* 2019). Snadný přístup a používání sítí, rychlost šíření informací a obtížné opravování takových informací vytváří možnost rychlého šíření fake news a činí jejich kontrolu nelehkým úkolem (Katsaounidou *et al.*, 2019; Moravec *et al.* 2019; Muhammed a Mathew, 2022). Mohlo by se tedy namítnout, že mediální gramotnost je pravděpodobně nejlepším řešením v boji s fake news (Monsees, 2021).

2. Historický pohled na fake news

Fake news jsou v poslední době velmi diskutovaným tématem, a to především kvůli rostoucímu vlivu sociálních sítí. Sociální sítě se v posledních letech staly významným nástrojem pro šíření zpráv, je však nutné připomenout, že historie šíření zpráv (včetně těch falešných) předchází digitálnímu věku. Příkladem mohou posloužit staří Římané, kteří používali první formy informačních tabulí již před více než 2000 lety. Skutečný rozvoj zpravodajských médií a masové komunikace však umožnil až nástup knihtisku v 15. století (Hobbs, 2020). Tato kapitola blíže specifikuje, v jaké formě a v jakém kontextu se v historii objevovaly fake news a uvede, jak se změnil způsob sdílení informací a jak to ovlivnilo šíření fake news.

2.1. Původ fake news a jeho různé formy v minulosti

Technologické nástroje v současnosti umožňují snadnou úpravu obrázků a rychlé sdílení falešného obsahu prostřednictvím internetu. Watson (2018) proto připomíná, že lze důvodně usuzovat o fenoménu fake news jako o výdobytku současnosti, jehož nástup umožnily nové technologické možnosti. V roce 2017 se navíc slovní spojení *fake news* stalo slovem roku podle slovníku Collins Dictionary a zdá se, že od tohoto okamžiku se v hojné míře objevuje v titulcích novin. Ačkoliv se může zdát, že se skutečně jedná o něco nového, příklady situací, které můžeme jako fake news označit, lze nalézt v průběhu celé historie (BBC Bitesize, b.r.). Koncept falešných nebo nepravdivých zpráv totiž vůbec není nový (Watson, 2018; Weaver, 2019), naopak autoři upozorňují, že v průběhu lidských dějin jedinci často šířili nepravdivé informace ve snaze zkreslit určité skutečnosti nebo získat výhodu ve veřejných debatách (Weaver, 2019) a pravděpodobně tak fake news existují stejně dlouho jako zprávy založené na faktech (Watson, 2018).

2.1.1. Fake news v dobách ústní tradice a rukopisů

Burkhardt (2017) upřesňuje, že fake news se šířily již od doby, kdy bylo důležité zastávat v lidských skupinách silné postavení. V takové době bylo nejčastější zprávy šířit ústně, autor však připomíná, že bylo možné je zapisovat na materiály, jako byl kámen či papyrus, nicméně takové záznamy byly často pouze v držení lídrů, kteří si tím udržovali kontrolu nad informacemi. Absence přísunu informací mezi prostý lid přispívala podle autora k vytváření hierarchických postavení ve společnosti.

Historie nabízí řadu konkrétních příkladů šíření fake news, kterými si jejich autoři ve společnosti upevňovali svou politickou moc. Posetti a Mathews (2018) navíc popisují fake news (nebo propagandu) jako charakteristický rys lidského života a uvádějí např. fake news z římských dob, kdy Octavianus inicioval kampaň proti Antoniově pověsti (Posetti a Mathews, 2018; Ireton a Posetti, 2018). Blíže popisují situaci, při které Octavianus (adoptivní syn Julia Caesara) a Marcus Antonius vedli boj o moc. Octavianus tehdy použil propagandistickou taktiku k šíření fake news o Antoniovi, např. rozdával mince s nápisy, které popisovaly Antonia jako alkoholika a *loutku* Kleopatry (BBC Bitesize, b.r.; Watson, 2018). Octavianus dokonce tvrdil, že má kopii Antoniovy oficiální závěti, ačkoliv historici o její pravdivosti dodnes vedou spory. Octavianus přečetl onu závěť nahlas v senátu, kde rozdmýchal emoce politiků a zesílil jejich předpojatost vůči Kleopatře, když prohlásil, že Antonius chce být pohřben spolu s egyptskými faraony. Senát byl přednesenými informacemi pobouřen, prohlásil Antonia za zrádce a vyhlásil Kleopatře válku. Antonius byl tímto činem veřejně ponížěn a po porážce v bitvě u Actia spáchal sebevraždu (Watson, 2018). Octavianus se stal Augustem, prvním římským císařem, a fake news mu tak umožnily dostat se k moci (Posetti a Mathews, 2018).

Burkhardt (2017) přikládá další příklad fake news, které pocházejí ze šestého století n. l. a popisují činy Prokopia z Kaisareie, hlavního byzantského historika. Autor se domnívá, že Prokopios využil fake news, aby poškodil pověst císaře Justiniána, kterého během jeho života podporoval. Po Justiniánově smrti však vydal pojednání nazvané *Skryté dějiny*, které zdiskreditovalo císaře i jeho ženu Antonii. Jelikož byl císař mrtev, nemohl vystoupit proti Prokopiovu nařčení. Nový císař navíc nebyl Justiniánovi nakloněn, proto se Burkhardt domnívá, že Prokopios měl motivaci distancovat se od Justiniánova dvora, přičemž použil neověřené a falešné příběhy.

2.1.2. Vliv knihtisku na šíření fake news

Vynález knihtisku, který se datuje přibližně k roku 1440, vedl k rapidnímu nárůstu množství tištěných textů a s nimi i fake news. Tisk značně zvýšil produkci psaných textů, ale s výjimkou elity, jíž byli např. kněží, zůstávalo zprvu čtení a psaní pro většinu lidí nedostupné (Cunningham, 2000). Křivá nařčení se však stále vyskytovala v ústní formě. Jeden z nešťastných příkladů pochází z roku 1475 z italského města Trento, ve kterém se ztratil dvaapůlletý chlapec jménem Simonino. Františkánský kazatel Bernardino da Feltre pronesl k incidentu sérii kázání, v nichž obvinil židovskou komunitu z mučení a vraždy

tohoto křesťanského dítěte (Soll, 2016; Watson, 2018). Soll (2016) uvádí, jak da Feltre bezmezně prohlašoval, že chlapcovo tělo bylo nalezeno ve sklepě židovského domu. K tomuto nařčení se brzy přidaly fake news, které obviňovaly židy z používání krve zavražděných dětí při náboženských rituálech. Takové fake news měly, bohužel, nešťastné následky, kdy patnáct členů židovské komunity bylo shromážděno a zavražděno na základě nepravdivých informací (Watson, 2018). Podle historiků jsou příběhy o židech, kteří pijí krev zavražděných dětí, součástí základů antisemitismu a existují již od 12. století n. l. Soll (2016) připomíná, že i v současnosti se tyto fake news objevují na webovém portálu s antisemitským obsahem, který tento fabrikovaný incident, navzdory jeho nepravosti, využívá k šíření nenávisti vůči židovské komunitě.

Na jedné straně se šířily fake news, které poškozovaly pověst konkrétních komunit, jako to bylo v případě Bernardina da Feltre, na straně druhé však vznikaly fake news s neuvěřitelnými historkami. Standage (2017) argumentuje, že fabrikované informace se šířily již od samého vzniku tiskovin a od 16. století vydávaly tiskárny pamflety nebo zpravodajské knihy, které obsahovaly detailní popisy neobvyklých událostí nebo výjevy fantastických stvoření. Autor např. uvádí novinovou knihu z Katalánska z roku 1654 líčící objev netvora s kozíma nohama, lidským tělem, sedmi rukama a sedmi hlavami. V Anglii tisk z roku 1611 zas informoval o ženě holandského původu, která dokázala žít bez jídla a pití po dobu 14 let. Nepravdivost zmíněných událostí nebránila tiskařům v jejich distribuci. Navíc se tiskaři údajně bránili argumentem, že zajišťují distribuci zpráv, za jejichž pravdivost nejsou zodpovědní.

Podobně jako je tomu dnes, i v historii se významné osoby stávaly běžnými náměty fake news a např. v době vrcholícího jakobitského povstání v polovině 17. století se fake news staly neodmyslitelnou součástí politického boje ve Velké Británii. Knihtisk pomohl povstalcům rozšířit zprávy, které krále Jiřího II. označovaly za chorého, za účelem destabilizace jeho režimu (BBC Bitesize, b.r.; Starmans, 2018). Král spoléhal na svůj image silného vůdce (BBC Bitesize, b.r.), fake news však publikovali renomovanější tiskaři, což činilo odlišit skutečnost od fikce obtížné (BBC Bitesize, b.r.; Starmans, 2018) a králův image na veřejnosti byl poškozen (BBC Bitesize, b.r.).

Témata fake news zůstávala nadále konzistentní a s nárůstem četnosti tiskovin pronikaly k veřejnosti neuvěřitelné příběhy o mořských příšerách, čarodějnicích, a dokonce se objevilo i tvrzení, které přisuzovalo přírodní katastrofy hříchům lidí. Tím bylo např. tvrzení církve a evropských úřadů o zemětřesení v Portugalsku v roce 1755

(Soll, 2016). V kontextu portugalského zemětřesení se navíc objevovaly pamflety, jež tvrdily, že zjevení Panny Marie bylo důvodem přežití některých jedinců. Kromě toho, že se jednalo o falešné vysvětlení lisabonského zemětřesení ze strany katolické církve, tento incident vedl k Voltairově vystoupení proti náboženským vysvětlením přírodních událostí (Soll, 2016; Bruins, 2022). Bruins (2022) doplňuje, že toto prohlášení hrálo významnou roli při rozvoji osvícenství.

V devatenáctém století se noviny staly hlavním pramenem informací pro veřejnost a zároveň snadným a cenově dostupným způsobem, jak šířit zprávy mezi lidmi. V USA byl tisk tak levný, že některé noviny bylo možné koupit za pouhý cent (BBC Bitesize n.d.) Tento tzv. *penny press* si mohli zakoupit i dělníci.⁴ Vydavatelé penny pressu si uvědomovali potenciál senzacechtivosti, což vedlo ke vzniku moderního bulváru. Titulky takových novin obsahovaly mnoho fake news a to např. o obrech, mořských pannách, nebo UFO a zisky z jejich prodeje prudce vzrostly (Watson, 2018).

Příklad senzačních zpráv představuje série článků publikovaných v roce 1835 v *The New York Sun*, ve kterých autor potvrzoval existenci mimozemské civilizace na Měsíci. Objev byl neprávem připisován známému astronomovi té doby Siru Johnu Herschelovi. Článek popisoval, jak Herschel učinil tyto objevy pomocí nových tzv. *hydro-kyslíkových lup*. K věrohodnosti článku přispíval podle autora i detailní popis, jak k objevu došlo. Tento *Velký měsíční podvrh (The Great Moon Hoax)* umožnil vydavatelství *The Sun* upevnit si postavení na trhu a zvýšit své zisky (Bruins, 2022).

Některé fake news popisy nadpřirozených jevů neobsahovaly. Watson (2018) jako příklad uvádí noviny *New York Herald*, v nichž se v roce 1874 objevil titulek: *Uprchlá zvířata se potulují ulicemi Manhattanu*. Článek popisoval překvapivý hromadný útěk zvířat z klecí ze zoo v Central Parku, byl popsán alarmujícím způsobem a s názornými detaily. Uváděl, že v důsledku útěku zvířat zemřelo 27 lidí a 200 osob bylo zraněno. Autorka však poznamenává, že vydání tohoto článku doprovázely dobré úmysly. Článek měl upozornit na nedostatečná bezpečnostní opatření v zoologické zahradě. Navíc bylo v posledním odstavci článku připsáno, že žádné zvíře ve skutečnosti neuteklo, a přestože byla redakce za publikaci takového článku hlasitě kritizována svou konkurencí, jejich varování newyorská komunita vyslyšela a zlepšila podmínky v zoo.

⁴ Noviny se dříve prodávaly za 6 centů, což představovalo téměř půlku denní mzdy dělnické třídy, mohli si je tedy zakoupit jen obchodníci (Watson 2018).

2.1.3. Doba tradičních médií a vznik moderních fake news

Zpravodajství se stále vyvíjelo a podle Watson (2018) tento rozvoj směřoval správným směrem. Stěžejní byl rok 1896, kdy Adolph Ochs koupil upadající *New York Times* a úspěšně jej změnil, když začal vydávat noviny založené na faktech. Krátce nato zavedla Společnost profesionálních novinářů standardy pro kvalitní a profesionální žurnalistiku. Nicméně fake news tímto krokem potlačeny nebyly a jejich přítomnost přetrvávala, přičemž veřejnost klamaly záměrně, i neúmyslně.

V roce 1926 např. v rozhlase BBC odvysílal Ronald Arbuthnott Knox zprávu s názvem *Broadcasting the Barricades (Vysílání barikád)*. Během tohoto vysílání Knox naznačoval, že Londýn byl napaden komunisty, parlament byl jimi obklíčen a hotel Savoy a Big Ben byly vyhozeny do povětří. Burkhardt (2017) upozorňuje, že ti, kteří si vysílání naladili pozdě, neslyšeli upozornění, že se jedná o parodii, nikoliv o skutečné zpravodajství. Tato dramatická prezentace, která se odehrála jen několik měsíců po generální stávce v Anglii, způsobila menší paniku, dokud se nepodařilo příběh vysvětlit. Podobný incident se stal v roce 1938. V neděli 30. října vysílala stanice *Columbia Broadcasting* adaptaci románu HG Wellse *the War of the Worlds (Válka světů)* z roku 1898. Během vysílání byly první dvě třetiny příběhu odprezentovány jako série mimořádných zpráv, jejichž efekt byl tak realistický, že mnoho posluchačů zpanikařilo a uvěřilo, že skutečně dochází k mimozemské invazi. Pořad začal přerušáním běžného vysílání oznámením, že jistý profesor si povšiml série výbuchů na Marsu. Později se objevila zpráva, že v New Jersey spadl meteorit a zabil 15 000 lidí. Další zpráva byla v rozporu s první, která tvrdila, že meteorit byl ve skutečnosti válcovitý objekt obsahující podivné bytosti z Marsu vyzbrojené zbraněmi (Starmans, 2018). Adaptace v rozhlasovém vysílání vyvolala paniku ve Spojených státech, protože jen málo indicií naznačovalo, že zprávy o invazi jsou smyšlené, a i když toto vysílání původně nemělo být fake news, někteří posluchači ve vysílání přeslechli zmínku, že se jedná o inscenaci zmíněného románu (Burkhardt, 2017).

Ani během válek nebylo fake news ničím neobvyklým. Např. v roce 1898 se na Kubě potopila loď amerického námořnictva USS Maine. Některé noviny tehdy šířily zprávy, že španělští vojáci jsou viníky této tragédie. Fake news využívaly umělecké ilustrace dramatického výbuchu, aby čtenáře přesvědčily o pravdivosti tvrzení. Neexistoval však žádný skutečný důkaz, který by obvinění potvrdil. Američané však

nyní považovali Španěly za nepřátele a o několik let později vypukla španělsko-americká válka. Fake news tedy sehrály významnou roli. Během první světové války pak britské noviny, jako *Times* a *Daily mail*, obviňovaly Němce z odebírání tuku z těl mrtvých vojáků na obou stranách konfliktu, ze kterého údajně vyráběli mýdlo a margarín. I tato zpráva, která pocházela z oficiálního britského vládního oddělení, měla za cíl přesvědčit čtenáře, že Němci jsou barbarský nepřítel a že je potřeba ho porazit (BBC Bitesize, b.r.).

Je dobře známo, že šíření fake news o židovských praktikách hrálo roli v nacistické propagandistické kampani, která nakonec vedla k holokaustu (Ashley, 2020). Gioe (2017) však na druhou stranu doplňuje informaci o případu z druhé světové války, kdy bývalý prezident Spojených států amerických Franklin Roosevelt tvrdil, že vlastní důkaz o Hitlerově plánu nového světového řádu ve formě tajné mapy, která zobrazuje Severní a Střední Ameriku jako další cíl podmanění. Němci se o tomto tvrzení dozvěděli a zprávu vyvrátili. Později se ukázalo, že mapa byl podvrh, který vytvořila britská rozvědka.

2.1.4. Rozšíření internetu a nová vlna fake news

Na konci dvacátého století poskytl internet nové prostředky pro šíření fake news v mnohem větším měřítku. Internet byl zpřístupněn veřejnosti a každý, kdo vlastnil počítač, ho mohl hojně využívat (Burkhardt, 2017). Příklad fake news z 21. století představuje Bruins (2022) a jedná se o nepravdivé tvrzení z roku 2007, které označuje vakcínu MMR (proti spalničkám, příušnicím a zarděnkám) jako příčinu autismu. Tato zpráva vedla k odkládání potřebného očkování dětí a důsledkem toho v USA vypukly nové epidemie spalniček. Předěšlé generace byly varovány, že ne všechno, co je otištěno v novinách, se zakládá na pravdě. Burkhardt (2017) upozorňuje, že totéž platí v jednadvacátém století o internetu. Internet způsobil, že fake news se mohou šířit exponenciálně. Podle Watson (2018) dosáhly fake news svého vrcholu v roce 2016, kdy se objevila kauza *Pizzagate*. Veřejnost s údivem zjistila, že v pizzerii ve Washingtonu D.C. muž rozstřílel zamčené dveře a tvrdil, že vyšetřuje zprávy, které Johna Podestu, poradce tehdejší kandidátky na prezidentku, obviňovaly z řízení skupiny zneužívající děti. Tato fake news obviňovala Hillary Clinton z koordinace obchodu s dětmi v pizzerii. V tomto okamžiku si podle autorky společnost uvědomila problém fake news.

Nakonec je důležité zmínit, že fake news sehrály klíčovou roli i při ruské invazi na Ukrajinu v roce 2022. Bruins (2022) uvádí, že fake news se šíří v obou zemích a šířitelé

mohou využívat různých sociálních platform, jako jsou např. Telegram nebo Tik Tok, kvůli jejichž rozšíření mohou fake news rychle a široce cirkulovat.

2.2. Historický posun ve způsobu sdílení informací

V průběhu historie se způsob, jakým se šířily informace, postupně proměňoval. Weaver (2019) konstatuje, že po staletí se informace pohybovaly pomalu a neefektivně a tuto skutečnost ilustruje na příkladu starověké římské bitvy. Jakmile se daná bitva odehrála na místě vzdáleném od Říma, mohl římský císař čekat několik dní, nebo dokonce týdnů, než se dozvěděl její výsledek. To bylo dáno způsobem, jakým se informace o bitvě vracely do Říma. Zprávy o událostech přinášel jedinec nebo kolektiv pěšky, na koni, na voze, nebo na lodi. Nicméně po vynálezu knihtisku v 15. století se zprávy začaly šířit snadněji než dříve. Tato technologie totiž umožnila vytvářet knihy a jiné dokumenty mnohem rychleji, než byly sepisovány rukopisy, které knihtisku předcházely (BBC Bitesize b.r.). Autor dále konstatuje, že využívání knih a letáků jako prostředku masové komunikace je relativně novým fenoménem, protože před vynálezem knihtisku byly knihy psány ručně, zejm. mnichy, téměř vždy v latině a s náboženským obsahem, a proto byly před patnáctým stoletím poměrně vzácným zbožím (Weaver, 2019). Další čtenářské materiály, jako byly letáky nebo plakáty, se díky tiskové kultuře staly snadněji dostupnými. Další milník rostoucího přísunu informací byl podle Doyle (2019) vzestup gramotnosti v 17. století, která se po vzniku knihtisku stala nezbytnou.

Fake news se začaly šířit v písemné formě ve stejné době, kdy Johannes Gutenberg vynalezl knihtisk, což bylo podle Solla (2016) umožněno i skutečností, že v dané době bylo těžké ověřit si jakékoliv zprávy, jelikož dostupné zdroje informací a jejich autoři byli velmi různorodí, od oficiálních publikací politických a náboženských autorit až po svědectví námořníků a obchodníků. Zároveň v té době neexistoval žádný koncept novinářské etiky nebo objektivity.

Objektivita se prosazovala pomalu. Mason, Krutka a Stoddard (2018) uvádějí, že na konci 19. století se začal používat termín žlutá žurnalistika, který popisoval fabrikované zprávy v novinách a podobně jako dnešní fake news byla spojována s touhou po zisku. Takový styl žurnalistiky byl podle Gregora *et al.* (2018) úspěšný mezi čtenáři, kteří toužili po senzaci. Tento styl novinářství byl však i kritizován a část veřejnosti hledala objektivnější zpravodajství. Americké noviny tedy začaly najímat reportéry, kteří se specializovali na místní oblasti a státní orgány, což vytvořilo důvěru mezi místními

a státními reportéry a veřejností. Avšak objektivita novinářského přístupu nebyla vždy dokonalá a během druhé světové války se objevily obavy, že vláda produkuje zpravodajskou propagandu v podobě nacistické a komunistické propagandistické mašinérie (Soll, 2016).

Další vývoj ve sdílení informací z 19. století popisuje Weaver (2019), kdy komunikační technologie výrazněji pokročily a společnost byla schopna ovládat elektřinu. Elektřina byla klíčovým faktorem pro vznik nových technologií, jako např. telegrafu, rozhlasu, televize, a nakonec i satelitních a kabelových technologií a internetu. Tyto technologie měly transformační význam, protože umožnily, aby se informace pohybovaly mnohem rychleji, než jakou rychlostí se mohli pohybovat lidé. Konkrétněji autor zdůrazňuje rozhlas, který umožnil vysílat informace po celé zemi téměř simultánně, a televizi, která umožnila nejen přenos zvukového obsahu, ale také videa, a to v reálném čase. Gregor *et al.* (2018) navíc připomínají, že rozdíl, který rok 1800 vymezuje, se vyznačuje rozšířeností a dostupností nových technologií. Tyto nové možnosti přinesly mnoho pozitivních změn, ale zároveň umožnily šíření propagandy mezi široké masy lidí, jak upozorňují Posetti a Matthews (2018). Propaganda byla hojně využívána ve válkách po celou historii, aby ovlivnila názory lidí (BBC Bitesize, b.r.) a důsledkem nových technologií získala snadnější přístup k takovému ovlivňování. Fox (2020) navíc zdůrazňuje, že současné prostředí, v němž propaganda a fake news působí, představuje jistě nové výzvy, kterými jsou rychlost, rozsah a šíře moderní komunikace. Autor také poukazuje na nejistý status sociálních médií, která podle něj nejsou ani platformou, ani vydavatelem, což komplikuje situaci. Navíc skryté algoritmy, které jsou používány ke kontrole a uspořádání informací, které vidíme, přispívají ke zvýšenému šíření fake news.

S tím se zdá souhlasit i autor Soll (2016), který zdůrazňuje, že internetové zpravodajství vyvolalo obavy z rozšíření fake news a rovněž upozorňuje na roli algoritmů v šíření neověřených informací. Watson (2018) dále konstatuje, že fake news, jak bylo již představeno, se k různým účelům používaly i v historii, avšak sociální média jsou obviňována z toho, že šíření fake news ve vysoké míře usnadňují. Peters *et al.* (2018) nakonec potvrzují, že se názory a nesouhlas na sociálních sítích šíří rychleji než na jiných komunikačních kanálech.

S rostoucím významem sociálních médií se současně zvyšuje i jejich dostupnost a moderní 24hodinové zpravodajské kanály jsou podle Doylea (2019) zodpovědné

za rychlý nárůst objemu zpráv. To má za následek přesycení čtenářů množstvím informací, které nemusejí být nutné nebo užitečné. Zatímco v minulosti čtenáři odebírali noviny, v současnosti se stali uživateli sociálních sítí. Noviny své čtenáře následují a stále častěji vkládají svůj novinářský obsah na sociální sítě, čímž se na nich do jisté míry stávají závislí, aby byly schopny oslovit své publikum. Hyvönen (2018) poukazuje na to, že jedním z důsledků tohoto vývoje je ztráta kontroly vydavatele novin nad distribucí vlastních zpráv. Obsah se na sociálních sítích podle autora rozděluje a odpojuje od původních producentů obsahu, čímž se zdroj informací stává nejasný.

Některé zprávy navíc nemusejí získat stejnou pozornost jako jiné kvůli přesycení čtenářů. Kanály zpráv na sociálních sítích jsou často tak plné, že si čtenáři mohou prohlédnout jen několik prvních položek, z nichž si vyberou, co chtějí sdílet dál. Toto přetížení informacemi může podle Menczera a Hillse (2020) vysvětlit, proč se fake news mohou stát virálními. Navíc jsou fake news schopné rychle změnit vnímání reality jednotlivce a skupiny, a to kvůli jejich rychlému šíření. Sdílení informací probíhá v reálném čase, což podle Haarmanna (2020) ještě nikdy v historii nebylo možné. Zvýšení objemu zpráv využitím nových technologií se fake news stávají pro jejich autory výnosným řemeslem a Mason, Krutka a Stoddard (2018) doplňují, že technologie zároveň usnadňují provádění reklamy v nebyvalém rozsahu. Sociální média poskytují mnoho druhů obsahu, včetně politiky, příspěvků blogerů, instagramových influencerů a youtuberů, kteří propagují produkty a politiky bez prozrazení, že za to jsou placeni (Ireton a Posetti, 2018).

Fake news na internetu jsou pro příjemce často zdarma, a to je obzvláště nebezpečné pro lidi, kteří si nemohou dovolit platit za kvalitní žurnalistiku, nebo nemají důvěru vůči nezávislým veřejnoprávním zpravodajským médiím, jak poznamenávají Ireton a Posetti (2018). Vlastní výběr mediálních zdrojů a selektivní vyhledávání informací ze zpráv podporující již existující přesvědčení recipienta a odmítání informací, které mohou být v rozporu s vlastním přesvědčením, dále zhoršuje problém fake news. Ironií je, že v relativně otevřeném mediálním prostředí internetu jsou mediální zkreslení a lži často zveřejňovány alternativními médii a dalšími skupinami, což však jen přispívá k vnímání veřejnosti, že žijeme v *post-pravdivé* době, které dominují fake news (Mason, Krutka a Stoddard, 2018). Nakonec Menczer a Hills poznamenávají, že pro obnovu zdraví našeho informačního ekosystému musíme porozumět zranitelnosti naší *přemožené mysli*.

3. Fake news a vliv kognitivních, sociálních a kulturních bariér

Je důležité si uvědomit, že naše rozhodnutí neovlivňují jen dobře formulované propagandy, či výřečnost lidí, kteří se nás snaží zmanipulovat. Naše chápání reality je ovlivněno mnoha kognitivními podjatostmi, které jsou důsledkem různých chyb v myšlení, jež vznikají při získávání a následné interpretaci informací kolem nás (Ashley, 2020). Tato kapitola se proto zabývá různými kognitivními podjatostmi, které mohou ovlivňovat šíření fake news a upřesňuje, jakou roli hrají při utváření našeho chápání světa.

3.1. Role konfirmačního zkreslení a jiných kognitivních podjatostí

Přestože se při poznávání světa můžeme spolehnout na faktické důkazy a naše uvažování, individuální mentální filtry výrazně ovlivňují naše vnímání reality. Poznávání podléhá různým zkreslením, která mohou vést k chybám v myšlení, když zpracováváme a interpretujeme informace z našeho okolí. Tato zkreslení jsou zahrnuta pod souhrnný pojem kognitivní zkreslení (Ashley, 2020).

Rozsáhlá škála názorů, zásad a přesvědčení, které jsou sdíleny na internetu, zvyšují pravděpodobnost, že se uživatelé prostřednictvím sociálních vazeb setkají s odlišnými názory, jak udávají Taddicken a Wolff (2019). Studie v oblasti sociálních věd zároveň ukazují, že kognitivní podjatosti, jako je např. konfirmační zkreslení, hrají zásadní roli při ovlivňování iracionálního rozhodování, a to jak v produkci, tak i při přijímání nepravdivých informací a zpráv (Kim *et al.*, 2021). Kognitivní zkreslení navíc podle Kim *et al.* (2021) hraje významnou roli při vytváření a posilování tzv. komor ozvěny (známé také pod pojmem *echo chambers*), přičemž se jedná o jev, kdy jednotlivci selektivně sdílejí informace, které jsou v souladu s jejich již existujícími názory, což vede k dalšímu posilování jejich stávajících názorů a omezenému vystavení jiným perspektivám. Takové chování může být výsledkem kognitivní disonance.

3.1.1. Kognitivní disonance

Kognitivní disonance byla poprvé představena Leonem Fenstingerem v roce 1957. Teorie disonance začala tvrzením, že dvojice poznatků (nebo prvků poznání) mohou být navzájem relevantní, nebo irelevantní. Pokud jsou dvě poznání navzájem

relevantní, jsou buď konsonantní, nebo disonantní.⁵ Odtud je odvozen název zmíněné podjatosti.

Lidé podle ní mají tendenci hledat konzistenci ve svých postojích a soulad mezi nimi a svým chováním. Jakmile jedinci pocítí v tomto ohledu nesoulad, zažívají duševní nepohodlí, známé právě jako kognitivní disonance, které se snaží nepohodlí zmírnit, nebo se mu vyhnout (Metzger *et al.*, 2015; Taddicken a Wolff, 2019; Sukmayadi, 2020). Jedinci se snaží nepříjemné pocity zmírnit např. tím, že upraví své stávající postoje (Chen, 2008; Figl *et al.*, 2019), nebo vyhledávají informace, které jsou pro ně konsonantní a vyhýbají se informacím, které nejsou (Harmon-Jones a Mills, 2019). To ale může podle Bakira a McStaye (2018) vést k omezenému kontaktu s jinými perspektivami a názory a k následnému nedostatečnému zapojení do nich, což může mít za důsledek posilování stávajících podjatostí a přispívání k ideologickým silám. Jedinci se stávají obklopeni stejně smýšlejícími jedinci, kteří sdílejí stejné, či podobné názory (Taddicken a Wolff, 2019).

V dnešní době digitální společnosti může s jevem kognitivní disonance souviset současné šíření předpojatosti a fake news na internetu. Lidé jim podléhají, protože se je rozhodli číst nebo šířit, neboť právě těm chtějí věřit. Informační přetížení a vystavení protichůdným názorům na internetu vede lidi ke stavu mentální únavy, kdy začnou zmateně hledat správné informace, což může vést k sociálním i psychickým konfliktům (Sukmayadi, 2020).

Z hlediska fake news může kognitivní disonance nastat např. v momentě, kdy se uživatelé setkají s ověřováním příspěvků na sociálních sítích. Moravec, Minas a Dennis (2019) ve svém výzkumu zjistili, že použití vlaječek jako označení fake news může u uživatelů potenciálně vyvolat kognitivní disonanci a přimět je k promyšlenějšímu hodnocení prezentovaných informací. Ačkoliv však vlaječka podle jejich výzkumu zlepšila kognitivní zpracování uživatelů, nevedla nutně ke změně jejich základních přesvědčení. Kognitivní disonance může být vnímána jako hlavní příčina dalšího jevu, tzv. selektivní expozice.

⁵ Festingerovu teorii kognitivní disonance (1957) lze vysvětlit na příkladu. Vezměme si člověka, který je zvyklý kouřit a dozví se, že kouření je zdraví škodlivé. Tato osoba bude prožívat disonanci, protože nový poznatek je v rozporu s jeho dosavadním vědomím, že nadále kouří. Aby tuto disonanci snížil, může se jedinec rozhodnout změnit své chování tím, že přestane kouřit, což je v souladu s nově získanou informací. Případně se může rozhodnout změnit nové poznání tím, že sám sebe přesvědčí, že kouření není tak škodlivé, čímž disonanci sníží.

3.1.2. Selektivní expozice

Metzger *et al.* (2015) selektivní expozici přisuzují situacím, ve kterých jedinci, kteří konzumují zprávy, mají tendenci vyhledávat informace, které jsou v souladu s jejich stávajícími postoji, zatímco informacím, které tyto postoje zpochybňují, se aktivně vyhýbají. Kvalita informací je tudíž ovlivněna subjektivním postojem recipienta (Fischer *et al.*, 2008). Selektivní expozice může být založena také na důvěře, či nedůvěře k médiím. Autoři konstatují, že lidé, kteří mají nižší míru důvěry v média, nebo vyšší míru skepticismu vůči médiím, vyhledávají alternativní zdroje a využívají přitom sociální sítě a blogy (Hamellesers *et al.*, 2022). Pokud se recipient ocitne v kognitivní disonanci, může využít konfirmační zkreslení a selektivní expozici jako prostředky ke snížení této disonance a k obnovení vnitřní konzistence svých názorů a přesvědčení, což má však za následek vyhýbání se informacím, které jsou v rozporu s jeho názory, čímž se stává náchylnější k fake news.

3.1.3. Konfirmační zkreslení

Konfirmační zkreslení se týká způsobu, jakým lidé interpretují informace. Tento koncept (stejně jako selektivní expozice) je úzce spojen se vznikem kognitivní disonance. Konfirmační zkreslení má totiž významný vliv na utváření přesvědčení, kvůli čemuž jedinci mají tendenci upřednostňovat informace, které potvrzují jejich již existující přesvědčení. Toto zkreslení je v opozici k informacím, které jsou v rozporu s vlastním přesvědčením, a je zakotveno v základním fungování našeho poznávání (Moravec, Minas a Dennis, 2019). Konfirmační zkreslení může motivovat jedince k šíření nepravdivých informací, jelikož jsou jedinci často přesvědčeni o pravdivosti konkrétních informací z důvodu jejich tendence spoléhat na zjednodušené myšlenkové zkratky, které minimalizují potřebu kritického myšlení. To se odráží v tom, jak jsou lidé závislí na svých již existujících přesvědčeních a názorech: Pokud nové informace tyto premisy potvrzují, vzniká konfirmační zkreslení a je pravděpodobnější, že informacím uvěří, a následně je sdělí mezi své blízké (Ackland a Gwynn, 2021). Moravec *et al.* (2019) nakonec představují duální model Stanoviche (1999) a Kahnemana (2011), který identifikuje dva odlišné procesy naší mysli označované jako systém 1 a systém 2. Systém 1 pracuje automaticky a nepřetržitě a vytváří mimovolné závěry tím, že hledá potvrzující důkazy v naší dlouhodobé paměti. Systém 2 je pod kontrolou daného jedince, ale vyžaduje úsilí k aktivaci a je snadno přetížený. V důsledku těchto kognitivních procesů vzniká

konfirmační zkreslení. Nové informace jsou rychle vyhodnoceny systémem 1, který buď potvrdí, nebo odmítne jejich kompatibilitu s předchozími znalostmi, což vede k jejich přijetí nebo odmítnutí.

3.1.4. Efekt třetí osoby

Někdy se může stát, že recipienti přecení své schopnosti rozpoznat fake news, a naopak podcení schopnosti *těch druhých*. Tento fenomén poprvé pojmenoval Phillips Davison (1983) jako tzv. efekt třetí osoby. Autor argumentuje, že jedinci mohou přeceňovat vliv masové komunikace na postoje a chování ostatních. Jinými slovy, pokud jsou vystaveni působení persvazivního sdělení (bez ohledu na to, zda je, či není tak zamýšleno), ti, kteří jsou součástí cílového publika, očekávají, že sdělení ovlivní ostatní více než je samotné. Jedinec předpokládá, že efekt má největší dopad na *ně*, třetí osoby, a nikoliv na *mě/nás* nebo *tebe/vás*, první a druhé osoby. Třetími osobami mohou být vnímány např. ti s omezenými znalostmi nebo schopnostmi odolávat mediálním sdělením, nebo dokonce děti, které mohou být náchylnější k účinkům mediálních obsahů (Connors, 2005). Někteří autoři se navíc domnívají, že efekt třetí osoby jedince tlačí k cenzuře obsahu, který považují za nežádoucí (Perloff, 1999; Banning, 2007). Jang a Kim (2018) však konstatují, že množství studií se nepodařilo prokázat pozitivní vztah mezi efektem třetí osoby a postoji k cenzuře. Autoři se domnívají, že jedinci nechtějí, aby jejich svoboda projevu byla regulována na základě zranitelnosti ostatních.

S tím, jak se objevují nové zdroje zpráv a informací, vyvstávají otázky ohledně jejich důvěryhodnosti a vlivu. Někteří jedinci věří, že jsou schopni rozeznat kvalitní zprávy od fake news, ale předpokládají, že ostatní jsou k podvrhům náchylnější (Banning, 2007). Studie z Rumunska potvrzuje, že teorie třetí osoby je aplikovatelná v digitálním prostředí. Lidé podle ní mají tendenci věřit, že vzdálení lidé (tedy ti, co nejsou v recipientově užším kruhu) jsou vůči fake news náchylnější než oni sami nebo lidé z jejich blízkého okolí (Stefanita *et al.*, 2018). Toto vnímání sebe sama ovlivňuje způsob, jakým jednotlivci hodnotí informace a přináší jistá rizika, jelikož může vést k emotivním reakcím na digitální obsah, zanedbáváním kritického myšlení a přeceňování vnímání svých schopností odhalovat fake news (Banning, 2007; Stefanita *et al.*, 2018).

Rozdíl ve vnímání vlivu médií na sebe a ostatní je pozorováno v různých situacích, jako např. při sledování zpráv, v souvislosti s politickou reklamou a při používání sociálních médií (Jang a Kim, 2018). Yan a Tian (2021) zkoumali dopady

efektu třetí osoby v souvislosti s fake news tematicky zaměřených na COVID-19. Autoři konstatují, že v kontextu fake news slouží znalost daného tématu jako pojistka, která je dokáže korigovat a vyvracet. V důsledku toho pocít, že jsou lidé znalí, jim pomáhá cítit se nezranitelní vůči fake news a naopak usuzují, že ti, kteří se méně zajímají o problematiku rizik, nejsou schopni odlišit nepravdivý obsah od pravdivého.

3.1.5. Spáčský efekt

Některá sdělení mohou být doprovázena podjatostí, která vyvolává pochybnosti o jejich důvěryhodnosti. Například sdělení politického kandidáta konkurenční strany mohou někteří příjemci zdiskreditovat, jelikož ho považují za nedůvěryhodný zdroj. Hraje zde roli tzv. hypotéza znevažujícího faktoru (*discounting cue*), která snižuje přesvědčivost sdělení a recipient se tak brání bezprostřednímu přesvědčování (Kumkale, 2004). V souvislosti s tímto jevem se může dostavit i tzv. spáčský efekt (*the sleeper effect*). Tento efekt je spojován hlavně s informacemi pocházejícími z nedůvěryhodných zdrojů. Má se za to, že příjemci často zapomínají na původní zdroj informací, které obdrželi, včetně toho, zda zdroj považovali za důvěryhodný. S větší pravděpodobností si zapamatují samotnou informaci (Petrocelli, 2023; Müller a Denner, 2019; Sommer *et al.*, 2022; Wadhwa, 2019), zatímco doprovodná varování, vyvrácení informace, nebo zprávy upozorňující na nedůvěryhodnost zdroje se z paměti vytratí (Greene a Murphy, 2023), a tak se může stát, že i ti, kteří fake news nedůvěřují, protože jejich zdroj nepovažují za důvěryhodný, mohou být fake news ovlivněni (Müller a Denner, 2019). Gregor *et al.* (2018) připomínají, že existují studie ze sedmdesátých let, které se dokonce snažily existenci spáčského efektu vyvrátit. Müller a Denner (2019) připomínají, že podle studií se spáčský efekt prokázal u zpravodajských příspěvků na sociálních sítích, avšak v souvislosti s fake news nebyl dostatečně zkoumán. V současném světě, kde jsou fake news a propaganda všudypřítomné, je náročné se jim zcela vyhnout. Proto je důležité být ostražitý a ověřovat autentičnost zdroje (Wadhwa, 2019). Gregor *et al.* (2018) k tomu naléhají, abychom měli na paměti, že ne všechny informace, které nám utkvěly v paměti, pocházely z věrohodného zdroje.

3.1.6. Efekt iluzorní pravdy / iluzorní efekt

Zatímco spáčský efekt se týká převážně těch příjemců, kteří fake news nedůvěřují kvůli zdroji, ze kterého pochází, ale považují je za pravděpodobné z hlediska jejich

obsahu, efekt iluzorní pravdy může ovlivnit i jedince, kteří nahlíželi na zdroj společně s informací, kterou nesl, skepticky. Řada studií prokázala, že tvrzení, s nimiž se příjemci setkávají opakovaně, a pokud možno z různých zdrojů, nakonec uvěří, i když je zpočátku považují za nepravdivá (Daszkiewicz, 2019). Pokud se totiž recipient setkává s tvrzeními opakovaně, pak se vlivem iluze všudypřítomnosti stávají uvěřitelnými (Ecker *et al.*, 2022), ať už se jedná o tvrzení založenými na pravdě, či nikoliv (Giotakos, 2022). Ruffo *et al.* (2023) navíc připomínají, že opakování je jedna s neúčinnějších technik přesvědčování. Nakonec Polage (2012) ve svém výzkumu potvrdil, že opakování nepravdivých výroků nejen zvyšuje jejich důvěryhodnost, ale také může vést k falešnému dojmu, že byly již dříve slyšeny z více zdrojů.

3.2. Sociální a kulturní podjatost

Když se řekne podjatost, tak si podle Miyatsu (2019) většina lidí často představí závažné nespravedlnosti. Podjatosti však nejsou jen společenským jevem, ale jsou i psychologickým. Některé psychologické výzkumy podle Lim (2020) poskytují vysvětlení náchylnosti lidí k fake news, a je proto důležité pochopit psychologické faktory, které přispívají k jejich šíření, aby bylo možné proti nim účinně bojovat.

Výčet kognitivních podjatostí je tudíž opodstatněný, neboť podle Giotakose (2022) k vytváření nebo přijímání falešných přesvědčení přispívají různé kognitivní, sociální a emocionální faktory. Například emocionální faktory mohou ovlivnit míru sdílení fake news, kdy hněv ji může zvýšit, zatímco např. sociální vyloučení může učinit jedince zranitelnějším vůči konspiračním teoriím (Ecker *et al.*, 2022). Tento, podle autorů, nekvalitní obsah navíc může často upoutat pozornost vlivem společenského chování, které se popisuje jako tzv. *bandwagon effect* (*efekt vozu* nebo *stádový efekt*), vlivem kterého se lidé přizpůsobují názorům zdánlivé většiny a vnímání dobra a zla (či dobrých a špatných informací) může záviset na sociální skupině, s níž se člověk identifikuje. Selektivnost názorů podle domnělé většiny vede jedince k utváření filtračních bublin, kdy se uživatelé sociálních médií odříznou od odlišných názorů (Ruffo *et al.*, 2022; Celliers a Hattingh, 2020) a navzdory vysoké míře propojení jsou sociální bubliny v digitálních médiích běžné (Oliveira a Albuquerque, 2021).

S rozvojem technologií se jedinci při získávání informací o široké škále témat stále více spoléhají na digitální zdroje, jak uvádí Alshare, Moqbel a Merhi (2022). Autoři navíc zdůrazňují chování uživatelů sociálních médií, které je ovlivněno tendencí

vyhledávat si informace od takových uživatelů, se kterými sdílejí podobné názory a postoje. Uživatelé rovněž sdílejí informace ke zlepšení svého sociálního statusu a image a fake news mohou být tímto chováním v sociálním prostředí posilovány, a to zejména pokud jsou šířeny vlivnými osobami (Celliers a Hattingh, 2020). Šíření informací hraje zásadní roli v sociální dynamice a Oliveira a Albuquerque (2021) konstatují, že jej lze považovat za ekvivalent kultury, protože kultura v podstatě představuje znalosti získané od ostatních jedinců prostřednictvím mechanismů sociálního učení, jako je napodobování, učení a jazyk. Jurše *et al.* (2019) dále argumentují, že vliv sociálních médií na uživatele se může lišit i na základě jejich příslušnosti do různých národních kultur.

Sample *et al.* (2018) připomínají významnou roli Facebooku a Twitteru coby prostředníků pro šíření fake news. Navíc Alshare, Moqbel a Merhi (2022) ve své studii popisují korelaci mezi kulturními rozdíly jednotlivců a jejich způsobu používání technologií ve společnosti, včetně platform sociálních médií, což dokládají Dadgar *et al.* (2017), kteří zjistili, že kulturní dimenze ovlivňuje používání některých sociálních médií. To dále naznačuje, jak národní a kulturní hodnoty mohou souviset s produkcí, šířením, a dokonce i způsobem šíření fake news (Sample *et al.*, 2018).

Zajímavé je např. Hofstedovo (2011) rozdělení kultur do několika dimenzí, které může pomoci lépe porozumět tomu, proč jsou někteří jedinci náchylnější k uvěření nepravdivých informací. Hofstede identifikuje šest dimenzí kultury, mezi něž člení: Mocenský odstup, vyhýbání se nejistotě, individualismus vs. kolektivismus, maskulinitu vs. feminitu, dlouhodobou vs. krátkodobou orientaci a shovívavost vs. zdrženlivost.⁶

Způsob myšlení a jednání lidí, stejně jako jejich komunikační a rozhodovací procesy, jsou formovány kulturou, včetně pocitů a reakcí na určité situace a tento vliv se vztahuje i na používání internetu a sociálních sítí (Jurše *et al.*, 2019; Dadgar *et al.*, 2017). Přestože se Hofstedovu rozdělení dostalo i kritiky (Sheikh *et al.*, 2021), mnoho autorů (Dadgar *et al.*, 2017; Jurše *et al.*, 2019; Alshare, Moqbel a Merhi, 2022; Sample *et al.*, 2018) těchto šest dimenzí využilo k pochopení šíření fake news. Např. Sample *et al.* (2018) tvrdí, že v kulturách s vysokým mocenským odstupem je patrný předpoklad, že

⁶ Mocenský odstup se týká toho, jak lidé vnímají a řeší nerovnosti v moci, zatímco vyhýbání se nejistotě se vztahuje k tomu, jak je společnost spokojená s neznámem. Dimenze individualismu a kolektivismu se týká míry integrace lidí do skupin a dimenze maskulinity a feminity souvisí s emocionálními rolmi přisuzovanými mužům a ženám. Dlouhodobá versus krátkodobá orientace se týká zaměření na budoucnost nebo přítomnost a minulost a konečně dimenze shovívavosti versus zdrženlivosti souvisí s kontrolou základních lidských přání a jejich uspokojováním (Hofstede, 2011).

jedinci se silným mocenským postavením mají přístup k tajným informacím, což podle autora pravděpodobně pobízí jedince k šíření fake news vlivem tzv. heuristiky utajení. Dále např. společnosti s vysokou mírou vyhýbání se nejistotě hledají jistotu před neznámým, zatímco ty s nízkou mírou nejistoty favorizují zvědavost a podle autorů mohou být méně náchylné vůči fake news.

V rámci kulturního vlivu byly zkoumány další souvislosti s šířením fake news a např. Alshare, Moqbel a Merhi (2022) se zabývají otázkou ochoty jednotlivců sdílet informace. Autoři tvrdí, že lidé z individualistických a maskulinních kultur, jako jsou USA a Čína, mají tendenci upřednostňovat osobní úspěch a autoritu a méně často sdílejí své znalosti. Naproti tomu jedinci z kolektivistických a femininních kultur, jako je Katar a Švédsko, dávají přednost vztahům a loajalitě, a proto jsou více ochotni sdílet informace prostřednictvím platform sociálních médií. Individualistické kultury také dávají přednost sebevyjádření a nezávislosti, zatímco kolektivistické kultury upřednostňují vzájemné vztahy. Tyto odlišnosti mohou rovněž ovlivnit způsob, jakým se jednotlivci zapojují do kritického myšlení. Např. američtí studenti, kteří mají tendenci se více věnovat kritickému myšlení, mohou dávat přednost společenskému řešení problémů a verbální komunikaci (Lu, Burris a Baker, 2021). Naopak v kolektivistických kulturách může být vzájemná závislost ceněna více než nezávislost, což podle Winche (2019) vede k odrazování od kritického myšlení a podpoře pasivity žáků.

Z výzkumu Hofstete Insights (2017) vyplývá, že Česká republika je hierarchickou společností s relativně vysokým skóre v oblasti mocenské distancovanosti. Dále je česká společnost individualistická, maskulinně orientovaná a preferuje nezávislost. Kromě toho z výzkumu plyne vysoká tendence vyhýbání se nejistotě s pragmatickým přesvědčením, že pravda je situační a závislá na kontextu. Na základě výzkumu vyplývá, že česká společnost může být ovlivněna heuristikou utajení, jež zvyšuje pravděpodobnost šíření fake news a důvěru v konspirační teorie. Vysoká míra vyhýbání se nejistotě dále ovlivňuje výběr informací, které jedinec vyhledává a kterým důvěřuje. Zde může na recipienty působit i konfirmační zkreslení, v důsledku něhož si hledají informace, které jsou v souladu s jejich přesvědčeními. Na druhou stranu je česká společnost zařazena do individualistické kultury mající kladný vliv na kritické myšlení a hodnocení přijímaných informací, což může napomoci v boji proti šíření fake news. Tato skutečnost představuje pozitivní základ pro výuku mediální gramotnosti na školách.

4. Výuka gramotností a kritického myšlení v období fake news

V souvislosti s výzvou, kterou představují fake news, je zásadní si uvědomit, že na vnímání námi přijímaných informací mají vliv různé podjatosti, jimiž implementujeme na informace subjektivní perspektivu. A i přes to, že je v této kapitole kladen důraz na rozvoj dovedností kritického myšlení v boji proti fake news, tyto mechanismy jsou cenným nástrojem i v boji proti samotným podjatostem. V rychle se proměňujícím světě se rozvíjení dovedností žáků stalo prvořadým úkolem a podpora rozvíjení kreativity spolu s již zmíněným kritickým myšlením a schopností řešit problémy, které odpovídají potřebám naší globálně propojené společnosti, si získaly značnou pozornost. Pro rozvoj těchto dovedností je podle autorů zásadní i to, aby se žáci aktivně zapojili do současné participativní kultury (Tsortanidou, Daradoumis a Barberá, 2019). V této souvislosti je nezbytné porozumět příslušným gramotnostem, jejichž cílem je posilovat schopnost jednotlivců zvládat výzvy digitálního světa. Tato kapitola se proto soustředí na objasnění digitální, mediální a informační gramotnosti.

4.1. Gramotnost a schopnost kritického myšlení k účinnému řešení fake news

Gramotnost je termín, který je tradičně spojován s dovedností jedince číst, psát a počítat, díky tomu se můžeme setkat např. s matematickou nebo čtenářskou gramotností. Postupem času se však definice gramotnosti rozšířila a zahrnuje celou řadu dovedností, příkladem může být gramotnost knihovnická, technická, mediální (Iskhak *et al.*, 2021), audiovizuální, digitální, informační nebo gramotnost v oblasti nových médií (Chen, Wu a Wang, 2011). Rozvoj gramotností a kritické uvažování je vnímáno za nezbytné pro celoživotní učení, zejména v dnešní době rychlého technologického rozvoje (Saariketo, 2014). V tomto informačně bohatém prostředí je osvojení si různých gramotností nezbytné k tomu, aby se jedinci mohli efektivně orientovat v množství informací, které mají k dispozici, a aby jim porozuměli (Share, Mamikonyan a Lopez, 2019; Iskhak *et al.*, 2021; Manca, Bocconi a Gleason, 2021). Pro řešení problémů spojených s fake news je navíc podle autorů nezbytné využívat digitální nástroje (Valtonen *et al.*, 2019).

Vzhledem k nedostatkům automatizovaných metod ověřování faktů je potřebné vybavit žáky [digitálními nebo analytickými] nástroji, které jim pomohou efektivně se orientovat v informacích prezentovaných v různých formátech (Nygren *et al.*, 2022). Je

důležité si uvědomit, že technologie slouží jako nástroj, a proto se při orientaci v tomto komplexním prostředí musíme spoléhat na vlastní lidskou aktivitu a porozumění, jak konstatuje Koltay (2011). Nygren *et al.* (2022) dále představují termín *transliterace*, který označuje schopnost efektivně komunikovat napříč různými platformami, nástroji a médii. Tento koncept zdůrazňuje interakce mezi uživateli a technologiemi a vyzdvihuje potřebu aktualizovaných informačních struktur na podporu rozpoznávání fake news.

V mnoha zemích navíc dochází k revizi národního kurikula tak, aby implementovalo do svého programu rozvoj digitálních kompetencí (Botturi, 2019). Při procházení mediálně bohatým prostředím současného světa je potřeba, aby si žáci osvojili strategie, které jim umožní porozumět rozsáhlému množství mediálních sdělení, s nimiž se pravidelně setkávají, a uměli je posoudit. To zahrnuje různé formy sdělení pocházející z různých zdrojů jako je zábava, reklama, příspěvky na sociálních sítích, satira, parodie, konspirační teorie, pseudověda a další (Hobbs, 2020). Rozvíjením a využíváním různých gramotností jako je digitální gramotnost, mediální gramotnost nebo kritické myšlení jedinci lépe porozumí digitální sféře, což je povede k podniknutí smysluplných kroků v boji proti šíření fake news.

V souvislosti s analýzou zpráv a informací je kladen zvláštní důraz na zmíněné kritické myšlení. Hobbs (2020) uvádí, že i mnoho dospělých nedokáže v online zpravodajských článcích rozeznat pravdu od lži a často ani nerozpozná sponzorovaný obsah příspěvku. Lidé navíc tíhnou k tendenci důvěřovat informacím, které jsou v souladu s jejich stávajícím přesvědčením, bez ohledu na jejich přesnost. Kritické myšlení pomáhá rozpoznat a řešit naše vrozené podjatosti a vyhýbat se zkratkovým postupům, které podporují bezvýhradné přijímání všeho, co slyšíme (Haber, 2020).

Kritické myšlení je koncept, který je odedávna definován různými způsoby, mimo jiné jako *reflexivní a rozumové myšlení, které se zaměřuje na rozhodování o tom, čemu věřit nebo co dělat* (s. 27). Je všeobecně uznáváno jako klíčová dovednost 21. století a spojováno s řešením problémů a vhodným rozhodováním. Při hodnocení samotného kritického myšlení se lze podle autorů zaměřit na porovnávání informací z různých zdrojů, formulování vlastních úsudků, anebo podpoření svých názorů správnými argumenty (Valtonen *et al.*, 2019). Kritické myšlení zahrnuje širokou škálu dovedností, jako je verbální argumentace, analýza argumentů, testování hypotéz, zvládnutí nejistot a řešení problémů. Pokud jde konkrétně o hodnocení důvěryhodnosti online zpráv, autoři Machete a Turpin (2020) definují kritické myšlení jako *schopnost analyzovat a hodnotit*

argumenty podle jejich správnosti a důvěryhodnosti, reagovat na argumenty a vyvozovat závěry dedukcí z daných informací (s. 238).

4.2. Definování digitální gramotnosti

Digitální technologie poskytují množství příležitostí, díky kterým získávají jednotlivci kontrolu nad tvořením mediálních obsahů i šířením alternativních pohledů. Podle autorů je však důležité si nejprve uvědomit, jak výraznou roli zastávají mediální a technologické korporace ve tvorbě narativů. Autoři konstatují, že velké nadnárodní korporace považují mládež za cenný trh a posun směrem k větší komercializaci médií vyvolává obavy, neboť žáci (i studenti) mají problém rozlišit mezi zprávami a reklamou nebo posoudit důvěryhodnost webových stránek. Autoři dokládají příklad studie Stanfordovy univerzity, která zjistila, že mladí Američané postrádají schopnost uvažovat o informacích na internetu, přičemž mnozí z nich se nechají snadno oklamat (Share, Mamikonyan a Lopez, 2019). Význam digitální gramotnosti je výrazný, neboť by pomohl s kritickým hodnocením takových informací a narativů.

Digitální gramotnost nedisponuje jednotnou definicí a řada autorů popisující ji se rozcházejí jejím rozsahem. Někteří ji považují za pouhou gramotnost v digitálním prostředí a za rozšíření tradičního pojetí gramotnosti, tedy schopnost číst, psát a pracovat s informacemi pomocí nástrojů a formátů dané doby (Saariketo, 2014). V širším smyslu označuje digitální gramotnost schopnost efektivně se orientovat v informacích získaných prostřednictvím síťových médií a schopnost rozumět jim. Zahrnuje také práci se síťovými počítači a kognitivní zpracování informací, podobně jako je tomu v případě čtení novin nebo sledování televize. Digitální gramotnost dále zahrnuje dovednost využívat technologie digitální doby (Park, Kim a Park, 2021) a zdůrazňuje význam porozumění digitálním technologiím pro jejich efektivní a bezpečné využívání (Botturi, 2019). Polizzi (2020) dokonce tvrdí, že v oblasti digitálních technologií se pojem digitální gramotnost může často používat zaměnitelně s pojmem mediální gramotnost. Nakonec Koltay (2011) popisuje digitální gramotnost jako schopnost porozumět informacím z různých digitálních zdrojů a využívat je bez ohledu na konkrétní dovednosti, které jsou k danému digitálnímu zdroji zapotřebí. Anthonysamy, Koo a Hew (2020) navíc dávají digitální gramotnost do kontextu s použitím digitálních zdrojů k plnění úkolů a schopností projevoval vhodné postoje v digitálním prostředí.

Koltay (2011) dále uvádí čtyři základní kompetence digitální gramotnosti, kterými jsou: Vyhledávání na internetu, orientace v hypertextu, shromažďování informací a hodnocení obsahu. Kompetence jsou nezbytné pro fungování ve společnosti a zahrnují znalosti, dovednosti a vzorce chování potřebné k efektivnímu využívání digitálních technologií a zařízení, jako jsou chytré telefony, tablety, notebooky a osobní počítače pro účely, jako je spolupráce, komunikace nebo podpora a vyjadřování (Anthonysamy, Koo a Hew, 2020).

V souvislosti s digitální gramotností se objevuje pojem digitální učení. Digitální učení označuje jakoukoli formu výuky, která zahrnuje použití technologií, ať už online nebo offline. Digitální gramotnost se považuje za základní předpoklad pro úspěch žáků v prostředí kombinované výuky. Autoři upozorňují, že dnešní *digitální domorodci* zpravidla pohodlně používají technologie k plnění svých úkolů, na druhou stranu by pedagogové neměli automaticky předpokládat, že mají digitální domorodci dostatečné dovednosti v oblasti digitální gramotnosti (Anthonysamy, Koo a Hew, 2020), a proto je nutné tyto dovednosti cíleně vyučovat (Botturi, 2019). Botturi (2019) navíc dodává, že digitální gramotnost je pro budoucí občany potřebná i na trhu práce, který si žádá nové digitální profese. Podle některých odborníků je digitální (i mediální) gramotnost nezbytnost pro demokracii (Middaugh, 2019; Ashley, 2020). Navíc digitální média mohou posílit postavení mladých lidí tím, že jim poskytnou více možností v přístupu k informacím a k veřejnému vyjádření svého názoru (Middaugh, 2019).

Člověk digitálně gramotný by měl disponovat několika gramotnostmi a znát digitální technologie. Anthonysamy, Koo a Hew (2020) poznamenávají, že digitální gramotnost vyžaduje funkční dovednosti, hodnoty, postoje a chování. To zahrnuje čtení digitálních návodů, používání digitálních nástrojů, vyhodnocování internetových informací a chápání internetové etiky.

Nakonec Park, Kim a Park (2021) připomínají, že někteří autoři mohou zaměňovat digitální gramotnost s příbuznými gramotnostmi, kterými jsou informační a mediální gramotnost. I když se mohou tyto pojmy v některých oblastech překrývat, často zdůrazňují různé aspekty gramotnosti ve vztahu ke konkrétním médiím nebo technologiím, proto dále budou definovány gramotnosti mediální a informační.

4.3. Důležitost mediální gramotnosti

Saariketo (2014) konstatuje, že v posledních desetiletích se mediální výchova stala viditelnější a významnější pedagogickou praxí, a dokonce i akademickým oborem. Podle Valtonen *et al.* (2019) klade řada definic mediální gramotnosti velký důraz na kritické myšlení, které přesahuje rámec školní výuky a je aplikovatelné v interakcích s médii po celý život (Schilder a Redmond, 2019).

Rasi, Vuojärvi a Rivinen (2021) označují mediální gramotnost jako *schopnost používat, chápat a vytvářet mediální obsahy v různých kontextech* (s. 37), avšak upozorňují, že ne všechny definice zahrnují aspekty produkce a tvorby mediálních obsahů. Ashley (2020) přisuzuje této široké definici záměr zahrnout různé přístupy mediální výchovy a zohlednit její rozmanitost. Mediální gramotnost má v podstatě za cíl podporovat nezávislé zapojení a zkoumání mediálních obsahů bez ohledu na zaměření vzdělání. Saariketo (2014) ke kompetencím mediální gramotnosti zahrnuje schopnost jednotlivců analyzovat a interpretovat mediální sdělení a jejich instituce, ale také pochopení sociálních a politických dopadů médií v našem každodenním životě. Získáním kompetencí v oblasti mediální výchovy se podle autora jedinci zapojí do zkoumání jazyka médií, prohloubí své porozumění jejich významu ve společnosti a zlepší svou schopnost orientovat se v různých mediálních platformách (Schmidt, 2013).

Mediální výchova by rovněž měla být založena spíše na aktivním, badatelském učení než na spoléhání se na autoritu učitele nebo memorování pojmů (Botturi, 2019). Vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti dále podporuje schopnost ptát se na určité aspekty nebo koncepty médií, což jednotlivcům umožňuje chápat mediální komunikaci. Tím, že se jedinec naučí klást otázky ohledně autorů, publika, mediálního sdělení a jeho významu, reprezentace a reality, může zlepšit své porozumění médiím jako takovým (Schilder a Redmond, 2019).

Existují různé způsoby přístupu k mediální výchově, každý z nich má vlastní cíle a perspektivu. Kellner a Share (2007) představují dva přístupy. První vychází z obav týkajících se možných rizik a negativních vlivů médií a jeho cílem je tak ochránit jedince před manipulací nebo závislostí. Druhý přístup klade důraz na ocenění estetických aspektů médií. Žáci jsou povzbuzováni k tomu, aby rozvíjeli svou kreativitu a využívali média jako prostředek sebevyjádření. Tyto přístupy ukazují mnohostrannost mediální výchovy. Semenova a Sotnikova (2021) konstatují, že mediální gramotnost zahrnuje také

rozvoj nových pedagogických technik a zkoumání výukových možností různých masových médií, jako je televize, film, noviny a rozhlas. Proces získávání dovedností v oblasti mediální gramotnosti je umožněn využíváním aktivních metod výuky, jako je projektové vyučování, simulační hry, diskuse nebo brainstorming. Kromě toho se k rozvoji dovedností mediální gramotnosti využívají mediální obsahy pro splnění praktických úkolů různého typu. Intervence v oblasti mediální gramotnosti zaměřené na fake news by měly být prováděny s cílem lépe vybavit jedince kognitivní schopností rozlišovat fakta od fikce. Poskytnutím odpovídajícího vedení pak může být výrazně snížena náchylnost k mylným informacím a pověrám (Jones-Jang, Mortensen a Liu, 2019). Hobbs (2020) uvádí jako osvědčené techniky k rozvoji mediální gramotnosti tyto: (1) *mediální deník* a s ním spojené vedení zápisků sloužící k reflexi při rozhodování o používání médií a technologií; (2) *vyhledávání a výzkum*, tj. kladení otázek, vyhodnocování či sdílení obsahu z různých zdrojů s cílem prozkoumat různé perspektivy; (3) *čtení, sledování, poslech a diskuse* obsahující aktivní interpretace textů za účelem získávání nových myšlenek a znalostí; (4) *podrobná analýza*, čili zkoumání konstruované povahy konkrétních textů a používání kritických otázek ke zkoumání autorských záměrů; (5) *srovnávání mezi médii*, tedy porovnávání více textů s cílem rozvíjet dovednosti kritického myšlení a rozpoznání, jak média utvářejí obsah sdělení prostřednictvím žánru, účelu, formy, obsahu a úhlu pohledu; nebo (6) *hry, simulace a hraní rolí*, které podporují perspektivní myšlení, rozvíjení představivosti, tvořivosti a rozhodování.

Odborníci na mediální gramotnost zdůrazňují zejména význam participace jedinců ve společnosti a kreativní a hravou tvorbu mediálních obsahů. Rasi, Vuojärvi a Rivinen (2021) považují mediální gramotnost za klíčovou schopnost pro jedince všech věkových kategorií žijících v současné digitalizované a mediálně nasycené společnosti. Koncept mediální gramotnosti dále zahrnuje různé podmnožiny, autoři např. uvádějí zpravodajskou nebo zdravotně-mediální gramotnost. Nakonec ji spojují s kritickou analýzou zpravodajství, reklamy a masové mediální zábavy, někteří však tyto aspekty přisuzují tzv. mediální informační gramotnosti.

Mediální gramotnost může být tedy považována za zastřešující rámec dalších specializovaných gramotností, jež jsou úzce spjaty s mediálním obsahem. Blíže budou představeny: Gramotnost v oblasti nových médií, gramotnost v oblasti sociálních médií, zpravodajská gramotnost a kritická mediální gramotnost. Tyto gramotnosti mají společné základy, ale zároveň se vyznačují odlišným zaměřením.

Gramotnost týkající se nových médií připomínají Tugtekin a Koc (2019). Nová média dle autorů označují relativně nový fenomén, který lze obecně definovat jako *kombinaci sociokulturních prostředí umožněných síťovými technologiemi, v nichž jsou digitálně vytvářena a šířena jakákoli sdělení libovolnými uživateli* (s. 2). Vliv nových médií navíc zasáhl všechny vrstvy naší společnosti, a proto se gramotnost v oblasti nových médií stala podle autorů klíčovým prvkem pro aktivní zapojení se jednotlivce do společnosti 21. století (Chen a Wang, 2011). Nová média se rovněž vyznačují několika výraznými rysy, které je odlišují od tradičních médií, jako je jejich digitální povaha, interaktivita, kolektivní účast a obsah vytvářený uživateli (Tugtekin a Koc, 2019).

Autoři poukazují na to, že gramotnost v oblasti nových médií se neomezuje pouze na jejich technické aspekty a představují rámec gramotnosti v oblasti nových médií, který zasahuje od konzumace médií až po mediální produkci, přičemž schopnost vytvářet mediální obsah je klíčovým aspektem nadřazené mediální gramotnosti (Chen a Wang, 2011). Dále se uvádí, že gramotnost v oblasti nových médií je nově vznikající pojem a označuje mnoho dovedností, které jednotlivcům umožňují orientovat se ve složitém prostředí dnešního vysoce digitalizovaného světa. Vzdělávání žáků v oblasti nových médií se stalo podle autorů naléhavou prioritou vzdělávacích programů a odborníci se snaží vytvořit koncepci této gramotnosti, určit základní dovednosti potřebné k dosažení kompetencí v oblasti nových médií a navrhnout vzdělávací programy zaměřené na rozvoj těchto dovedností (Tugtekin a Koc, 2019).

V literatuře se objevuje také gramotnost v oblasti sociálních médií. Odborníci, kteří zdůrazňují škodlivé účinky algoritmů a potenciální rizika pro občanskou angažovanost online, jsou silnými zastánci této gramotnosti. Manca, Bocconi a Gleason (2021) zdůrazňují, že je důležité pochopit, jak platformy sociálních médií pomáhají různými způsoby v šíření fake news. Význam výuky dovedností v oblasti sociálních médií je autory považován za obzvláště důležitý vzhledem k tomu, že zmíněná gramotnost zahrnuje nejen technické dovednosti, ale také sociální, kognitivní a etické aspekty, které autoři považují za nezbytné pro kritické hodnocení sociálních médií.

Zpravodajská gramotnost je další součástí širšího rámce mediální gramotnosti. Ashley (2020) dále přibližuje pojem zpravodajská gramotnost, kterým označuje schopnost posoudit důvěryhodnost informací, jakož i faktory související s produkcí a distribucí zpráv. Zpravodajská gramotnost v podstatě zahrnuje znalosti, dovednosti a postoje, které jednotlivci využívají při setkání s informací a analýze mediálního

prostředí. Zlepšením zpravodajské gramotnosti, zejm. porozuměním zpravodajskému prostředí, se jedinci mohou snáze orientovat v obrovském množství informací, které je k dispozici. Navíc Jones-Jang, Mortensen a Liu (2019) zdůrazňují význam zpravodajské gramotnosti ve vztahu k demokracii a občanské angažovanosti. Tato gramotnost si klade za cíl podpořit u jedinců zájem o kvalitní žurnalistiku a vytvářet v nich návyk každodenního sledování zpráv. Pomáhá jim též poznávat aktuální události, vybírat důvěryhodnou žurnalistiku z mainstreamových zdrojů, rozlišovat mezi investigativním zpravodajstvím a názorovými příspěvky (Hobbs, 2020) a vede je k pochopení role zpráv ve společnosti, přičemž aktivně pěstuje jejich touhu vyhledávat zprávy (Jones-Jang, Mortensen a Liu, 2019). Tím, že žáci přijmou svou roli informovaných občanů, si uvědomí důležitost kvalitní žurnalistiky a jakmile se seznámí s přísností, která doprovází profesionální shromažďování zpráv, mohou získat uznání pro kvalitní žurnalistiku a hodnotu novinářů (Hobbs, 2020).

Poslední podmnožinu mediální gramotnosti představuje kritická mediální gramotnost. Share, Mamikonyan a Lopez (2019) argumentují, že tato gramotnost přesahuje tradiční pojetí gramotnosti např. tím, že zahrnuje širokou škálu textů, vč. obrazů, zvuků, hudby, videí, her, sociálních médií, reklamy, populární kultury a tisku. Tento přístup navíc podle autorů zahrnuje diferencovanější kritickou analýzu, která zkoumá způsoby, jimiž jsou informace a vliv jejich autora vzájemně propojeny. Autoři konstatují, že tato gramotnost také zlepšuje vzdělávací zkušenosti podporou kritického zkoumání souvislostí mezi médii, publikem, informacemi a dynamikou moci a pomáhá porozumět tomu, jak média ovlivňují společnost (Kellner a Share, 2007; Share, Mamikonyan a Lopez, 2019). Koncept kritické mediální gramotnosti rovněž podporuje úsilí v odhalování podjatostí, skrytých záměrů a ekonomických struktur mediální reprezentace a informací (Friesem, 2019).

Share, Mamikonyan a Lopez (2019) dále připomínají, že porozumění složitému mediálnímu prostředí a orientace v něm zahrnuje více než jen hledání pravdy. Žáci by se podle nich měli naučit vyhledávat různé zdroje, zvažovat různé perspektivy a posuzovat důkazy všeho druhu, aby mohli informace správně vyhodnotit. Kromě toho by si měli umět klást otázky, jak média ovlivňují sdělení, která přijímají, aby získali komplexní porozumění předložených informací.

Ve způsobu pohledu na média a jejich analýzu přesahuje kritická mediální gramotnost jejich pouhé čtení nebo psaní. Kellner a Share (2007) jako součást tohoto typu

gramotnosti připomínají také zkoumání otázek ideologie, reprezentace, politického charakteru či sociálního kontextu v médiích. Dále podněcují ke zpochybňování představy, že média jsou neutrální, a podporují jedince k přemýšlení o tom, jak spolu souvisí vliv a informace. V neposlední řadě je potřeba si uvědomit, že publikum hraje aktivní roli při vytváření významu médií a že existují různé způsoby interpretace mediálních sdělení.

Kritická mediální gramotnost klade důraz na osvojení si dovednosti kritického myšlení jako návyku, podporuje aktivní a skeptický postoj k informacím, zábavě a přesvědčování. Učitelé mediální gramotnosti zdůrazňují význam kladení kritických otázek a rozpoznávání potenciální zaujatosti např. tím, že si všímají toho, co je ve sdělení vynecháno (Hobbs, 2020). Dotazník, který vedli Share, Mamikonyan a Lopez (2019) s učiteli, zdůraznil důležitost zařazení základních principů mediální gramotnosti do výuky, aby žáci dokázali posoudit důvěryhodnost informací a reklamy a vytvářet různé typy médií. Oslovení učitelé považují za důležité probírání pojmů mediální gramotnosti jako je zaujatost, důvěryhodnost nebo fake news. Otázky životního prostředí, zejména klimatická krize, jsou také oblastí, kde podle nich lze uplatnit kritickou mediální gramotnost a jako důvod udávají, že mnoho mediálních sdělení zkresluje vědecké důkazy. Nakonec jeden z oslovených učitelů základní školy uvedl, že média do výuky často začleňuje a zdůraznil, že je důležité učit žáky, aby nepřijímali za bernou minci vše, co vidí, čtou nebo sledují.

4.4. Porozumění informační gramotnosti

Konečně je důležité zmínit informační gramotnost. Můžeme se také setkat s pojmem mediální informační gramotnost, kdy se jedná o kombinaci mediální a informační gramotnosti. Rozdíl mezi mediální a informační gramotnosti udávají Jones-Jang, Mortensen a Liu (2019), podle nichž rozdíl spočívá v jejich perspektivách. Mediální gramotnost vnímá média jako optiku, nebo okno, které jedincům umožňuje vnímat svět a vyjadřovat se v něm, zatímco informační gramotnost vnímá informace jako nástroj pro jednání ve světě. Nutno podotknout, že autoři ve svém výzkumu našli pozitivní korelaci mezi informační gramotností a schopností odolávat fake news. Koltay (2011) dále zdůrazňuje, že mediální a informační gramotnost mají sice společný požadavek kritického vyhodnocování, ale liší se svým zaměřením a rozsahem. Mediální gramotnost klade důraz na zkoumání složitosti mediálních sdělení, včetně toho, jak vznikají, zatímco

informační gramotnost se zabývá fungováním rozsáhlých komunikačních situací a vyhledáváním a vyhodnocováním informací v různých oblastech.

Co se týče definice informační gramotnosti, Iskhak *et al.* (2021) ji popisují jako schopnost *rozpoznávání informačních potřeb, vyhledávání informací, vyhodnocování informací a efektivní využívání informací* (s. 126). Koltay (2011) doplňuje, že *informačně gramotní lidé jsou schopni rozpoznat, kdy jsou informace potřebné* (s. 215). V 21. století, kdy je člověk neustále konfrontován různými informacemi, je stále důležitější, aby byl jedinec vybaven schopností identifikovat své informační potřeby, rozlišovat mezi spolehlivou a nepravdivou informací a vytvářet strategie pro vyhledávání potřebných informací. Když student disponuje informační gramotností při interpretaci informací, je schopen posuzovat jejich smysluplnost a hodnotnost. Studenti mohou uplatnit dovednosti plynoucí z této gramotnosti při práci na úkolech, které vyžadují použití referenčních materiálů jako jsou výzkumné práce, eseje a další písemné práce (Iskhak *et al.*, 2021).

Informační gramotnost tak lze shrnout jako schopnost pečlivě vyhledávat a vybírat informace v různých kontextech, včetně pracovního prostředí, školy, ale i v osobním rozhodování, zejména v souvislosti s občanstvím a zdravím. Výuka této gramotnosti klade rovněž značný důraz na kritické myšlení, klíčové je pak na rozpoznávání kvality, autenticity a důvěryhodnosti zpráv (Koltay, 2011). Zdůrazňuje rovněž důležitost umět rozlišovat mezi zdroji různé úrovně důvěryhodnosti, včetně vědeckého, odborného a amatérského obsahu. Rozpoznáním různých žánrů a forem informací, se kterými se žáci setkávají, je mohou lépe hodnotit a využívat (Hobbs, 2020). Součástí informační gramotnosti tvoří i dovednost v oblasti zkoumání odbornosti autora, posuzování důvěryhodnosti zdrojů a ověřování faktů z různých zdrojů, jak uvádějí Iskhak *et al.* (2021). Konkrétně může být tato gramotnost podmínkou pro interpretaci novinových titulků a účasti ve veřejných diskusích (Machete a Turpin, 2020). Závěrem Nygren *et al.* (2022) však připomínají, že naučit žáky určovat důvěryhodnost digitálních zpráv je poměrně náročné, zejména s ohledem na jejich nedostatečnou mediální informační gramotnost.

5. Aktivní implementace mediální gramotnosti

V dnešní době je potřeba porozumět digitální, mediální a informační gramotnosti a skrz ně si osvojit potřebné dovednosti. S rozvojem technologií a médií a jejich pronikáním do veřejné i soukromé sféry si pedagogové stále více uvědomují nutnost vzdělávat nové učitele a studenty v oblasti mediální gramotnosti (Share, Mamikonyan a Lopez, 2019). Přestože vývoj technologií nevyhnutelně zůstane o několik kroků napřed, je i tak nezbytné vybavit jednotlivce dovednostmi, které jim umožní orientovat se v médiích a kriticky je hodnotit. To si uvědomují i mezinárodní organizace UNESCO a výkonný orgán Evropské unie, Evropská komise, které se mj. věnují posilování těchto gramotností v mezinárodním měřítku. Tato kapitola se zabývá jejich snahami o podporu mediální, informační a digitální gramotnosti a zdůrazňuje jejich význam v současném digitálním prostředí. V době, kdy se na sociálních sítích šíří fake news, se výuka těchto gramotností stává klíčovou pro dobro jednotlivců a zdraví demokratických společností, proto je rovněž potřeba zmínit přístup k mediálním gramotnostem v rámci České republiky a zjistit, jak jsou tyto gramotnosti začleněny do Rámcového vzdělávacího programu.

5.1. Příklad iniciativ UNESCO a Evropské komise

To, že je důležité ovládat dovednosti, které nám pomohou orientovat se v množství mediálních obsahů ve světě, který je propojený a založený na informacích a umět je kriticky hodnotit, si uvědomuje i UNESCO. Jako organizace zaměřená na vzdělávání, vědecký pokrok a ochranu kultury, UNESCO aktivně podporuje mezinárodní spolupráci v oblasti vzdělávání (UNESCO, 2022b). Alcolea-Díaz *et al.* (2020) doplňují, že UNESCO se věnuje prosazování mediální gramotnosti již od počátku 60. let 20. století a již v roce 1969 zdůrazňovalo význam škol pro rozvoj kritického myšlení žáků ve vztahu k médiím.

Na podporu mezinárodní spolupráce v oblasti vzdělávání založilo UNESCO Alianci pro mediální a informační gramotnost. Tato aliance byla založena v roce 2013 během Globálního fóra pro partnerství v oblasti mediální a informační gramotnosti a je globální iniciativou, která prostřednictvím mezinárodní spolupráce podporuje mediální a informační kompetence. Jejím cílem je vytvářet partnerskou spolupráci, sdružovat postoje k zásadním otázkách a poskytovat platformu pro globální skupiny a sdružení v této oblasti (UNESCO, 2022a). Navíc pořádá každoročně Světový den mediální

a informační gramotnosti, při kterém zhodnocuje pokroky dosažené v této oblasti (UNESCO, b.r.).

UNESCO na svých webových stránkách věnovaných mediální a informační gramotnosti poskytuje také řadu zdrojů, mezi nimiž jsou i výzkumné práce a příručky. Ve spolupráci s partnery představilo např. komplexní publikaci s názvem *Mediálně a informačně gramotní občané: myslete kriticky, klikejte moudře* (v originále: *Media and Information Literate Citizens: Think critically, Click Wisely*), ve spolupráci s dalšími autory však publikovali více příruček (UNESCO, 2023).

Jedním z poskytnutých zdrojů, který nabízí ucelenou strukturu mediální a informační gramotnosti, je *Kurikulum mediální a informační gramotnosti pro učitele UNESCO*, obecně známé jako MIL (zkratka pro *Media Information Literacy*). UNESCO se rozhodlo používat kombinovanou koncepci, tedy spojení mediální a informační gramotnosti (Saariketo, 2014). Tento rámec kombinuje vzdělávací cíle ze studií digitálních médií, jako je pochopení funkce médií v demokratických společnostech, dále pak z informační gramotnosti, která obsahuje dovednosti, jako je výběr informací a jejich hodnocení (Manca, Bocconi a Gleason, 2021). MIL zahrnuje různé kompetence včetně schopnosti používat informační a komunikační technologie nebo dovednosti kritického myšlení. Nejedná se jen o osvojení si technických dovedností, ale i o rozvoj kritického rámce a přístup k výuce a učení (Share, Mamikonyan a Lopez, 2019). Rámec MIL se blíže zaměřuje na šest hlavních kompetencí: (1) pochopení role médií a informací v demokracii; (2) pochopení mediálního obsahu a jeho využití; (3) efektivní přístup k informacím; (4) kritické hodnocení informací a jejich zdrojů; (5) aplikace nových a tradičních mediálních formátů; a (6) uvědomění si sociokulturního kontextu mediálního obsahu (Manca, Bocconi a Gleason, 2021).

Kurikulum a kompetenční rámec MIL v podstatě nabízí stručné shrnutí účelu, struktury a hlavních témat kurikula. Určuje tři vzájemně propojené tematické oblasti, které tvoří základ učebních osnov pro učitele, jež jsou: Znalost a porozumění médiím a informacím pro podporu demokratické diskuse a společenské angažovanosti, analýza mediálních textů a informačních zdrojů pro kritické hodnocení a konečně tvorba a využívání médií a informací. Rámec navíc obsahuje moduly, které představují základní témata, cíle výuky a pedagogické přístupy. Tyto moduly poskytují možné aktivity pro každé vybrané téma, které tato publikace zmiňuje (UNESCO, 2011).

Co se týče publikace s názvem *Mediálně a informačně gramotní občané: myslete kriticky, klikejte moudře* z roku 2021, jedná se o druhé vydání kurikula MIL pro pedagogy a studenty. Publikace poskytuje rozsáhlý učební plán pro rozvoj kompetencí pro mediální a informační gramotnost a poskytuje pedagogům a žákům přehledná pedagogická doporučení. Obsahuje rozmanitou škálu podrobných modulů, které se zabývají základními kompetencemi potřebnými pro orientaci v dnešním složitém komunikačním prostředí. Nakonec tento zdroj vytváří vazby mezi mediální a informační gramotností a novými tématy, jako je umělá inteligence, vzdělávání v oblasti digitálního občanství, vzdělávání v oblasti udržitelného rozvoje, kulturní gramotnost a rostoucí výskyt fake news (UNESCO, 2021).

Za zmínku také stojí přístup Evropské komise k digitální gramotnosti. Evropská observatoř digitálních médií (*European Digital Media Observatory*, dále jen EDMO) byla založena v červnu 2020 jako organizace financovaná Evropskou unií s cílem řešit rostoucí problém fake news. Technologie se stále vyvíjejí, příkladem může být vzestup umělé inteligence a chatbotů, EDMO se proto zavazuje sledovat aktuální informace o nových technologiích, přijímat opatření kybernetické bezpečnosti a využívat pokročilé techniky analýzy dat, aby bylo možné účinně řešit hrozbu fake news a čelit jim. Neustálým přizpůsobováním se vyvíjejícímu se digitálnímu prostředí chce EDMO zvýšit své schopnosti v boji proti výzvám, které fake news představují, a chránit integritu informací online (EDMO, b.r.).

EDMO podporuje nezávislou komunitu bojující proti fake news. Slouží jako platforma pro spolupráci ověřovatelů faktů, akademiků a dalších. Činnost EDMO se dotýká pěti klíčových oblastí, jež jsou: Podpora organizací zabývajících se ověřováním faktů, koordinace v oblasti výzkumu fake news, poskytování informací a zdrojů pro mediální gramotnost, navrhování bezpečnostního rámce pro přístup akademických výzkumníků k datům platforem a pomoc veřejným orgánům při monitorování strategií platforem. Tato observatoř byla zřízena v rámci plánu Evropské komise pro boj proti fake news, jejíž první fáze byla zaměřena na zavedení infrastruktury služeb a vymezení pravidel observatoře a její druhá fáze byla zahájena spuštěním osmi středisek zastupujících týmy několika zemí. Struktura řízení EDMO navíc zajišťuje její nezávislost na veřejných orgánech, a to včetně Evropské komise (Digital EU, 2023).

Střediska v rámci EDMO mají různé úkoly, mezi něž patří identifikace, analýza a odhalování fake news kampaní, vyhodnocování dopadu fake news, podpora mediální

gramotnosti, monitorování online platforem a spolupráce s vnitrostátními orgány. V současnosti funguje 14 středisek (nových 6 středisek bylo otevřeno roku 2023), mezi něž patří také Středoevropská observatoř digitálních médií (*Central European Digital Media Observatory*, dále jen CEDMO) působící na Slovensku, v České republice a Polsku (Media Futures, 2022). V rámci CEDMO pak působí zpravodajská agentura AFP⁷ a spolu se sítí českých, slovenských a polských nevládních organizací zaujímá klíčovou roli při ověřování faktů. Koordinátor projektu Demagog.cz Gongala konstatuje, že cílem iniciativy je zkrácení doby reakce na fake news, přičemž usilují o reakci v řádu hodin. CEDMO pak Gongala popisuje jako reakci na stupňující se problém šíření fake news (Zelený, 2022).

CEDMO se skládá konkrétně ze čtyř týmů: českého, slovenského, polského a týmu AFP. Jak uvádí Šťastná, český tým zajišťuje přednášky připravené na míru novinářům a učitelům spolu s vypracováním komplexních příruček pro účastníky. Polský tým se specializuje na tvorbu stručných patnáctiminutových videí a podcastů s odbornými vstupy. Nakonec slovenský tým se mezitím zaměřuje na navrhování kurzů a provádění analýz vzdělávacích projektů specificky zaměřených na fake news (Media & Learning Association, 2022).

Ve spolupráci s CEDMO byla např. vydána příručka *Na pravdě záleží – Jak učit o pravdě a lži na internetu*. V tomto materiálu jsou k dispozici různé příklady témat a aktivit zaměřených na podporu učitelů při naplňování mediální gramotnosti se zvláštním zaměřením na podporu kritických dovedností při přístupu k informacím (Kopecký *et al.*, 2020). Evropská unie rovněž vytvořila akční plán digitálního vzdělávání (2021-2027) jako strategickou politickou iniciativu, která má řešit vyvíjející se vzdělávací prostředí a usnadnit transformaci systémů vzdělávání ve všech členských státech s cílem vysoce kvalitního, inkluzivního a dostupného digitálního vzdělávání v celé Evropě (European Commission, b.r.).

Podle nedávného průzkumu společnosti Ipsos pociťuje 29 % lidí ve střední Evropě silný dopad nepravdivých informací, což zdůrazňuje potřebu iniciativ na boj proti fake news v tomto regionu. Univerzita Karlova oznámila za přítomnosti rektorky univerzity, či Václava Moravce, hlavního koordinátora CEDMO, dlouhodobé partnerství se společností Google. Současné jádro výzkumu CEDMO Univerzity Karlovy pak zaujímají

⁷ Agence France-Presse (AFP) je francouzskou nezávislou tiskovou agenturu financovanou mj. Evropskou komisí, která od roku 2021 úzce spolupracuje s několika středisky EDMO (AFP, b.r.).

tři výzkumné týmy: Sociální epidemiologie a zdraví (SEH), sociální hodnoty a postoje (SVA) a tým bezpečnosti (SEC) zaměřující se na témata, jako jsou fake news související s epidemiemi, politické preference v souvislosti s údaji o konzumaci a šíření fake news a digitální propaganda online, do níž je zahrnuta i propaganda týkající se nedávné ruské invaze na Ukrajinu (CEDMO, 2023).

Úsilí EDMO a UNESCO MIL při podpoře mediální a informační gramotnosti zdůrazňuje význam těchto dovedností v dnešní digitální společnosti. Tyto iniciativy aktivně bojují proti fake news a zdůrazňují, že mediální gramotnost je nejen žádoucí, ale i nezbytná pro to, aby se jednotlivci mohli smysluplně zapojit do digitální sféry. Zdůrazňuje nutnost přizpůsobení vzdělávacích systémů začleněním mediální gramotnosti do jejich osnov a zároveň vyzdvihuje hodnotu mezinárodní spolupráce a sdílení osvědčených postupů v této oblasti.

5.2. Národní strategie a analýza Rámcového vzdělávacího programu

Řada studií a výzkumů zdůrazňuje nutnost začlenění mediální výchovy do školních osnov, aby si žáci osvojili základní gramotnosti potřebné v dnešní společnosti. V kontextu České republiky podávají přehled současného stavu mediální výchovy Voráč a Kopecký (2021). Konstatují, že český vzdělávací systém zahrnuje základní kurikulární dokumenty známé jako Rámcové vzdělávací programy (RVP). Tyto programy vytvářejí obecně závazný rámec pro tvorbu školních vzdělávacích plánů. Původní Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (RVP ZV) byl zaveden v roce 2005 po rozsáhlé kurikulární reformě. Autoři zmiňují, že mediální výchova jako průřezové téma byla již jeho součástí. Nutno také podotknout, že nejnovější verze Rámcového vzdělávacího programu, zveřejněna v roce 2021, vykazuje v oblasti mediální výchovy minimální rozdíly oproti verzi z roku 2005. Nakonec autoři zmiňují, že v průběhu 16 let bylo do popisu průřezového tématu přidáno pouze několik řádků textu, které se zabývají aspekty, jako je mediální komunikace, možná související rizika a význam důsledného kritického hodnocení informací.

V roce 2021 byla však provedena tzv. malá revize RVP ZV v oblasti kompetencí, přičemž ke stávajícím kompetencím (tj. kompetence k učení; kompetence k řešení problémů; kompetence komunikativní; kompetence sociální a personální; kompetence občanské a kompetence pracovní) byla přidána kompetence digitální. Podle RVP ZV digitálně kompetentní žák prokazuje znalost běžně používaných digitálních zařízení,

využívá uvedené technologie k učení, zapojení a řešení problémů a samostatně si vybírá vhodné nástroje pro každý úkol. Disponuje dovednostmi, které mu umožňují získávat, vyhledávat, kriticky hodnotit, spravovat a sdílet data, informace a digitální obsah. Žák je dále schopen vytvářet a upravovat digitální obsah, používat rozmanité formáty a účinně se prostřednictvím digitálních prostředků vyjádřit. Uvědomuje si společenský význam digitálních technologií, neustále zkoumá nové pokroky, kriticky posuzuje jejich přínosy a zamýšlí se nad souvisejícími riziky. Kromě toho žák upřednostňuje bezpečnost zařízení a dat spolu s ochranou sebe i ostatních a při vzájemné spolupráci, komunikaci a poskytování informací v digitálním prostředí jedná výhradně eticky (MŠMT, 2021).

Samotná mediální výchova je pak součástí tzv. průřezových témat. Tato témata *reprezentují v RVP ZV okruhy aktuálních problémů současného světa a stávají se významnou nedílnou součástí základního vzdělávání* (MŠMT, 2021, s. 132). Průřezová témata jsou součástí základního i středního vzdělávání a školy musí žákům poskytnout výuku všech tematických oblastí v rámci každého průřezového tématu. Je však třeba poznamenat, že konkrétní realizace těchto průřezových témat se může na jednotlivých školách lišit a školy si mohou samy určit konkrétní ročníky a metody realizace průřezových témat. Mediální výchova tak může být začleněna do různých předmětů, jako je český jazyk, občanská výchova nebo informatika. Lze ji také představit formou školení, seminářů, projektů a diskusí. Případně se školy mohou rozhodnout pro zřízení samostatného předmětu věnovanému danému průřezovému tématu (Voráč a Kopecký, 2021). Kromě mediální výchovy se dále vymezují průřezová témata: Osobnostní a sociální výchova, výchova demokratického občana, výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, multikulturní výchova a environmentální výchova (MŠMT, 2021).

V aktualizovaném RVP VZ se v některých průřezových tématech promítá také potřeba digitální kompetence, např. v oblasti *Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech* je zmíněna propojenost *tématu s digitálními technologiemi [která] umožňuje žákům zejména samostatně získávat, vyhodnocovat a sdílet informace o zemích Evropy a světa* (MŠMT, 2021, s. 138).

Pro rozvoj mediální gramotnosti slouží průřezové téma mediální výchovy. RVP ZV zdůvodňuje relevantnost tohoto průřezového tématu tím, že pro efektivní orientaci ve společnosti je důležité disponovat dovednostmi zpracovávat, vyhodnocovat a využívat vnější podněty, včetně rostoucího přílivu informací z různých mediálních zdrojů. Dále

zmiňuje všeobecně známou roli médií při formování individuálního a společenského chování, i to, že média ovlivňují životní styl a celkovou kvalitu života. Je důležité žáky informovat o tom, že mediální sdělení jsou různorodá a mnohotvárná, vyznačují se jedinečnou vazbou na společenskou realitu a často jsou vytvářena s určitými záměry, které mohou být potenciálně manipulativní. Vzhledem k různorodé povaze mediálních sdělení se stává zásadním přistupovat k nim s rozlišovací schopností a zvažovat jejich základní záměry, tedy zda mají informovat, přesvědčovat, manipulovat nebo bavit a uvažovat o jejich vztahu k realitě, včetně jejich věcné správnosti, logického zdůvodnění a hodnotové platnosti (MŠMT, 2021).

Mediální výchova úzce souvisí se vzdělávací oblastí Člověk a společnost, protože média utvářejí současné představy a hodnoty. Tato výchova nám dovoluje porovnávat minulé a současné události v globálním měřítku a podporuje kritický pohled na věc, který nám umožňuje účinně interpretovat mediální sdělení (zpravodajství z hlediska významu a věrohodnosti zprávy a události, reklamu z hlediska účelnosti nabízených informací apod.). Mediální výchova v souvislosti s digitálními technologiemi klade důraz na témata jako mediální komunikace, bezpečnost, řízení rizik, rozlišování soukromé a veřejné komunikace a kritické hodnocení informací. Umožnit žákům efektivně se zapojit do mediální komunikace vyžaduje vytváření příležitosti pro mediální tvorbu a podporu rozmanitého vyjadřování různými prostředky a tvůrčí techniky (MŠMT, 2021).

Mediální výchova v RVP ZV navíc zahrnuje dvě hlavní oblasti: Receptivní činnosti a produktivní činnosti. Receptivní činnosti zahrnují: (1) kritické čtení a vnímání mediálních sdělení (cílené na rozvíjení kritického přístupu ke zprávám, reklamě, k pochopení rozdílů informativních a zábavných prvků či poznání cílů a pravidel mediálních sdělení); (2) interpretaci vztahu mediálních sdělení s realitou (s důrazem na pochopení různých typů sdělení jako je reklama či zpravodajství, rozlišování faktických a fiktivních obsahů a hodnocení souvislostí mezi mediálními sděleními a sociální zkušeností); (3) strukturu mediálních sdělení (zkoumající vzorce ve struktuře mediálních sdělení); (4) vnímání autora mediálních sdělení (jeho postoje a názory, jaký používá jazyk a techniky pro vyjádření nebo manipulaci) a (5) fungování a vliv médií ve společnosti (s cílem pochopení organizace a role médií, zkoumání faktorů ovlivňujících chování médií, financování médií nebo analýzu vlivu médií na každodenní život ve společnosti). Dále produktivní činnosti zahrnují: (1) vytvoření mediálního sdělení (např. pro školní časopis nebo internetová média) a (2) práci v realizačním týmu

(zaměřené na spolupráci na projektech, např. vydávání školního časopisu). Tyto činnosti tvoří základní prvky mediální výchovy a umožňují žákům kriticky a aktivně pracovat s médii v různých formách (MŠMT, 2021)

Pokud se školy rozhodnou začlenit mediální výchovu do výuky prostřednictvím diskusí, workshopů nebo různých školení, mají možnost spolupracovat s několika organizacemi, které se na tuto oblast specializují. Významná je nezisková organizace Člověk v tísni, která v rámci projektu Jeden svět na školách pořádá *Týdny mediálního vzdělávání*. V rámci těchto dnů probíhají na základních i středních školách besedy, workshopy a přednášky (Voráč a Kopecký, 2021). Komunikační kampaň organizace Člověk v tísni dostupná na webových stránkách pestujememedialnigramotnost.cz má dále za cíl vyvolat zájem veřejnosti o mediální výchovu. Kampaň využívá metafory z rostlinné říše a hravou formou a s nadsázkou nabádá jednotlivce k ověřování informací z různých zdrojů, podporuje nezávislá média, dbá na obezřetnost při výběru spolehlivých zdrojů informací a upozorňuje na škodlivé dopady fake news na veřejné mínění a mezilidské vztahy (Člověk v tísni, 2022). Jeden svět na školách také poskytuje školení učitelům nebo řadu metodik a bezplatných publikací o mediální výchově. Další iniciativy, které vedou studenti univerzit, jako např. *Zvol si info*, *Fakescape* a *Faketicky*, nabízejí projekty zaměřené na vzdělávání žáků či učitelů. Kromě základních učebnic mohou tedy učitelé na internetu najít volně dostupné metodiky a výukové materiály, které podpoří jejich úsilí v oblasti realizace mediální výchovy (Voráč a Kopecký, 2021).

V roce 2020, v návaznosti na potřebu distanční výuky, spustila také Česká televize webový portál s názvem ČT edu, na kterém zveřejnila množství videí s tématy pokrývajícími učivo školních předmětů od předškolního věku po střední školy. Dvořák připustil, že obsah webu, původně vytvořen pro učitele jako doplněk k výkladu, byl zpřístupněn i rodičům a dětem. Od té doby se portál ČT edu neustále rozšiřuje a učitelé mají k dispozici i pracovní listy s širokou škálou témat (MediaGuru, 2020).

Nakonec je potřeba zmínit připravovanou revizi kurikula, která by měla být k dispozici na podzim 2023. Rozvoj klíčových kompetencí žáků je stále důrazně připomínán, navíc je navrhován modernizovaný vzdělávací obsah a upravená průřezová témata. Dosavadní klíčové kompetence (včetně jejich názvů a klasifikace) budou nezměněny, kompetence digitální by navíc měla *explicitně obsahovat schopnost bránit se dezinformacím a manipulacím* (s. 4), přibude kompetence kulturní s cílem podpory tvořivosti. Je rovněž zmíněno, že pro rozvíjení kompetencí je prerekvizitou náležitá

oborová znalost, (tedy faktické a pojmové znalosti), měla by však být srozumitelně propojena s kompetencemi a základními gramotnostmi. V aktualizovaném RVP ZV by se mělo nově objevit vymezení gramotnosti. Pojem gramotnost v současnosti není v RVP ZV definován, navíc se objevuje *pouze v částech věnovaných jednotlivým vzdělávacím oblastem. Setkáme se zde tedy s výrazy „matematická gramotnost“ (část Matematika a její aplikace), „finanční gramotnost“ (část Člověk a společnost), „čtenářská gramotnost“ (část Doplňující vzdělávací obory), „mediální gramotnost“ (část Mediální výchova). Tyto pojmy ale nejsou nikterak vymezeny* (s. 21). Důraz je kladen i na to, aby se kompetence a gramotnosti objevily v každodenní výuce, čehož se chce docílit jejich promítnutím do učebních zdrojů i do ověřovacích nástrojů. Je také popsána potřeba učebních materiálů či modelových programů pro podporu učitelů (MŠMT, 2022).

Zmíněna je rovněž reflexe budoucnosti vzdělávacích cílů organizace UNESCO, která klade důraz zejména na zdokonalení žáků ve schopnosti získávat potřebné znalosti, připomíná absenci problematiky ekologické krize v kurikulu i důležitost gramotnosti v boji proti sdílení fake news (MŠMT, 2022).

Co se týče průřezových témat, v novém kurikulu by se jejich počet měl zredukovat a měly by se objevit ve formě očekávaných výstupů. Tento krok by měl vést ke zkvalitnění realizace průřezových témat ve výuce. Ze současných šesti by tak vznikla tři průřezová témata, která by měla cílenou problematiku jasně popisovat. Nově vzniklá témata by měla být: *Téma vztahované k žákovi samotnému, téma vztahované ke společnosti a téma vztahované ke světu (fyzickému)* (s. 52). Očekávané výstupy průřezových témat budou hledět na zkušenosti a postoje žáků, navíc se počítá s absencí doporučeného učiva k těmto tématům a výstupy by se měly stát složkou jádrového vzdělávacího obsahu. Nakonec součástí revidovaného RVP ZV by se měla stát metodická podpora ve formě ukázek práce. Podle MŠMT je nezbytné, aby revize kurikula probíhala nejen na centrální úrovni, ale také na úrovni jednotlivých škol a učitelů. Nakonec je uvedeno, že s pomocí metodické podpory, včetně vzorových učebních plánů a výukových materiálů, dojde k významnému posunu. Hlavní cíl výuky se přesune od pouhého probírání celého učiva k aktivnímu zajištění toho, aby žáci dosáhli očekávaných výstupů vzdělávání. Tuto proměnu by mělo usnadnit poskytování zdrojů a podpory učitelům a školám (MŠMT, 2022).

6. Dostupné metodiky a online zdroje pro výuku fake news

Pro vypracování spolehlivé metodiky zaměřené na výuku o fake news je nezbytné vycházet ze solidních zdrojů, a proto se tato část práce zabývá několika existujícími metodikami pro získání cenných poznatků o účinných přístupech k takto zaměřené výuce. Metodiky jsou náležitě popsány a jejich hodnocení se zakládá na několika klíčových aspektech, včetně vhodnosti cílů výuky, relevance obsahu, pedagogického přístupu, přizpůsobivosti, celkové struktury a jejich vizuální organizace.

Následující hodnocení se zaměřuje na dva primární zdroje. Důraz je převážně kladen na čtyři novější metodiky vydané v rámci vzdělávacího programu Jeden svět na školách organizací Člověk v tísni, poté je krátce představen portál ČT edu a rozšiřující se nabídka materiálů dostupná na tomto portálu. Tyto zdroje nabízejí komplexní vzdělávací zdroje a materiály. Učitelé mají navíc prostřednictvím webových stránek Jednoho světa na školách přístup k cenné audiovizuální podpoře, což dále zvyšuje jejich možnosti při výuce. Tyto zdroje procházejí důkladným zkoumáním, aby byla zajištěna jejich účinnost a vhodnost pro výuku o fake news.

6.1. Publikace *Na pravdě záleží*

Metodika nesoucí název *Na pravdě záleží* byla vytvořena v roce 2017 pro akci Týdny mediálního vzdělávání. Strachota, ředitel programu Jeden svět na školách, zdůrazňuje symboliku názvu metodiky, která má upozornit na to, že i v době, která se označuje jako *post-faktická*, je důležité hledat pravdu mezi dostupnými informacemi a zdroji a díky tomuto tematickému zaměření je vhodným zdrojem k výuce o fake news.

Základem této metodiky je koncepční rámec, který se soustředí na pět základních otázek, jež slouží jako vodítko pro jednotlivce při práci s mediálními sděleními. Hlavním cílem tohoto přístupu je podpořit kritický pohled na různá sdělení, s nimiž se člověk může setkat, ať už na internetu nebo v osobním životě. Tyto otázky – jmenovitě kdo, co, komu, jak a proč – poskytují přímočarý, ale účinný nástroj pro analýzu informací. Metodika se dále zabývá významem kladení těchto otázek a nabízí podrobné vysvětlení jejich důležitosti. Prvním aspektem, na který se metodika zaměřuje, je autor mediálního sdělení a jeho motivy ke sdělení mediálního obsahu. Metodika vyzdvihuje tuto otázku zejména proto, že pokud žák kriticky vyhodnotí tvůrce sdělení, může si ho pak zařadit do kontextu a vyhodnotit jeho záměr. Druhá otázka *co?* se vztahuje na obsah mediálního sdělení

a umožňuje žákům rozvíjet schopnost rozlišovat mezi zprávami, názory a reklamou. Zdůrazňuje význam pečlivého zkoumání, zda zpráva obsahuje ověřitelné informace, nebo zda záměrně vynechává zásadní detaily. Přesunutím pozornosti na otázku *komu?* jsou žáci vedeni k tomu, aby zvážili, na koho mediální sdělení cílí. Podstatné je pochopit, že každé sdělení je určeno nějaké skupině. Dále by měl učitel žákům připomenout vliv algoritmů sociálních médií a podjatostí při vyhodnocování mediálních sdělení. Následující otázka *jak?* zkoumá vizuální a jazykové prvky přítomné v mediálním obsahu, zatímco závěrečná otázka *proč?* podtrhuje význam vyvození záměrů, které stojí za vytvořením a šířením mediálního sdělení. Tyto otázky jsou následně detailně rozpracovány na příkladech mediálních sdělení v následující kapitole.

V kapitole nesoucí název *Analýzy mediálního sdělení* je komplexně zkoumáno šest různých mediálních sdělení, přičemž je využito výše uvedených pět otázek. Výběr těchto sdělení byl jistě pečlivě zvážen, jelikož se jedná o taková sdělení, se kterými se každý jedinec může na internetu setkat. Zkoumaná sdělení zahrnují: Předvolební kampaň, sponzorovanou facebookovou reklamu, sponzorovaný facebookový příspěvek, hoax, zprávu ze zpravodajského webu a zprávu z alternativního webu. V následující kapitole nazvané *Tipy, jak na internetu nenaletět* pokračuje metodika ve zkoumání osmi dalších mediálních sdělení. Autoři metodiky nabízejí cenná vodítka, která mohou jednotlivci využít k potvrzení nebo vyvrácení pravdivosti těchto sdělení. Nejedná se tedy o cvičení, která by mohl učitel v mediální výchově využít, nýbrž o příručku, která čtenáře seznamuje s tím, jak účinně ověřovat informace, se kterými se setká a předkládá základní nástroje pro efektivní orientaci v digitálním prostředí. K dalšímu rozšíření do výuky je však na webových stránkách jsns.cz k dispozici soubor aktivit doplněných audiovizuálními materiály. Tyto aktivity pokrývají různé tematické celky, např. zpravodajství, reklamu a zábavu, sociální sítě, mediální aktivismus a propagandu, včetně současné ruské a komunistické. Tento rozmanitý přístup zajišťuje komplexní a poutavé zkoumání tématu.

Poslední část metodiky zvaná *Mapa [audiovizuálních] lekcí k mediálnímu vzdělávání* má podobu stručných zadání lekcí. V rámci této části metodika nastiňuje cíle daných lekcí, příkládá řadu aktivit, přibližuje jejich účel a časovou dotaci a pro využití v hodině jsou vyjmenovány i informační texty. Je však důležité upozornit, že informace v této části slouží jako shrnutí, přičemž komplexní podrobnosti jsou k dispozici na webových stránkách jsns.cz.

Část *Analýzy mediálního sdělení a Tipy, jak na internetu nenaletět* sice nefungují výslovně jako připravené aktivity pro výuku, ale představují hlubokou analýzu různých mediálních sdělení. Tyto analýzy by se mohly snadno upravit do podoby poutavých cvičení pro žáky. K analýze mediálních sdělení lze ve výuce například využít diskusi nebo skupinovou práci, což podporuje aktivní reflexi a kritické myšlení žáků. Aktivity vytvořené z těchto základů mohou žáky přivést k hlubšímu pochopení tématu.

Pro efektivní využití metodiky je zásadní použití relevantních informací. Metodika slouží jako souhrn mediálních sdělení, s nimiž se jednotlivci mohou v každodenním životě setkat. Zabývá se aktuálními otázkami týkajícími se politických, národních a zahraničních subjektů, analyzuje příspěvky na Facebooku, webový obsah, a dokonce i billboardy politických kampaní. Značný důraz je kladen na podporu kritického přístupu vůči přiloženým fotografiím, které mohou být při vytržení z kontextu snadno nesprávně interpretovány.

Pro zvýšení komplexnosti metodiky by mohla být zahrnuta širší škála informačních kanálů a sociálních platform.⁸ Fake news pocházející z YouTube nebo Instagramu budou mít jistě jiné charakteristiky než ty, které pocházejí z Facebooku, a jedinci, kteří tyto platformy využívají, mohou jejich zahrnutí ocenit. Žáci se mohou také setkat s tištěnými bulletiny nebo letáky, které často nesou politickou agendu, což může být relevantním důvodem pro jejich zahrnutí do rozsahu metodiky. Kromě toho by mohla být přidána forma fake news známá jako *deepfake*, která zahrnuje zmanipulovaná videa nebo audionahrávky a mohla by si v metodice najít své místo.

Nakonec je nutné podotknout, že metodika je promyšleně strukturovaná, přehledná a tematické zaměření je v rámci oblasti fake news adekvátní. V každé kapitole je uvedena příslušná fotografie, která slouží jako názorný příklad dané problematiky, po níž následuje podrobná analýza. Na konci každé kapitoly jsou navíc uvedeny odkazy, které usnadňují další zkoumání nebo získávání dalších informací k představeným tématům.

⁸ Podle AMI Digital Index 2021 je Facebook mezi českými uživateli stále velmi oblíbený, zkušenosti s ním má 89 % populace. Instagram vedle YouTube jsou oblíbené mezi mladými lidmi, využívá je necelých 80 % českých dětí a mladistvých (Juna, 2022).

6.2. Publikace *O pravdu?*

O rok později byla vypracována metodika s názvem *O pravdu?* a je do ní opět začleněn základní koncept pěti otázek pro analýzu informací. Cíl tohoto výukového přístupu zůstává v souladu s předchozí metodikou a je zaměřen na podporu analytických dovedností žáků při hodnocení mediálních sdělení a podporu kritického myšlení ve vztahu k jejich obsahu.

Metodika zahrnuje devět tematických celků, z nichž každý je uveden poutavým cvičením ve formě plakátů. Tyto plakáty se věnují různým tématům, jako je manipulace s fotografiemi, zpravodajství, struktura novinových titulků, hoaxy, důležitost ověřování informací na internetu, falešné účty, hate speech, internetoví trollové, reklama a propaganda. Tato témata jsou při výuce o fake news velmi důležitá. Za každým plakátem následuje vysvětlení, které zdůrazňuje význam tématu a hlouběji se zabývá jeho aspekty. Metodika obsahuje řešení ke cvičením a další praktické informace, které učitelé při přípravě výuky využít. Navíc poskytuje tipy pro výuku a aktivity dostupné na webových stránkách jsns.cz spolu s odkazy pro další zkoumání představených témat.

Následující část metodiky obsahuje řadu návrhů aktivit pro učitele s důrazem na přístup *učení činěním*. Učitelé jsou vybízeni k tomu, aby zapojili žáky do tvorby vlastních mediálních sdělení, jako jsou zprávy o místních událostech, plakáty, videa nebo kvízy. Tento praktický přístup podporuje aktivní učení a podněcuje žáky k uplatňování jejich znalostí. V závěru metodiky je uveden přehled audiovizuálních lekcí, které nabízí Jeden svět na školách a které jsou pro učitele komplexním zdrojem pro zlepšení výuky mediální gramotnosti.

Metodika klade velký důraz na činnostní učení, které je na konci publikace doplněno několika zmíněnými radami. Publikace se jeví především jako ucelený návod pro učitele, podle kterého mohou strukturovat své hodiny. Zařazení plakátů do výuky nabízí významný potenciál pro aktivní zapojení žáků, protože je lze snadno přizpůsobit tak, aby odpovídaly cílům hodiny. Tyto plakáty mohou iniciovat diskusi na začátku hodiny, na jejichž základě žáci představí své tipy témat, jimiž se podle nich bude vyučovací hodina zabývat, nebo se plakáty využijí k jejich analýze. Naopak jako výstup hodiny mohou žáci se skupinách vytvořit na dané téma vlastní plakáty a porovnat je s originálem. Navíc lze obsažená témata efektivně kombinovat, např. využitím tématu

propagandy k ilustraci manipulace s fotografiemi nebo jazykem a zároveň v této souvislosti může být zmíněn historický vývoj fake news.

Zvolená témata v rámci metodiky jsou stále aktuální a potřebná, případně se při výuce mohou do plakátů zařazovat aktualizované obrázky nebo popisky, které podněcují diskusi o aktuálních událostech. Doplňující informace doprovázející plakáty přispívají ke komplexnímu uchopení dané problematiky a zasazují ji do širšího kontextu. Pozoruhodné je, že vybraná témata, jako je propaganda a komunikace na sociálních sítích, si zachovávají svou sílu a nadále rezonují ve společnosti. Vizualní prezentace metodiky, které napomáhají poutavé plakáty, zvyšuje její celkovou přitažlivost. Metodika se navíc vyznačuje přehledností, která zajišťuje provázanost jednotlivých řešených témat.

6.3. Publikace *Dezinformační dezinfekce*

Tato metodická příručka byla vydána v roce 2020 a nese zajímavý název, jak vysvětluje ředitel JSNS Strachota. Je v něm použita jistá nadsázka, která podle něj dodává čtenářům naději, že proti fake news je možné se bránit.

V návaznosti na předchozí metodiky klade tato publikace velký důraz na pěstování dovedností kritického myšlení prostřednictvím mediální výchovy. Tohoto cíle metodika dosahuje tím, že podněcuje jednotlivce k tomu, aby si kladli pět koncepčních otázek, které jim slouží jako cenný rámec pro hodnocení informací, s nimiž se na internetu setkávají.

Metodika je uvedena stručným článkem, jehož autorem je odborník na fake news, který vytváří kontext pro diskusi o fake news souvisejících s pandemií COVID-19. Článek vytváří souvislost mezi fake news a jejich dopadem na jednotlivce ve společnosti a upozorňuje na důsledky šíření nepodložených informací. Dále uvádí několik příkladů fake news, které se šířily nejen v České republice, ale i ve světě. Tento poutavý úvod účinně připravuje základ pro následné zkoumání tématu. Následují čtyři podrobně vypracované aktivity, které využívají koncepci pěti základních otázek. Poslední aktivita je řešena s využitím kartiček, na nichž je vyobrazeno 9 typů šířitelů fake news.

Narozdíl od předchozích metodik se tato publikace odlišuje tím, že nabízí pestrou škálu předem připravených aktivit vypracovaných k realizaci ve třídě. Každá aktivita je důkladně představena a poskytuje jasný přehled o svém obsahu a přínosech, rovněž zmiňuje doporučený věk, cíl aktivit, délku, potřebné pomůcky k výuce a také uvádí jaké

klíčové dovednosti nebo průřezová témata jsou aktivitou podpořena. Dále je učitelům poskytnut podrobný postup, jak danou aktivitu ve třídě efektivně zrealizovat. Příložen je návod k reflexi po skončení aktivity. Ke každé aktivitě náleží pracovní list, který mohou při výuce učitelé využít. Kromě toho některé aktivity jsou doplněny komentáři učitelů, kteří již aktivity ve výuce vyzkoušeli.

Sbírka aktivit zahrnuje zmíněný přístup koncepčních otázek zaměřených na zapojení žáků do kritického myšlení. Kromě toho jsou k dispozici k výuce kartičky zaměřené na rozpoznávání motivů a charakteristik šířitelů fake news. Prostřednictvím podrobných vysvětlení poskytnutých na fiktivních postavách jsou žáci vyzváni k posouzení, zda je motivy šířitelů překvapily. Metodika rovněž nabízí praktické rady a tipy pro ověřování informací, čímž vybavuje učitele i žáky základními nástroji pro mediální gramotnost. A konečně metodika disponuje komplexním shrnutím nejrozšířenějších a nejvíce zavádějících fake news týkajících se COVID-19.

Ačkoliv se relevantnost tematického zaměření fake news týkajících se koronavirových infekcí možná snížila, je zásadní si uvědomit, že nepravdivé informace zaměřené na zpochybňování nebezpečnosti různých virů, nemocí, účinnosti očkování či na podporu alternativního *léčení* mohou na internetu kolovat trvale. Předkládaná metodika nadále ukazuje různé přístupy k podpoře dovedností kritického myšlení, konkrétně se zabývá potřebou orientovat se ve fake news a vyhodnocovat je. Aktivity z metodiky lze navíc upravit, či rozšířit tak, aby zahrnovala další relevantní témata nebo nové společenské problémy, od zdravotních problémů, environmentálních záležitostí, technologického pokroku, až po sociální a politické výzvy. Základní důraz na kritické myšlení zůstává stejný, také je možná aktualizace aktivit na konkrétní příklady tak, aby odpovídaly současným podmínkám a účinně bojovaly proti šíření aktuálních fake news.

Mezi uvedenými metodikami vyniká právě tato jako nejkompaktnější v tom smyslu, že poskytuje několik propracovaných aktivit spolu s podrobnými pokyny a snadno dostupnými výukovými materiály pro učitele, které mohou v hodině bez velkých úprav použít, přestože obsahuje menší počet aktivit v porovnání s výše uvedenými metodikami. Metodika navíc nabízí listy pro učitele obsahující řešení příslušných aktivit. Samotné aktivity využívají ukázky ze sociální sítě Facebook nebo známých webových stránek spojených se šířením fake news. Závěrem metodika také nabízí podrobný způsob ověřování informací a fotografií.

6.4. Publikace *Jak se stát novinářem*

V roce 2022 byla vydána nová publikace s názvem *Jak se stát novinářem*, která disponuje několika kreativními úkoly. Na rozdíl od výše zmíněných je tato publikace psána přímo pro žáky a zaměřuje se na jejich aktivní zapojení do procesu učení.

Takto nazvaná publikace slouží jako komplexní průvodce, který žáky seznamuje se světem žurnalistiky a jeho různými aspekty. Usiluje o hluboké pochopení role a odpovědnosti novináře. Konečným cílem je povzbudit žáky, aby ke svým úkolům přistupovali s kritickým myšlením a kreativitou a osvojili si praktický přístup k učení. Přesněji činnostním učením jsou žáci podněcováni k hlubšímu proniknutí do tématu a získávají cenné poznatky o výzvách a příležitostech, s nimiž se novináři při své práci setkávají. Tento interaktivní přístup rozvíjí jejich schopnost kriticky analyzovat informace a kreativně myslet při řešení novinářských úkolů.

Publikace zahrnuje různé formy mediálního obsahu, jsou to: Televizní reportáž, písemné reportáže, živý vstup, rozhovor a vzdělávací videa. Na rozdíl od předchozích metodik, které se specificky zaměřují na fake news, tato publikace zabírá širší tematický rozsah. Pevně však věřím, že i tak může poskytnout cenné poznatky ve výuce o fake news. Vzhledem k tomu, že fake news se často snaží napodobovat důvěryhodnou žurnalistiku, je pro žáky zásadní, aby pochopili různé složky žurnalistiky a získali hlubší porozumění jejího rozsahu a významu.

Jak již bylo výše zmíněno, publikace se soustředí na pět tematických celků a je určena jako příručka pro žáky. Nabízí přehledné návody k různým aspektům žurnalistiky, např. jak efektivně připravit zprávu. Před zahájením plnění úkolů jsou žákům poskytnuty zásadní informace o daném mediálním sdělení, které jim umožní efektivně pracovat s materiály, např. jak postupovat při přípravě reportáže. Publikace navíc nabízí zásadní rady, kterými se žáci mohou při plnění úkolů řídit. Součástí jsou také technické pokyny, které se týkají například tvorby videí. Každý úkol umožňuje žákům zvolit si požadovanou roli v rámci žurnalistiky, ať už se jedná o redaktora, kameramana, producenta nebo jiné role. Aby žáci mohli sledovat svůj pokrok, mají v příručce na závěr každé aktivity k dispozici prázdné řádky k zaznamenání jejich práce nebo postřehů.

I když se publikace tematicky liší od předchozích, věřím, že může žákům položit solidní základy předtím, než se začnou zabývat tématem fake news. Navíc lze tato témata plynule upravit tak, aby odpovídala tématu fake news. Například během reportážní

aktivity mohou žáci prozkoumat požadovanou oblast fake news, odhalit jejich společenské dopady, nebo dokonce vyvrátit fake news v rámci živého vstupu. Začleněním takových prvků mohou žáci získat komplexní porozumění složitostem obklopující fake news a jejich důsledky.

Publikace zaujme vizuálně poutavými ilustracemi, které naznačují, že cílovou skupinou jsou mladší žáci. V každém tématu dodržuje jednotnou strukturu, začíná seznámením s tématem a poskytuje žákům faktografické informace. Poté vyzve žáky, aby se rozdělili do skupin a nabádá je k rozdělení si konkrétních rolí pro danou činnost. Publikace obsahuje také pokyny k přípravě úkolů a nabízí cenné tipy pro další zkoumání tématu a rozvoj dovedností.

6.5. Webový portál ČT edu

Webový portál ČT edu nabízí širokou škálu výukových materiálů a posloužil jako cenný zdroj informací pro učitele, žáky a rodiče při přechodu na distanční výuku v roce 2020. Tato platforma, vyvinutá Českou televizí, nabízí různé zdroje, které jsou určeny pro použití ve výuce na základních a středních školách. Uživatelé se mohou na portálu snadno orientovat, vyhledávání materiálů je možné na základě školního stupně, předmětu nebo tematické oblasti. Kromě toho portál obsahuje hry nebo materiály určené speciálně pro ukrajinské děti, které přišly do České republiky v důsledku války na Ukrajině. Uživatelé mohou také vyhledávat konkrétní témata pomocí klíčových slov v rámci funkce vyhledávání, což umožňuje pohodlné a efektivní prozkoumání relevantního obsahu.

Tento portál disponuje pracovními listy, které žáci vyplňují na základě poskytnutých informací získaných z přiložených videí bez přímého zásahu učitele. Lze tedy říct, že taková výuka podporuje aktivní učení, kritické myšlení, samostatnou reflexi a osobní angažovanost. Co se týče tematického zaměření nabízených aktivit, cílem je seznámit žáky se strategiemi používanými v informační válce a umožnit jim, aby tyto taktiky rozpoznali a účinně jim čelili, dále je vedou k porozumění, že šířené informace jimi mohou manipulovat. Zařazením těchto témat do výuky vybavíme žáky znalostmi a schopnostmi kritického myšlení, které jsou nezbytné pro úspěšné uplatnění se ve stále se vyvíjejícím informačním prostředí.

ČT edu nabízí pro výuku o fake news 13 videí a 3 doprovodné pracovní listy. Tyto materiály pokrývají více předmětů, mohou být zahrnuty do hodiny informatiky nebo do výukové oblasti Člověk a společnost, čímž umožňují mezioborové zkoumání. Každý

pracovní list je tedy podpořen několika videi, což umožňuje pestrý výukový potenciál. Konkrétní názvy pracovních listů jsou: *Velké události zachycené televizní kamerou*, *Informační válka* a *Současná propaganda*.

V pracovním listu *Velké události zachycené televizní kamerou* jsou žáci vyzváni, aby se zabývali významem velkých událostí zachycených v televizi a jejich vlivem na formování veřejného mínění. Jsou dále vedeni k zamyšlení se nad historickými souvislostmi, například nad politickou situací v Československu před rokem 1989, kdy bylo vysílání ovlivňováno cenzurou a propagandou. Pracovní list *Informační válka* se zaměřuje na nástroje a taktiky používané v oblasti informační války. Žáci zkoumají rozšířenost dezinformačních webů a online trollů a získávají povědomí o problémech, které představují nepravdivé informace. V pracovním listu *Současná propaganda* se žáci seznámí s přítomností propagandy v moderní společnosti. Jsou vyzváni, aby zpochybňovali a zkoumali informační zdroje a uvědomovali si důležitost ověřování faktů a rozlišování pravdy od manipulace.

Aktivita, které ČT edu nabízí, nekladou velký důraz na skupinovou práci nebo diskusi, ale tyto prvky lze snadno začlenit. Flexibilita pracovních listů umožňuje jejich změnu uspořádání nebo kombinaci podle preferencí učitele. Přizpůsobení pracovních listů lze uskutečnit, je možný výběr konkrétních videí ze sbírky, učitelé pak nemusejí použít všechna nabízená videa. Je však důležité poznamenat, že v takových případech bude nutná i úprava pracovního listu, jelikož se v nich na videa odkazuje. Pracovní texty jsou nenáročné, jsou sestaveny na principu otázky a odpovědi.

Co se týče organizace pracovních listů, na portálu ČT edu jsou navrženy tak, aby doplňovaly doprovodná videa. Každý pracovní list se rovněž vztahuje ke konkrétním videím a vybízí žáky k zamyšlení a zaznamenání poznatků a informací, které při jejich sledování získali. Například pracovní list *Informační válka* vybízí žáky ke kritické analýze záměrných lží, které v současnosti mezi lidmi kolují. Portál ČT edu zachovává jasnou a přehlednou strukturu a seskupuje výukové jednotky tak, aby k nim byl snadný přístup. Učitelé navíc mohou díky funkci vyhledávání podle klíčových slov prozkoumat podrobnější témata. Zatímco pracovní listy se skládají především z textu, samotná videa jsou převzata z tematických pořadů, jako *Co dokáže lež* nebo *Jak na internet* a nabízejí tak multimediální výuku.

7. Metodika Jak učit o fake news?

Cílem této diplomové práce je vytvořit sérii výukových hodin věnovaných fenoménu fake news. Zatímco některé z vytvořených hodin jsou inspirovány aktivitami a tématy obsaženými v uvedených metodikách, jiné hodiny jsou navrženy tak, aby se zabývaly tématy obsaženými v teoretické části této práce, které zmíněné metodiky nepokrývají.

Materiály k vyučovacím hodinám, které tato práce navrhuje, obsahují doporučenou délku trvání a cílovou věkovou skupinu pro každé téma. Kromě toho jsou nastíněny cíle hodiny, které jsou doplněny komplexním postupem výuky a řadou relevantních aktivit zaměřených na podporu rozvoje dovedností kritického myšlení žáků. Ke každému tématu je navíc připojen list pro učitele, který nabízí zkrácený teoretický přehled obsahu hodiny. Vypracovaná témata jsou návrhy, jak výuka o fake news může být zrealizována. Každé téma pak může být dále upraveno tak, aby vyhovovalo danému učiteli či třídě.

První vyučovací téma se vztahuje k procesu tvorby zpráv a gatekeepingu, přičemž je zde využita aktivita, při které se žáci ujmou stanovených rolí. Začlenění aktivity hraní rolí slouží k rozvoji kritického myšlení a zároveň podporuje kreativitu a představivost žáků. Vybrané téma si dává za cíl zlepšit porozumění žáků v oblasti gatekeepingu zpráv a vést je k analýze jazyka a obsahu v titulcích zpráv. Při hraní rolí se žáci navíc aktivně podílejí na předstíraném procesu šíření informací a vyzkoušejí si, jak složitá je distribuce zpráv. Kromě toho si žáci zkoumáním jazyka a obsahu titulků rozvíjejí dovednosti, jak rozeznat potenciální podjatost, fake news nebo senzacechtivost. Následující téma se vztahuje k prvnímu vyučovacímú tématu, konkrétně ho rozšiřuje k uplatnění získaných poznatků o gatekeepingu v oblasti sociálních médií. Aktivita je navržena tak, aby žáky navedla k diskusi o šíření nedůvěryhodného obsahu na internetu, přičemž budou konfrontováni s několika smyšlenými příspěvky. Při diskusi nad těmito příspěvky by se měli žáci zamyslet i nad nedostatečnou odpovědností autorů za jejich příspěvky a omezené kontrole příspěvků na sociálních sítích. Téma hodiny by mělo žáky vést k uvědomění si nezbytnosti kritického myšlení a pěstování zdravého smyslu pro skepticismus při setkávání s informacemi na internetu. Z časových důvodů nebyla tato hodina realizována žádným učitelem, nemůže být proto poskytnut komentář k její efektivnosti.

Další téma zahrnuje kritickou analýzu dvou zpravodajských článků, které vychází z metodiky projektu Jeden svět na školách organizace Člověk v tísni. Vybrané články, pocházející z renomovaného zpravodajského webu a z pochybného dezinformačního webu, jsou porovnávány a zkoumány prostřednictvím řady koncepčních otázek, které využívají metodiky JSNS. Tyto otázky slouží žákům jako rámec pro hlubší proniknutí do článků, což jim umožní nejen porozumět prezentovaným informacím, ale také kriticky zhodnotit perspektivu autora a případné motivace, které vedly ke sdílení obsahu. Díky tomuto procesu si žáci osvojí dovednosti, které jim umožní rozeznat důvěryhodnost zpravodajských zdrojů, identifikovat potenciální zaujatost a zapojit se do promyšlených úvah o složitosti konzumace zpráv v současném mediálním prostředí.

Předposlední téma má zvýšit povědomí žáků o pojetostech, která mohou ovlivnit jejich konzumaci informací. Prostřednictvím kombinace brainstormingu a analýzy textů se žáci věnují širšímu tematickému zaměření fake news. Aktivita konkrétně vychází z tématu této diplomové práce a soustředí se na analýzu krátkých příběhů, které ilustrují dopad podjatostí na jednání zobrazených postav. Rozvíjením porozumění daných podjatostí jsou žáci vybaveni potřebnými nástroji, které jim umožní přistupovat ke konzumaci informací s větší opatrností a rozvahou, což jim umožní efektivněji se orientovat ve složitých mediálních obsazích. Navíc, zkoumáním fiktivních příběhů si žáci mohou osvojit dovednosti kritického myšlení a aplikovat je v reálných situacích, například při rozpoznávání podjatosti ve zpravodajských článcích. Tato aktivita umožňuje žákům uvědomit si, jak mohou předpojatosti formovat prezentaci informací, ovlivňovat perspektivy lidí a důvěryhodnost zpravodajských zdrojů.

Poslední téma vyučovací hodiny se zaměřuje na pochopení pojmu fake news a na jeho historický kontext, kdy se žáci seznámí se skutečnými příklady fake news. Zde je použita aktivita zaměřená na studii příkladů, při které žáci interpretují podstatu textu a vyhledávají potřebné informace. Na základě historických příkladů a studie příkladů žáci pochopí trvalý dopad fake news v různých historických obdobích. Toto zkoumání objasní, jak byly fake news využívány k utváření veřejného mínění a ovlivňování politických narativů. Díky konceptualizaci fake news v historickém rámci žáci hlouběji pochopí přetrvávající výzvy, které fake news představují, a trvalý význam kritické mediální gramotnosti ve stále více informacemi nasyceném prostředí.

7.1. Téma: Výzva pro editory zpráv: editorská rozhodnutí ve světě médií

Anotace: Prostřednictvím hraní rolí se žáci zapojí do procesu výběru a publikování novinových článků. Pracují jako tým editorů, kteří analyzují články a zdůvodňují svá rozhodnutí, přičemž berou v úvahu použitý jazyk a informační obsah v titulcích.

Předpokládaná délka: 60 minut

Věk: 12+

Cíle hodiny: Žáci

- se podílejí na hodnocení zpravodajských titulků a článků na základě vizuálních vodítek, čímž aktivně přemýšlejí nad zpravodajským obsahem;
- rozvíjejí dovednosti kritického myšlení prostřednictvím aktivního zapojení se do hodnocení a analýzy zpravodajských titulků a převzetím dočasné odpovědnosti za výběr a sdílení těchto příspěvků;
- dokáží formulovat své myšlenky, naslouchat názorům ostatních a vést slušný dialog.

Pomůcky: Pracovní list 1, pracovní list 2, list pro vyučující

Postup:

Úvod (10 minut):

Učitel uvede význam zpravodajství ve společnosti a zdůrazní výzvy, kterým dnes zpravodajství čelí. Podtrhne význam novinových titulků a vyzdvihne, jak se titulky snaží upoutat pozornost příjemce. Dále zdůrazní důležitost analýzy jazyka a informací obsažených v těchto titulcích. Učitel může s žáky vést diskusi, nebo může žáky vyzvat, aby společně vytvořili vizuální myšlenkovou mapu.

Vysvětlení aktivity a pojmů s ní spojenými (15 minut):

Učitel rozdává pracovní listy s různými titulky, které může před hodinou nastříhat, a představí žákům jejich roli editorů, kteří rozhodují o tom, co bude zveřejněno. Učitel zdůrazní, že je důležité analyzovat jazyk použitý v titulcích, dávat pozor na možné podjatosti a identifikovat všechny zásadní informace, které mohou být vynechány.

Skupinová práce (15 minut):

Žáci jsou rozděleni do 3-4 skupin a učitel je vede k diskusi o poskytnutých titulcích. Jejich úkolem je dosáhnout ve skupinách souhlasu o tom, které titulky vyberou pro svůj zpravodaj, a svůj výběr zdůvodnit.

Pokud by se stalo, že by žáci byli s analýzou titulků rychle hotovi, společně se posunou ke dvěma textům na dalším pracovním listu. Zde učitel vysvětlí, že se jedná o dva články, které informují o stejné události. Skupina editorů se musí rozhodnout, který typ článku by zveřejnila a svůj výběr náležitě vysvětlit.

Prezentace (10 minut):

Každá skupina představí své vybrané titulky a stručně shrne důvody svého výběru. Učitel může usnadnit diskusi ve třídě a vyzvat neprezentující žáky, aby se podělili o své myšlenky a názory na jednotlivé titulky. Žáky z ostatních skupin může také vyzvat, aby přispěli svým úhlem pohledu, a podpořit tak širší výměnu názorů.

Reflexe (5 minut):

Třída se zapojí do diskuse o významu jazyka a informací v novinových článcích. Učitel vede rozhovor o tom, jak mohou titulky zpráv ovlivňovat jejich porozumění a výběr.

Závěr (5 minut)

Na konci hodiny učitel společně s žáky shrne získané klíčové poznatky a zdůrazní význam kritického myšlení a mediální gramotnosti. Také připomene význam zodpovědné konzumace zpráv a nutnost analyzovat titulky a zdroje zpráv před vytvořením názoru; je však také důležité žákům zdůraznit, že nemohou spoléhat jen na titulky zpráv, aby se nestali obětí fake news nebo clickbaitů na sociálních sítích.

Doplňující informace:

Pracovní listy k této aktivitě čerpají inspiraci ze dvou metodik vytvořených v rámci programu Jeden svět na školách. První metodika *O pravdu?* je využita pro tvorbu poutavých titulků zpráv z kapitol *Kouzelná moc titulků* a *Zpravodajský DJ*. Druhá metodika *Dezinformační dezinfekce* inspiruje titulky z aktivit *Simpsonovi to věděli!* a *Obchodníci s dezinformacemi*. Některé titulky jsou originální. Citované metodiky poskytují také podpůrné informace pro učitele, které jsou shrnuty v listu pro učitele.

Zdroje k nahlédnutí:

https://www.jsns.cz/nove/pdf/publikace_opravdu.pdf

https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni_dezinfekce.pdf

Pracovní list 1:

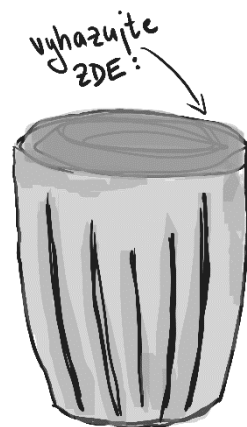
Vítejte ve světě plném zpráv! Vžijte se do role editorů novin a vyzkoušejte si proces výběru a publikování zpravodajských článků. Jako editoři máte moc rozhodovat o tom, jaké zprávy se dostanou k veřejnosti. Vaším úkolem je pečlivě vyhodnotit předložené titulky zpráv na základě použitého jazyka a informací, které poskytují. Věnujte velkou pozornost detailům, protože vaše rozhodnutí ovlivní podobu zpráv, které si lidé přečtou.

Instrukce:

- tento pracovní list vám pomůže utřídit si vaše myšlenky v průběhu aktivity;
- obdržíte sadu zpravodajských titulků, které budete ve skupině analyzovat a vy se musíte shodnout pouze na třech titulcích, které byste zveřejnili;
- debatujte ve skupině o vhodnosti titulků a buďte připraveni svůj výběr zdůvodnit;
- vybrané titulky uveďte na svém webu a všechny titulky, které vaše skupina editorů nevybere, vyhodte do koše.



Obr. 1: Vlastní zpracování



Obr. 2: Vlastní zpracování

Skupina 1

Studenti po celém Česku stávkovali, bojí se nedodržování ústavy

Inspirativní příběh místního hrdiny oceněného za laskavé skutky

Tento babiččin recept vám pomůže shodit 15 kg za 5 dní

Šokující sdělení zdravotní sestry: Média z nás dělají hlupáky, falešné testy, cenzura názorů a epidemie žádá není!

Prezident XY bude jednat s německým kancléřem o mezinárodní spolupráci

Platy ve Škodě Auto zřejmě porostou o více než 20 procent

Kočíci předení má uklidňující účinky, tvrdí nový výzkum

Skupina 2

Stávkující studenti se ztrapňují, ústava je jen cár papíru!!!

Při protestech v Pásmu Gazy se zranilo přes 1000 lidí

Česká republika využije evropský úvěr 100 mld. korun

Průlomový výzkum objevil možnou léčbu nemoci

Moskva chystá za uvalení sankcí tvrdou odpověď

Exkluzivní rozhovor se slavnou osobností odhaluje šokující tajemství

Už se to blíží: film Válka světů předpověděl budoucnost!!!

Skupina 3

Technické muzeum v Liberci vystavuje automobilové skvosty

Nadcházející hudební festival slibuje zajímavou sestavu umělců

Pozor! 15. 6. 2023 – útok na demokracii!!

Tohle vás dostane! Seriál Simpsonovi předpověděl pandemii!

První trénink F1 v Bahrajnu vyhrál Ricciardo z Red Bullu

Renomovaný šéfkuchař představil lákavý recept.

Prezident MZ udeřil: Ti chudáčci demonstrovali za podplacenou televizi!

Skupina 4

Tohle vám v médiích neřeknou. Předpověď krize ze seriálu z které mrazí!

Ve věku 82 let zemřel Isao Takahata, tvůrce animovaných filmů

ČT natočí v pondělí rozhovor s astronautem na oběžné dráze

Lidé nechtějí bydlet hlavně vedle alkoholiků

Srdceryvný příběh: psi záchranu majitele z hořící budovy

Data až 2,7 milionu uživatelů Facebooku z EU byla zřejmě zneužita

Neuvěřitelný objev: Ztracené město pod vodou!

Pracovní list 2:

Vaše editorské schopnosti jsou ohromující! Titulky to však nekončí, musíte událost svým čtenářům dále rozvinout. Jakým způsobem byste informovali např. o této události? Vyberte si z předložených článků.

Byl odhalen vliv televize na spánkový režim zvířat v zoologických zahradách

Odborníci zkoumající zvířata v zoologických zahradách zjistili překvapivou souvislost mezi televizním vysíláním a poruchami spánku. Výzkum ukázal, že dlouhodobé sledování televize ovlivňuje přirozený cirkadiánní rytmus obyvatel zoologických zahrad, což vede k nepravidelnému spánku a neklidu. Dr. Sarah Thompsonová, vedoucí výzkumná pracovnice, zdůrazňuje, že je třeba, aby zoologické zahrady omezily expozici televize a vytvořily obohacující prostředí, které napodobuje přirozené prostředí zvířat.

Zvířata v zoo závislá na televizi:

Bezesné noci a senza tajemství!

Připravte se na to, že budete ohromeni, až odhalíme temnou stránku závislosti na televizi mezi zvířaty v zoo! Svědectví odhalují, že exotická zvířata trpí bezesnými nocemi kvůli své nenasytné touze po televizních pořadech. Naši odborníci tvrdí, že dlouhodobé sledování televize narušuje jejich spánkový režim, takže jsou nevrlí a podráždění. Šokující je, že kolují zvěsti o tajných podzemních televizních stanicích, které epidemii nespavosti v zoologických zahradách podporují!

Alternativa:

Žáci v roli novinářů

Na webových stránkách JSNS je k dispozici také aktivita s názvem *Žáci v roli novinářů*. Webová stránka nabízí postup aktivity a situace, které mohou žáci sehrát a prozkoumat tím různé aspekty žurnalistiky. Druhým zdrojem, který se při této aktivitě může využít, je brožura s názvem *Hledá se novinář*, která poskytuje návod, jak si připravit sehrání rolí televizního zpravodajství. To může být užitečným doprovodným zdrojem pro žáky při plnění této aktivity. Aktivita vede k rozvíjení představivosti, ke spolupráci a prezentační dovednosti žáků. Je však časově náročná a bude muset přesahovat do několika vyučovacích hodin.

List pro učitele:

Kdo rozhoduje o tom, co se dostane do médií?

Proces určování toho, jaké zprávy budou v médiích zveřejňovány, zahrnuje různé osoby. Lze jej přirovnat ke stavbě domu, kdy konkrétní skupina vytváří mediální sdělení. Podobně jako při navrhování domu se shromažďují mediální materiály a na konečné stavbě se podílejí kvalifikovaní jednotlivci. Výběr je dalším klíčovým aspektem tvorby mediálního sdělení, podobně jako se z filmu vystříhují scény, aniž by se změnilo celkové vyznění. V případě novin nebo televizního zpravodajství rozhoduje novinářský tým daného média o tom, které zprávy zařadí. Jako čtenář nebo divák nemusíme znát důvody, které stojí za konkrétním mixem, ale důležité je, že média uvádějí fakta pravdivě bez záměrného zamlčování nebo manipulace.

Jaké události se dostávají do zpráv?

Zpravodajské redakce se rozhodují, o kterých událostech budou informovat, na základě různých kritérií. Upřednostňují události, které vykazují určité charakteristiky, jako je například to, že jsou nové, hodné pozornosti, mají geografický nebo kulturní význam pro médium a jeho publikum, jsou negativní povahy, týkají se světové mocnosti nebo významné osobnosti, jsou nečekané nebo zajímavé, mají trvalý vývoj, splňují očekávání publika, jsou očekávané, mají potenciál ovlivnit velký počet lidí a jsou jasné a jednoduché ve své prezentaci.

Zdroj: JSNS. (2018). *O pravdu?*. s. 10-11

Titulky mají upoutat pozornost čtenářů

Efektivní titulek by měl být stručný a jasný, měl by jasně naznačovat téma článku a být v souladu s jeho obsahem. Je zřejmé, že média se snaží předkládat poutavé titulky, aby nás zaujala, ale měla by se vyvarovat používání nepravdivých nebo zavádějících tvrzení. Titulky mohou být také různé dlouhé, zejména pokud autor hodlá zdůraznit svůj pohled na věc, čehož lze dosáhnout více větami. Jazyk použitý v titulcích je buď hodnotící, nebo popisný, závisí na tom, zda je cílem autora informovat, nebo sdělit jeho názor. Titulky mohou být také vytvořeny tak, aby vyvolávaly emoce, a mohou obsahovat slova, která vyvolávají konkrétní pocity.

Seriózní, nebo bulvární, jak se liší?

Seriózní média se od bulvárních, nebo alternativních odlišují přístupem k tvorbě titulků. V seriózních médiích jsou titulky zpráv zbaveny názorových prvků a upřednostňují objektivní předávání informací čtenářům. Naopak bulvární a alternativní média se při volbě titulků snaží vyvolat emocionální reakce a šokovat čtenáře a snaží se spíše přesvědčit než čistě informovat.

Novináři pracující v seriózních redakcích se řídí etickým kodexem, například kodexem Syndikátu novinářů. Tento kodex zdůrazňuje např. povinnost novinářů předkládat veřejnosti pravdivé a nezkreslené informace.

Zdroj: JSNS. (2018). *O pravdu?*. s. 16-17

7.2. Téma: Výzva pro editory zpráv: rozpoznajte fake news na sociálních sítích

Anotace: Ve společné diskusi se žáci seznámí s dynamikou sdílení informací na sociálních sítích. Konkrétně se zaměří na pochopení absence gatekeepingu na sociálních sítích prostřednictvím zkoumání několika fiktivních příspěvků. Toto téma slouží jako pokračování předchozí aktivity a umožňuje žákům navázat na jejich porozumění gatekeepingu v médiích a aplikovat jej na oblast sociálních médií a na šíření fake news.

Předpokládaná délka: 45 minut

Věk: 12+

Cíle hodiny: Žáci

- dokáží propojit koncept gatekeepingu tradičních médií a sociálních médií a chápou jejich rozdíly;
- rozvíjejí dovednost kritického myšlení vyhodnocováním důvěryhodnosti informací;
- identifikují a rozpoznají fake news a potenciální důsledky jejich šíření.

Pomůcky: Pracovní list nebo prezentace, list pro učitele

Postup:

Úvod (5 minut)

Učitel představí žákům téma hodiny a uvede je do konceptu gatekeepingu. Učitel dále upřesní, že hodina se bude zabývat fenoménem fake news a jeho rolí na sociálních sítích.

Brainstorming (15 minut)

Učitel vyzve žáky, aby se zapojili do brainstormingu. V této část hodiny jsou žáci vyzváni k tomu, aby se zamysleli nad tím, jak se sdílení informací může lišit mezi seriózním zpravodajstvím a sociálními sítěmi. Také se zamyslí nad nezbytnými kroky, které by měli udělat pro vyhodnocení příspěvku, aby byli schopni se rozhodnout nad jeho pravdivostí. Učitel žákům může pokládat tyto otázky: (1) Jak se zpravodajské společnosti rozhodují o tom, které informace je důležité sdílet? (2) Proč je gatekeeping důležitý pro zajištění přesnosti a spolehlivosti zpráv? (3) Jak se podle vás může lišit gatekeeping na sociálních sítích ve srovnání s tradičními zpravodajskými zdroji? (4) Kdo může přispívat a sdílet informace na sociálních sítích? (5) Proč někteří lidé sdílí na sociálních sítích nepravdivé informace? (6) Jak byste posuzovali důvěryhodnost příspěvku, který vidíte na sociálních sítích? (7) Jaké kroky byste podnikli, abyste příspěvek na sociálních sítích ověřili?

Analýza a diskuse (20 minut)

Žáci jsou seznámeni se šesti fiktivními příspěvky ze sociálních sítí. Učitel žákům tyto příspěvky může poskytnout na pracovním listu nebo jim je může představit v prezentaci, záleží na tom, zda bude učitel rozdělovat žáky do skupin, nebo budou všichni pracovat společně. Učitel žákům nechá prostor, aby si sami příspěvky přečetli, poté je vyzve ke společné diskusi. Diskusi může učitel usnadnit kladením konkrétních otázek, které žáky povedou ke kritickému zhodnocení příspěvků. Učitel může žáky vybídnout, aby se zamysleli nad faktory jako je zdroj, důvěryhodnost informací, použití přesvědčivého jazyka a případné předpojatosti. Učitel může dále pokládat tyto otázky: (1) Jak se liší sdílení informací mezi seriózními zpravodaji a sociálními médii? (2) Dokážete identifikovat varovné signály, které mohou naznačovat, že příspěvek je nepravdivý? (3) Jaké jsou možné důsledky slepého sdílení sociálních příspěvků bez dalšího zkoumání? (4) Kolik informací může příspěvek poskytnout? Jaké důležité detaily mohou chybět? (5) Proč je při hodnocení důvěryhodnosti příspěvku důležité hledat více informací, než je obsaženo v příspěvku?

Učitel může aktivitu doprovázet vlastními otázkami, je však důležité, aby otázky žáky navedly k tomu, aby přemýšleli o omezeném množství informací dostupného v příložených příspěvcích, o potřebě ověřovat zdroje a o důležitosti kritického hodnocení informací, se kterými se setkávají na sociálních sítích.

Závěr (5 minut)

Učitel s žáky shrne hlavní poznatky z hodiny, zdůrazní roli sociálních sítí a šíření fake news. Učitel rovněž zdůrazní význam ověřování informací a přiblíží žákům strategie, jak mají přistupovat při ověřování faktů.

Doplňující informace:

Pracovní listy mohou být použity jako prezentace, jsou originální a vytvořené na platformě pro tvorbu grafického materiálu Canva. Informace v listu pro učitele jsou čerpány z první kapitoly diplomové práce.

Zdroje k nahlédnutí:

Zdrojem pro více informací může být zmíněná první kapitola této práce, nebo předchozí bakalářská práce, konkrétně kapitola druhá, třetí nebo čtvrtá.

Pracovní list:

Na sociálních sítích se objevují různé příspěvky. Podívejte se na níže uvedené a zvažte jejich důvěryhodnost, zdroj, a další případné nedostatky.



GRETA MÁ NOVINU

@reallygreatsite

Mimořádné zprávy: Německo, zastánce ochrany životního prostředí, šokuje naši veřejnost tím, že většinu svého odpadu vyváží do naší země! Neuvěřitelné! #zivotniprostredi #zncisteneni



350 450k 2900



Emily Salák

@nicnezpravda

Nezpochybnitelné důkazy byly doloženy nesčetněkrát, přesto je nepochopitelné, proč jsou lidé stále skeptičtí. Rozšiřme tento příspěvek, protože mainstreamová média nadále přivírají oči. Společně můžeme odhalit pravdu! #SirtePravdu

3456 6674 12 785



AMÉLIE WOLFOVÁ

@lezmakratkenohy

A dost! Zkorumpované elity a politici kradou naše práva a svobody! Připojte se ke mně a protestujte proti nim! Společně jim můžeme ukázat, že se jich nebojíme! Pokud mi pošlete finanční dary, podpoříte náš boj za spravedlnost! #vyhoditjevsechnyzokna



Olívia z Olomóce

@nejinfluencerka

Nový zázračný produkt! Narazila jsem na něj náhodou a úplně mi změnil život. Podělím se o něj s vámi, protože mi opravdu záleží na vašem blahu. Věřte mi a vyzkoušejte i další produkty této značky! #MustHave #ProTelo



Denča na stopě

@dencanastope

Mé zdroje odhalují tisíce lidí, kterým hrozí vystěhování, protože nepodpořili "preferovaného kandidáta", pravdu odhalují zdroje, kterým se mainstreamová média vysmívají. Více se dozvíte na mém blogu! #Pravda #SkrytaAgenda



Máří Milovská

@opravdusmari

Důvěrný zdroj nám právě odhalil, že naši telefonní operátoři tajně odposlouchávají naše hovory, a v televizi o tom není zmínka. Podívejte se na toto šokující spiknutí.

#NarušeníSoukromí #Zůstaňteinformováni.



Obr. 3: Vlastní zpracování, zdroj: cavna.com

List pro učitele:

Sociální sítě a jejich role v šíření fake news:

Seriózní zpravodajské kanály hrají klíčovou roli při kontrole informací (gatekeepingu) a zajišťují, aby sdílely relevantní a přesné informace a vyhýbaly se nepravdivému obsahu. Novináři se řídí pravidly a pokyny, aby si zachovali důvěryhodnost. Přesto však mohou být ovlivněni svými subjektivními názory. Existuje i kritika, že tyto kanály neposkytují alternativní pohledy. Tyto alternativní pohledy však nejsou vždy rovnocenné, může se pak stát, že proti uznávanému odborníkovi stojí člověk, který se za odborníka jen považuje a postrádá důležité vzdělání v daném oboru.

Naproti tomu sociální média umožňují, aby se zpravodajem stal kdokoliv bez potřebných zkušeností. Absence gatekeepingu pak usnadňuje šíření neověřených informací. Vlivem rychlého šíření informací mezi velkým počtem uživatelů se mnoho lidí spoléhá na sociální média jako na primární zdroj informací. Bohužel si zde může kdokoliv založit účet nebo blog, aniž by za to, co sdílí, nesl odpovědnost jako profesionálové. K šíření fake news mohou přispívat i algoritmy používané na platformách sociálních médií, protože personalizují obsah a mohou posilovat předpojatosti a šíření neověřených informací.

Strategie k ověřování informací:

1. Použitý jazyk a tón může napovědět, zda se v textu objevuje zaujatost či manipulace. Je jazyk senzacechtivý? Vyvolává emoce nebo apeluje na podjatosti? K takovému textu bychom měli být obezřetní.
2. Je důležité zjistit, zda autora nebo zdroj informací můžeme ověřit. Je autor důvěryhodný, má dobrou pověst a je známý svými odbornými znalostmi v dané oblasti? Ověření pomáhá stanovit spolehlivost informací.
3. Ověření, zda se informace vyskytují i jinde, může pomoci ověřit jejich správnost. Uvádí stejné informace více zdrojů, včetně těch seriózních? Pokud je více nezávislých zdrojů uvádějících stejné informace, zvyšuje to

důvěryhodnost informace.

4. Je důležité posoudit, zda jsou poskytnuté informace úplné, nebo zda nejsou vynechány zásadní údaje. K šíření fake news může dojít selektivním vynecháním faktů nebo souvislostí.
5. Je důležité zjistit, zda lze informace nezávisle ověřit. Existují ověřitelná fakta, údaje nebo důkazy na podporu tvrzení? Bez ověřitelných zdrojů nebo důkazů může být spolehlivost informací sporná.
6. Posouzení důvěryhodnosti samotného zdroje je zásadní. Má zdroj dobrou pověst, je známý a uznávaný pro přesné zpravodajství? Má za sebou historii propagace konspiračních teorií nebo šíření fake news?

7.3. Téma: Fakta nebo fikce: zkoumání důvěryhodnosti zpráv

Anotace: Žáci se seznamují s koncepčními otázkami, které definuje vzdělávací program Jeden svět na školách. Zabývají se analýzou dvou článků, z nichž jeden pochází ze spolehlivého zdroje a druhý z alternativní webové stránky. Prostřednictvím skupinových diskusí žáci aktivně zkoumají a hodnotí obsah těchto článků, čímž rozvíjejí dovednosti kritického myšlení a podporují schopnost provádět analýzu informací.

Předpokládaná délka: 45 minut

Věk: 13+

Cíle hodiny: Žáci

- si osvojí schopnost kritického myšlení a posuzování informací;
- rozvíjejí schopnost posuzovat důvěryhodnost zpravodajských zdrojů s ohledem na důkazy, odbornost, objektivitu nebo předpojatost, což jim umožní vytvářet informované úsudky o informacích, se kterými se setkávají;
- posilují mediální gramotnost, umí rozlišovat spolehlivé informace od fake news.

Pomůcky: Pracovní list 1, Pracovní list 2, List pro učitele

Postup:

Úvod (5 minut):

Učitel na začátku hodiny zdůrazní význam ověřování novinových článků a potřebu jejich přesnosti a spolehlivosti. Poté nastíní účel a podstatu aktivity a představí pojmy kritické myšlení a mediální gramotnost. Nakonec učitel informuje žáky, že se budou zabývat klíčovými otázkami zaměřenými na hodnocení spolehlivosti zpravodajských článků.

Vysvětlení koncepčních otázek (10 minut):

Učitel představí a vysvětlí pět klíčových otázek: kdo, co, komu, jak a proč, které jsou klíčové při analýze zpravodajských článků. Každou otázku bude ilustrovat krátkými příklady, které žákům umožní pochopit jejich význam. Učitel zdůrazní, že kladením těchto otázek mohou žáci efektivně posoudit důvěryhodnost a základní motivy zpravodajských článků.

Čtení a analyzování textů (20 minut):

V této části učitel rozdělí třídu do skupin a rozdá jim dva pracovní listy, z nichž každý obsahuje jeden text a odpovídající otázky. Žáci budou vyzváni, aby si články pozorně přečetli a zapojili se do diskuse týkající se klíčových otázek: kdo, co, komu, jak a proč. Učitel jim může připomenout, aby si dělali poznámky a zvýraznili významné informace, nebo nesrovnalosti mezi oběma články.

Diskuse a prezentace (10 minut):

Učitel sežve žáky ke skupinové diskusi a vyzve každou skupinu, aby se podělila o svá zjištění a zaměřila se na rozdíly, kterých si všimla mezi seriózními a alternativními zpravodajskými články. Na základě analýzy žáků podpoří diskusi o důvěryhodnosti článků. Učitel podněcuje žáky ke kritickému myšlení a požádá je, aby vysvětlili své úvahy a poskytli důkazy na podporu svého hodnocení.

Závěr (5 minut):

Učitel se třídou shrne hlavní poznatky z této aktivity a zdůrazní význam kritického hodnocení zpravodajských článků. Zdůrazní význam kladení klíčových otázek: kdo, co, komu, jak a proč. Povzbuzuje žáky, aby tyto dovednosti kritického myšlení uplatňovali při budoucích setkáních s informacemi, a upozorní je, že ne všechny informace, s nimiž se v životě setkávají, jsou založeny na faktických základech.

Doplňující informace:

Pracovní listy čerpají z metodiky *Na pravdě záleží*. Web z alternativního zdroje je převzat z metodiky, spolehlivý zdroj je aktualizován, screenshot pochází z webu České televize. Analýza webu je pak originální. Kompletní analýza alternativního webu je k dispozici ve zmíněné metodice.

Zdroje k nahlédnutí:

https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-mv/fake-news/analyza_fake_news.pdf

Pracovní list 1:

Mám pro vás výzvu k ověřování faktů! V rozsáhlém světě internetu je orientace v dezinformacích a hoaxech klíčovou dovedností. Dnes máte možnost vyzkoušet si své kritické myšlení. Připravte se na analýzu dvou textů – jednoho ze seriózního zpravodajského zdroje a druhého z alternativní sítě. Dávejte dobrý pozor, protože vaše detektivní schopnosti určí důvěryhodnost těchto článků. První článek naleznete hned pod tímto textem:

ŠOK! ROZDĚLENÍ ČESKOSLOVENSKA JE NEPLATNÉ.

10.000 Kč na měsíc
10.000 Kč

DŮMŮVSKÁ STRÁNKA NOVINY PŘIHLÁŠENÍ

Způsob, který 6krát zvětšuje svaly
27letý Pavel si vybudoval velké svaly, i když ani jednou nebyl v posilovně. A všechno díky...

Pokud je to pravda, nastane šok. Rozdělení ČSFR v roce 1992 je zřejmě neplatné!

Napsal Svět kolem nás dne 4. březen 2016. Kategorie Domácí Počet zobrazení: 359828

 Přátelé, vypadá to, že žijeme v neexistujících republikách a že všechno, co politici napáchali od takzvaného rozdělení v roce 1992 je neplatné. Česká a Slovenská Federativní republika fakticky nikdy nezanikla, protože, cituji:

Federální shromáždění České a Slovenské Federativní Republiky se usneslo na tomto ústavním zákoně:

Čl. 1


(1) V referendu mohou být předloženy občanům České a Slovenské Federativní Republiky k rozhodnutí zásadní otázky formy státoprávního uspořádání České a Slovenské Federativní Republiky.

(2) O návrhu na vystoupení České republiky nebo Slovenské republiky z České a Slovenské Federativní Republiky lze rozhodnout jen referendem.

Konec citace.

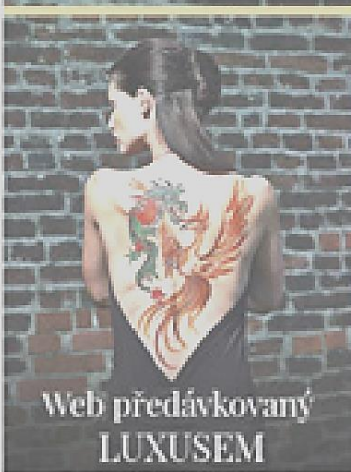
Pokud referendum neproběhlo, rozdělení bylo nezákonné a existence ČSFR trvá, nejsme tudíž členy EU, nejsme členy NATO.

Co vy na to? Je to úmysl nebo bordel? Co já na to? Nic. (ZDE)



Komentáře:
Facebook
178 komentářů

REKLAMA


Web předávkový
LUXUSEM

Obr. 4: Zdroj: JSNŠ

Pracovní list 2:

Zde ve váš druhý článek. Hodně štěstí při ověřování faktů!



ČD 24

ÚSPORNÝ BALÍK RUSKÁ INVAZE DOMÁCÍ SVĚT REGIONY EKONOMIKA KULTURA

Kulturní dům Slavie v Českých Budějovicích projde opravou za půl miliardy korun

24. 4. 2023 České Budějovice

Českobudějovický kulturní dům Slavie opraví sdružení firem Metrostav, Geosan a Auboeck. Rozsáhlá rekonstrukce zhruba za pět set milionů korun bez daně potrvá dva roky. Výběrové řízení na opravu v pondělí schválila městská rada, informoval náměstek českobudějovické primátorky Petr Maroš (ODS). Součástí projektu je i nákup vybavení objektu zhruba za 150 milionů korun.



„Stavbu předáme vítěznému konsorciu v červnu. A počítáme, že do září 2025 pak bude kolaudace,“ uvedl Maroš. Dodal, že město získalo na rekonstrukci dotaci od Národního plánu obnovy ve výši 177 milionů korun. Podmínkou pro úspěšné čerpání je to, že kolaudace musí proběhnout do září 2025.

Plánovanou rekonstrukci kulturního domu provázejí ve městě v poslední době protesty některých skupin, které chtějí zachovat současnou podobu objektu, který je kulturní památkou. Podle nich přestavba částečně změní dispozici.

Podle odborníků jde o necitlivou rekonstrukci

Kulturní dům má doplnit prosklená přístavba, zanikne společenský sál v patře a také tělocvična v přízemí. „V důsledku nedostatečných odborných podkladů je ohrožena existence unikátní dispoziční jednotky prostoru tělocvičny a její cenné dřevěné konstrukce. Podle dostupných informací se jedná o nejstarší dochovanou tělocvičnu v českých zemích,“ uvedl Václav Girs, prezident českého národního komitétu mezinárodní organizace pro památky a sídla ICOMOS.

Maroš už dříve řekl, že projekt může zastavit jenom soud. „My jej můžeme zrušit pouze na základě ekonomické nevýhodnosti, ale tato kritéria nesplňuje. Rekonstrukci Slavie jsme zdělili po minulém vedení radnice a ten proces je tak daleko, že jej prostě nemůžeme zastavit. Debata architektů a jiných odborníků se měla vést v době, kdy se projekt připravoval,“ sdělil už dříve.

O osudu památky se ve městě mluví už několik let. Původně německý Spolkový dům byl postaven v letech 1871 až 1872. Byl projektován jako kulturní, společenské a politické centrum českobudějovických Němců.

Za Adolfa Hitlera se objekt stal centrem německého hitlerovského nacionalismu, později v něm sídlil krajský sekretariát KSČ, pak byl odevzdán městu, později sloužil armádě. V roce 1960 ho ministerstvo obrany předalo státu, o dva roky později ho stát vrátil opět do majetku města.

AUTOR Vrlák Marek

zdroj: ČTK

VYDÁNO POD

Regiony

Jihočeský kraj

Kulturní dům

Rekonstrukce

Projekt

České Budějovice

Obr. 5: Zdroj: ČT 24 Česká televize

Tak co vy na to? Nezapomeňte se řídit klíčovými otázkami! Své postřehy zapisujte:

Kdo je autorem? Co o něm víte?

Co je obsahem mediálního sdělení? Vyskytují se v něm názory? Jsou uvedeny zdroje?

Kdo je cílová skupina mediálního sdělení? Kde se článek může objevit?

Jak se mediální sdělení snaží upoutat pozornost? Jaký využívá jazyk? Vyvolává ve čtenářích emoce?

Proč bylo mediální sdělení vytvořeno? Má ze sdělení prospěch?

List pro učitele:

METODICKÁ KONCEPCE: 5 KLÍČOVÝCH OTÁZEK

Tato metodická koncepce slouží recipientům k účinné analýze mediálních sdělení a vede k rozvoji kritického myšlení:

KDO?	Kdo je autorem mediálního sdělení? Jsou o autorovi dohledatelné informace? Kdo vytváří a šíří mediální sdělení?
CO?	Co je sděleno? Objevují se ve sdělení názory? Má sdělení uvedené zdroje, které se dají dohledat? Jsou nějaké důležité informace opomenuty?
KOMU?	Na jakou skupinu lidí sdělení cílí? Jak se dostává mediální sdělení ke svým čtenářům? Jaký může mít vliv na názory nebo chování čtenářů?
JAK?	Jak sdělení upoutá čtenářovu pozornost? Jaký používá sdělení jazyk nebo audiovizuální doprovod? Vyvolává sdělení v příjemcích nějaké emoce?
PROČ?	Jaký důvod měl autor k vytvoření mediálního sdělení? Má někdo z daného sdělení prospěch či užitek?

Mediální koncepce rozšíření:

Kdo?

Za každým mediálním sdělením někdo stojí, může být motivován svými životními zkušenostmi, názory nebo osobními záměry. Mediální sdělení se šíří prostřednictvím různých médií, z nichž každé má své vlastní zájmy. Tato sdělení mohou podléhat kontrole vedení nebo majitele daného média, jejichž zájmy mohou být komerční nebo politické. Na platformách sociálních médií jsou zprávy sdíleny jednotlivci, kteří mají na těchto platformách účty. Důležité je také si uvědomit, že jakmile není možné dohledat autora mediálního sdělení, je to výzva k ostráživosti.

Co?

Mediální sdělení slouží k předávání informací příjemcům. Tyto informace mohou zahrnovat

fakta, názory, propagaci, nebo kritiku určitého postoje. V případě renomovaných médií je nezbytné, aby jasně rozlišovala mezi zprávami, komentáři nebo placenou propagací. Kromě toho by měly zajistit transparentnost zveřejněným zdrojů, z nichž sdělované informace pocházejí. Na druhé straně však příjemci musí být i obezřetní vůči podrobnostem nebo skutečnostem, které mohou být ve sdělení záměrně vynechány.

Komu?

Mediální sdělení jsou vytvářena s ohledem na konkrétní publikum. Struktura a obsah těchto sdělení jsou ovlivněny průzkumy nebo analýzami chování jednotlivců na sociálních sítích. Na internetu hrají algoritmy zásadní roli při určování obsahu, s nímž se setkáváme, což

vede k tomu, že různí jednotlivci jsou vystaveni různým informacím a sdělením online.

Jak?

Mediální sdělení se snaží upoutat pozornost různými prostředky, jako jsou přesvědčivé titulky, poutavé fotografie nebo videa. Podstatný význam má také jazyk, který je v těchto sděleních používán. Může zachovávat buď neutrální tón, nebo být emočně zabarvený za účelem vyvolat v příjemcích konkrétní emoce. Kromě toho může být sdělení předáváno buď v první, nebo třetí osobě.

Řešení pracovních listů:

Pracovní list 1:

KDO? Autor není uveden, jen redakce daného webu, proto není možné si autora dohledat.

CO? Autor cituje ústavní zákon o referendu z roku 1991, vyjadřuje svůj názor o neplatném rozdělení ČSR, z čehož viní politiky. Sice cituje z existujícího zákona, poskytuje však k němu vlastní výklad. Jiná média tento výklad nepotvrdila. V kvalitním mediálním sdělení bývá přidáno i vyjádření jiných osob, např. historika nebo politologa, to zde také chybí.

KOMU? Lidem, kteří vyhledávají alternativní interpretace domácího nebo zahraničního dění. Na článek mohou lidé narazit buď na daném webu (pokud ho znají a vyhledávají), nebo na sociálních sítích. Co se týče názorů, může u příjemců dojít ke konfirmačnímu zkreslení.

JAK? Poutá především titulkem, vyvolává jím emoce, objevují se negativní slova jako *šok*, *bordel*, navozuje důvěru oslovením *přátelé*. Vyzývá čtenáře, aby vyjádřili svůj názor a zároveň v nich může vyvolat pobouření.

PROČ? Vyvolání emocí, příjem z reklamy.

Zdroj: JSNS. (2017). *Na pravdě záleží*. s. 35-37

Proč?

Za vytvořením a šířením mediálního sdělení se skrývá vždy nějaký důvod. Ten může být různý, mediální sdělení jsou vytvářena např. s cílem informovat, bavit nebo vzdělávat publikum. Je však důležité si uvědomit, že někteří autoři jsou motivováni snahou o zisk, například komerčními zájmy, zatímco jiní jsou vedeni touhou ovlivnit svým sdělením ostatní.

Zdroj: JSNS. (2017). *Na pravdě záleží*, s. 7-9

Pracovní list 2:

KDO? Autor je zmíněn pod zkratkou mvr, po rozkliknutí se objevuje celé jméno Marek Vrlák. Na webu české televize je k dispozici k nahlédnutí jeho fotografie a životopis. Kontrolu nad sdělením má Česká televize.

CO? Článek se zmiňuje o rekonstrukci kulturního domu Slavia v ČB, sděluje i firmu a částku, kolik bude rekonstrukce stát. Článek je informativní, uvádí zdroj, čímž je ČTK, obsahuje i vyjádření různých subjektů, např. náměstka nebo historiků.

KOMU? Může mířit na širší publikum, ale zejména na obyvatele Českých Budějovic, informuje o dění ve městě a o možných omezeních. Článek je dostupný jak na webu ČT, tak na sociálních sítích, může ale také působit negativně, pokud lidé s rekonstrukcí nesouhlasí.

JAK? Článek může upoutat událostí, kterou zmiňuje, nebo také sumou rekonstrukce. Drží se faktů, uvádí i negativní ohlas části obyvatel a fotografii nástěnky protestní akce.

PROČ? Chce informovat o rekonstrukci.

Zdroj: vlastní zpracování

7.4. Téma: Když si mysl zahrává: zkoumání podjatostí ve světě informací

Anotace: Prostřednictvím analýzy 12 krátkých příběhů se žáci seznámí s několika podjatostmi (konfirmační zkreslení, spáčský efekt, efekt třetí osoby a iluzorní efekt), které mohou zapříčinit jejich důvěru v nespolehlivé zdroje a k šíření fake news. Žáci ve skupinách debatují a analyzují důsledky podjatostí v předložených příbězích.

Předpokládaná délka: 90 minut

Věk: 13+

Cíle hodiny: Žáci

- se seznamují s podjatostmi, které mají vliv na jejich vnímání různých informací;
- rozpoznají a analyzují podjatosti v různých situacích, jejichž důsledkem může být šíření fake news;
- zkoumáním důsledků podjatostí získávají hlubší porozumění toho, jak mohou být fake news šířeny a rozvíjejí schopnost kriticky hodnotit informace;
- formulují své myšlenky, spolupracují a aktivně se účastní skupinových diskusí.

Pomůcky: Infografika, Pracovní listy/ kartičky, listy pro učitele

Postup:

1. vyučovací hodina

Úvod (5 minut):

Učitel začne hodinu představením tématu fake news a podjatostí, popíše strukturu hodiny a vyzve žáky ke společné diskusi. Je důležité upřesnit, že probírané téma bude přesahovat do dvou vyučovacích hodin.

Brainstorming (20 minut):

Učitel vyzve žáky, aby opustili své lavice a vytvořili debatní kruh. Otázky, které může učitel pokládat jsou tyto: (1) Jak rozumíte pojmu fake news? Jak byste ho definovali? (2) Napadají vás příklady fake news, se kterými jste se setkali, nebo o kterých jste slyšeli? Proč usuzujete, že se jedná o fake news? (3) Proč se podle vás fake news tak snadno a rychle šíří? (4) Nechali jste se fake news někdy ovlivnit? (5) Slyšeli jste někdy o předsudcích/ podjatostech, které mohou ovlivnit naše vnímání a interpretaci informací? (6) Jak mohou kognitivní podjatosti přispívat k šíření fake news? (7) Jaké schopnosti si můžeme osvojit, abychom se stali kritičtější a ostražitější při přijímání zpráv a informací?

(Žáci mohou mluvit např. o ověření zdroje, nespoléhat na jediný zdroj informací, vyhodnotit důkazy, zkontrolovat, zda nedochází k podjatostem, kritické myšlení.)

Vysvětlení podjatostí (15 minut):

Učitel vysvětlí žákům kognitivní podjatosti, které se mohou podílet v šíření fake news, vyzve žáky, aby se zamysleli nad příklady, které mohou ukazovat ovlivnění jedince těmito podjatostmi a učitel představí žákům vlastní příklady na danou problematiku. Na konci první hodiny žáci reflektují zjištění, která se dozvěděli.

2. vyučovací hodina

Seznámení s infografikou (5 minut):

Na začátku hodiny vyzve učitel žáky, aby si připomenuli, jakým tématem se zabývali v předchozí hodině. Učitel poté žákům rozdá infografiku, která definuje a ukazuje kognitivní podjatosti, se kterými budou dále pracovat. Učitel žákům poskytne prostor, aby se s infografikou seznámili a samostatně si ji pročetli.

Analýza textů (30 minut):

Žáci se rozdělí do 3-4 skupin, ve kterých budou pracovat na analýze 12 příběhů, kdy se rozhodnou, zda konání postav bylo ovlivněno některou z představených podjatostí. Při analýze by měl učitel být žákům k dispozici a monitorovat, zda nepotřebují pomoci.

Diskuse a závěr (15 minut):

Po uplynutí času pro aktivitu jsou žáci vyzváni k tomu, aby se podělili o svá zjištění, také mohou přiblížit, jakým způsobem došli k danému závěru. Na konci hodiny pak učitel vyzve žáky k tomu, aby okomentovali obsah hodiny a rovněž je vyzve k tomu, aby znalosti získané při této aktivitě aplikovali na své vlastní návyky při používání médií a při svém rozhodování.

Doplňující informace:

Obsah pracovních listů je originální, vizuální zpracování je vytvořeno na webu canva.com. Obsah listu pro učitele a infografiky čerpá z třetí kapitoly této diplomové práce. Délka hodiny je jen orientační, učitel si může čas přizpůsobit.

Zdroje k nahlédnutí:

Popsané podjatosti jsou k dispozici k hlubšímu prostudování ve třetí kapitole této diplomové práce, posloužit mohou také zdroje, ze kterých kapitola vychází.

Podjatosti naší mysli

Připravte se na rozluštění skrytých podjatostí, které nás mohou oklamat a vést nás k důvěře nespolehlivých zdrojů. Od konfirmačního zkreslení, po iluzorní efekt - tyto předsudky mají moc uvést náš úsudek v omyl:



Ačkoli je součástí tohoto procesu celá řada podjatostí, včetně tzv. heuristiky ukotvení, heuristiky dostupnosti, nebo Dunning-Krugerova efektu, soustředíme se prozatím na výše popsanou skupinu podjatostí, která nám pomáhá procházet spletitou oblastí fake news.

Obr. 6 Vlastní zpracování, zdroj canva.com

Tato infografika nahrazuje klasický zápis. Žáci jsou nejprve seznámeni s různými podjatostmi samotným vyučujícím, později jim informace poskytuje právě tato infografika.

Jedná se o shrnutí čtyř vybraných podjatostí, které žáci identifikují v následující aktivitě.

Infografiku dostane každá skupina žáků, žáci ji mohou využívat po celou dobu práce v další aktivitě.

Příběhy předpojatých myslí

Míla Katarovská

Míla měla zpočátku pochybnosti o údajných prospěšných účincích užívání česneku pro lepší kvalitu zraku. Opakovaně však na tyto informace narážela na internetu a viděla je všude, kam se podívala. Postupně začala věřit, že to musí být pravda. Koneckonců při neustálém bombardování tímto tvrzením se zdálo, že je příliš rozšířené na to, aby to nebyla pravda. Navíc, kdo má čas pořád navštěvovat očaře?



Benjamín Stohlav

Ben vášnivě sleduje politiku a často zůstává dlouho vzhůru, aby byl informován o nejnovějších zprávách. Když se však setká s lidmi a zprávami, které zpochybňují jeho vlastní názory, má tendenci vyhýbat se smysluplným diskusím. Místo toho hledá útěchu ve svých oblíbených skupinách na Facebooku, kde všichni sdílejí jeho názory. Koneckonců, proč se trápit těmi, kteří možná nechápu pravdu tak dobře jako on?



Evžen Láska

Evžen je při surfování po internetu ostražitý a je si plně vědom existence nespolehlivých zdrojů a fake news. Občas se pro pobavení pustí do analýzy pochybných zdrojů. To se mu ale tentokrát vymstilo. Zaujat zábavným obsahem zapomene, že nový zajímavý výzkum zjišťující dvojjazyčnosti veverek má původ v nespolehlivém zdroji. Evžen jej nevědomky začne šířit mezi své přátele jako fascinující zajímavost.



Josef Miller

Josef se od svých vnučat naučil používat svůj nový počítač ke čtení článků. Je velmi obezřetný a když narazí na článek, který se shoduje s jeho přesvědčením, věnuje čas k jeho ověření. Také je otevřen alternativním pohledům a vyhledává si různé úhly pohledu, aby získal komplexní znalosti. Navíc aktivně zpochybňuje své podjatosti a snaží se činit informovaná rozhodnutí na základě přesných informací a logického uvažování.



Marta Nová

Když Marta bezmyšlenkově procházela své sociální sítě, narazila na senzační titulek, který upoutal její pozornost. Tvrdil, že odhaluje šokující tajemství o nové filmové hvězdě. Marta se cítila pobavená a klikla na článek. Plně očekávala, že jde o další příklad fake news. Když však četla dál, začínala pociťovat pochybnosti. V článku byly uvedeny přesvědčivé důkazy. Může být na článku přeci jen něco pravdy?



Ivan Kolman

Ivan, který je přesvědčen o své odolnosti vůči fake news a propagandě, projíždí kolem billboardu s politikem, s nímž zásadně nesouhlasí. I přes jeho odmítavý postoj ho nečekaně zaujme kandidátova přesvědčivá a sebevědomá image. Cestou dál najednou slyšel z rádia neradostný příběh člověka, který se vlivem propagandy připojil k radikální straně. Ivan nesouhlasně pokývl hlavou a přemýšlel, jak může člověk nepoznat propagandu?



Příběhy předpojatých myslí

Sandra Malá

Sandra, zkušená uživatelka internetu, je stále více vtahována do skupiny, která odhaluje tajné spiknutí organizované vysoce postavenými vládními úředníky. Zpočátku skeptická Sandra je uchválena zákonitostmi a souvislostmi, které skupina objevuje. Selektivně se zaměřuje na informace, které tyto teorie podporují. Sandra je plně přesvědčena o skryté pravdě, přestože pádné důkazy chybí.



Bob Kubeš

Bob rád tráví svůj volný čas na sociálních sítích. Často zde stráví i několik hodin, protože je uchvácen všemi informacemi, které zde objevuje. Jednoho dne narazil na fascinující tvrzení, že pití octa s citronem před konzumací alkoholu zabraňuje opilosti. Bob je touto informací zaujat a později tento cenný tip sdělí svým přátelům. Bob však již zapomněl, že tato informace pochází ze satirického účtu.



Michal Klukovský

Michal rád tráví čas na svém telefonu, když najednou narazí na článek, podle kterého může nadprůměrné používání telefonu zlepšit dovednosti v oblasti sociálních interakcí. Tato myšlenka Michala zaujala, a tak začal aktivně vyhledávat podobné články, videa a diskuse. Navíc odmítá rady svých rodičů a známých, které vidí důležitost v osobních interakcích. Michal se ohrazuje jeho pozitivní zkušeností, kterou získal při používání telefonu ke komunikaci.



Jana Fisher

Jana má silné pochybnosti o bezpečnosti a účinnosti vakcín. Aktivně vyhledává články, videa a příspěvky na sociálních sítích, které upozorňují na negativní zkušenosti s vakcínou. Při konfrontaci s lidmi, kteří předkládají důkazy odporující jejímu přesvědčení, se začíná bránit a blokuje je a raději se drží podobně smýšlejících lidí. Jana dokonce vede vlastní blog, kde otevřeně sdílí své obavy. Sekce komentářů je však silně cenzurována.



Ester Novak

Ester je vášnivá čtenářka, která ráda zkoumá různé perspektivy. Když se setká s různými informacemi o tématu, které ji zajímá, věnuje čas tomu, aby se do něj ponořila hlouběji. Také vyhledává renomované zdroje s vícero názory, pečlivě analyzuje důkazy a zvažuje různé argumenty. Tím si vytváří dobře informovanou představu o tématu, což jí umožňuje činit informovaná rozhodnutí na základě vyváženého posouzení dostupných informací.



Božena Konečná

Božena je vášnivá milovnice historie, vlastní rozsáhlou sbírku historických knih, více informací si však hledá i na internetu. S touhou podělit se o svá moudra sebevědomě tvrdila, že jedna známá historická osobnost kdysi vyhlásila velkolepý plán na obnovu monarchií v 21. století. Když však na ni zvědaví přátelé naléhali, aby jim prozradila zdroj tohoto zajímavého tvrzení, zjistila, že si na jeho původ nedokáže vzpomenout.



Příběhy předpojatých myslí

Míla Katarovská

Mílovo vnímání bylo ovlivněno iluzorním efektem, který při opakování informace vytvořil pocit pravdy a vedl ji k rozhodnutí založeném na falešných předpokladech.



Benjamín Stohlav

Jedná se o konfirmační zkreslení, konkrétně koncept politických komor ozvěň, protože se Ben selektivně obklopuje podobně smýšlejícími jedinci a obsahem.



Evžen Láska

Příběh zřetelně zobrazuje Evženův pozorný přístup k online informacím a to, jak ho spáčský efekt v kombinaci s amnézií zdroje vede k nevědomému sdílení fake news.



Josef Miller

Josef slouží jako vzor racionálního myšlení a zodpovědné konzumace informací. Ukazuje, že není zaujatý, ověřuje fakta, zvažuje více zdrojů a udržuje si otevřenou mysl.



Marta Nová

Marta, která si myslí, že ji fake news neovlivní, se stává k nim náchylnou. Figuruje zde efekt třetí osoby, protože podceňuje dopad přesvědčivého obsahu na sebe.



Ivan Kolman

Ivan propadá propagandě i přes to, že si myslí, že na něj vliv nemá. Zde je zdůrazněn efekt třetí osoby.



Sandra Malá

Tento příběh ukazuje Sandřinu cestu ke konspirační teorii, Sandra byla zpočátku skeptická, avšak postupně se k ní dostavil iluzorní efekt opakovaných informací.



Bob Kubeš

Bob sdílel informaci s přáteli, aniž by si ověřil zdroj. Později na původ této informace zapomněl, ale ne na informaci samotnou. Jedná se o spáčský efekt.



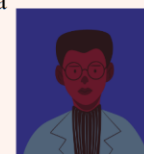
Michal Klukovský

Michal je ovlivněn konfirmačním zkreslením, které vede k tomu, že selektivně přijímá informace, které jsou v souladu s jeho přesvědčením.



Jana Fisher

Jana ukazuje konfirmační zkreslení a s ním spojenou selektivní expozici. Aktivně vyhledává informace podporující její názory a odmítá protichůdné důkazy.



Ester Novak

Podjatosti jsou stále přítomny v našem rozhodování, Ester se je však snaží aktivně zmírňovat důkladným vyhledáváním a zvažováním různých perspektiv.



Božena Konečná

Případ Boženy názorně ilustruje spáčský efekt, kdy se informace získané online mohou odpoutat od svého zdroje a vést k neúmyslnému šíření fake news.



List pro učitele2:

Konfirmační zkreslení:

Jedná se o tendenci upřednostňovat informace, které podporují naše stávající přesvědčení. Může nás vést k tomu, že si vytvoříme úzký pohled na věc a budeme ignorovat informace, které jsou v rozporu s tím, co si myslíme. Toto zkreslení může být obzvláště patrné na sociálních sítích, kde nám algoritmy často zobrazují obsah, který je v souladu s našimi názory a posiluje naše stávající přesvědčení.

Příklad:

Když máte např. vyhraněný názor na to, že konzumace zeleniny je důležitá pro udržení zdraví, budete aktivně vyhledávat a všimát si článků, které toho přesvědčení potvrzují. Když však narazíte na článek, který naznačuje, že zelenina nemusí být tak zásadní, můžete mít tendenci odmítnout tuto informaci a hledat v článku nesrovnalosti, nebo na článek úplně zapomenout.

Spáčský efekt:

Pojmenovává situaci, při které si po nějakém čase pamatujeme nějakou informaci, i když zapomeneme, kde jsme informaci zaslechli nebo přečetli. Spáčský efekt nám připomíná, že i informace, které jsme nepovažovali za legitimní, nás mohou po nějakém čase ovlivnit.

Příklad:

Můžete např. narazit na článek, který vás přesvědčuje, že pokud budete konzumovat jablka, budete chytřejší. I když zprvu informaci neuvěříte, po nějakém čase si na tuto informaci vzpomenete a můžete se o ní dokonce začít dělit. Na to, že jste zdroji zprvu nevěřili, zapomenete.

Efekt třetí osoby:

Fenomén, kvůli kterému věříme, že média mají větší vliv na ostatní než na nás samotné nebo na naše blízké. Tento efekt nám říká, že *ti ostatní jsou snadno ovlivnitelní tím, co vidí nebo slyší, ale já ne!* Nejedná se o to, že bychom si mysleli, že jsme chytřejší než ostatní, je to přirozená tendence lidí myslet si, že jsme méně ovlivnitelní médii než lidé kolem nás. Ve skutečnosti však média mohou ovlivnit každého, včetně nás samotných.

Příklad:

Když např. sledujete televizní pořad, který někteří popisují jako příliš násilný. Ovlivnění efektem třetí osoby si můžete říct: *na mě ten pořad vůbec nepůsobí, ale myslím si, že by mohl ostatní přimět k násilnému chování!*

Iluzorní efekt:

Tento efekt se může projevat různě, např. když v něčem vnímáme vzorce, souvislosti nebo význam, i když tam ve skutečnosti nemusí být. S iluzorním efektem se můžeme setkat také v případech, kdy vidíme zákonitosti v náhodných událostech nebo náhodách. Můžeme pak začít věřit nějakému hlubšímu smyslu. Nakonec lidé mohou v důsledku opakování nějaké informace nabýt dojem, že se zakládá na pravdivosti, i když zprvu mohli být k dané informaci skeptičtí.

Příklad:

Představte si, že vám někdo poví o konspirační teorii, které bezmezně věří. Zprvu si řeknete, že taková informace se nemůže zakládat na pravdě. Později se však začnete setkávat s danou informací více, váš kamarád vám např. sdílí články, které teorii potvrzují. Tímto opakováním se pro vás stává informace uvěřitelná.

7.5. Téma: Fake news a mýtus novosti: lhalo se i v minulosti

Anotace: Žáci se společnou debatou a studií příkladů ze skutečného života seznámí s různými podobami fake news a s jejich historií. Žákům bude poskytnut přehled několika vybraných příběhů, kde sehrály roli fake news a které žáci budou analyzovat a diskutovat o nich.

Předpokládaná délka: 90 minut

Věk: 14+

Cíle hodiny: **Žáci**

- se seznamují s pojmy, které jsou úzce spjaty s fenoménem fake news;
- na základě podrobného čtení se seznamují s podobami fake news v průběhu historie a dokáží definovat jejich motivy k šíření a možné následky;
- chápou roli komunikačních kanálů a rozumí, jakým způsobem tyto kanály ovlivňují šíření informací.

Pomůcky: Pracovní listy, List pro učitele

Postup:

1. vyučovací hodina

Úvod (5 minut)

Učitel začne hodinu představením tématu fake news a jeho důležitosti. Učitel rovněž může žákům představit strukturu hodin.

Brainstorming (10 minut)

Učitel vyzve žáky, aby sdíleli své poznatky k danému tématu. Žáci mají v této části hodiny možnost vyjádřit, co už o fake news vědí, mohou také sdílet své vlastní zkušenosti s fake news. Učitel žákům přiblíží další pojmy, které pojmenovávají fake news. Poznátky může učitel zapisovat na tabuli.

Společná diskuse (30 minut)

Učitel vyzve žáky, aby opustili své lavice a vytvořili diskusní kruh. Učitel může s žáky pokračovat v brainstormingu, měl by se však přirozeně dostat k tématu historie. Učitel může žákům pokládat např. tyto otázky: (1) Jak se fake news šíří? Kde na ně můžete narazit? (2) Můžete se zamyslet nad motivací, jakou může mít šířitel fake news? (3) Jakým způsobem můžete ověřit pravdivost zdroje? (4) Myslíte si, že fake news má vliv na společnost? (5) Kdy se poprvé objevily fake news? (5) Jakým způsobem se mohly fake

news šířit v minulosti? (6) Jak ovlivnil vývoj komunikačních technologií šíření fake news? (7) Jak příchod knihtisku, nebo rádiového přenosu mohl ovlivnit šíření fake news? (8) Mohlo v historii šíření fake news vyústit v konflikt? (9) Znáte nějaké příklady propagandy? Slyšeli jste někdy nějaké městské legendy?

2. vyučovací práce

Představení aktivity (5 minut)

Učitel obeznámí žáky, že následující aktivita je ve formě tzv. case study, kdy žáci budou seznámeni s příklady fake news z historie.

Case-study (25 minut)

Žáci budou rozděleni do 3 skupin, kdy každá skupina dostane jeden pracovní list (může být i varianta, kdy každá skupina obdrží všechny pracovní listy, v tom případě by se však muselo počítat s větší časovou náročností). Žáci budou ve skupinách pročitat texty a připravovat se na společnou reflexi. Učitel bude v této části hodiny žákům k dispozici pro jejich potenciální otázky.

Reflexe a společné shrnutí (15 minut)

Při reflexi každá skupina představí svůj text. Žáci by měli mít připravené odpovědi na otázky (1) Co bylo obsahem sdělení? (2) Z jakého období je zpráva? (3) Jakým způsobem se zpráva přenášela? (4) Co bylo motivací autora? (5) Jak mohla zpráva ovlivnit své příjemce? (6) Jak byste na tuto zprávu reagovali vy, pokud byste se s ní setkali?

Doplňující informace:

Aktivita není převzata z žádné metodiky, obsah pracovních listů čerpá z internetových článků, jejichž zdroje jsou pod danými texty a jejich vizuální zpracování bylo vytvořeno na webu [canva.com](https://www.canva.com). Obsah listu pro učitele čerpá z druhé kapitoly této diplomové práce a první kapitoly bakalářské práce.

Zdroje k nahlédnutí:

Historie fake news je obsažena ve druhé kapitole této diplomové práce. Pojmy spojené s fenoménem fake news jsou obsaženy v první kapitole bakalářské práce.

Odhalení historických klamů

KDY:	Od doby ústního šíření	po věk internetu	↓
-------------	------------------------	------------------	---



Občanská válka Oktaviana
a Marka Antonia

Propaganda hrála důležitou roli v občanské válce Octaviana a Marka Antonia, která probíhala ve starověkém Římě v 1. století př. n. l.

Octavianus využil propagandy, aby zdiskreditoval Antonia a získal podporu římské veřejnosti. Aby docílil svého, vyzdvíhl např. Antoniovův obřad v římském senátu a kritizoval ho před římským lidem v naději, že se senátu Antoniovo jednání nebude líbit. Dále vykreslil Antonia jako Neřímana, který je ovládán Kleopatřiným vlivem. Sám sebe naopak vykresloval jako pravé ztělesnění Římana, vítězného vojevůdce, který přinesl Římu mír, zdůraznil, že neměl žádnou egyptskou milenkou, a věnoval se zlepšování Říma. Antonius vznesl proti Octavianovi provokativní tvrzení, obvinil ho, že slíbil provdat jeho malou dceru za jednoho z domorodců, a šířil zvěsti o skandálním vztahu mezi Octavianem a Juliem Caesarem během bitvy u Filippi. Zlomovým bodem byla Antoniova závěť, v níž určil své děti s Kleopatrou dědici a vyjádřil přání být pohřben v Alexandrii, i když zemře v Římě. To podnítilo spekulace, že Antonius chtěl hlavní město přesunout do Alexandrie. Octavianus se chopil příležitosti a přeháněl a překrucoval kontroverzní části Antoniovy závěti, aby je dal do kontrastu s vlastním římským chováním. Octavianus plánoval, že si v Římě nechá postavit impozantní mauzoleum pro sebe a svou rodinu. Napětí se stupňovalo a hrozila další občanská válka. Octavianus úspěšně vykreslil Antonia jako člověka, který je více spojen s Egyptem a Kleopatrou než s Římem. Propaganda tudíž hrála zásadní roli při vyostřování konfliktu mezi Octavianem a Antoniem, kteří soupeřili o moc.

Konflikt mezi Octavianem a Antoniem ukazuje, jak někteří lidé a vůdci v dějinách používali klamné taktiky, šířili falešná vyprávění a překrucovali fakta, aby prosadili své zájmy.

Zdroj: <https://www.worldhistory.org/article/1474/the-propaganda-of-octavian-and-mark-antonys-civil/>

Obr. 10: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com

Pamflet z roku 1755

V 9:40 se rozezněly všechny městské zvony a krátce nato se začaly hroutit budovy. Během 10 minut došlo ke třem silným otřesům, které nejvíce poškodily kostely, v nichž se lidé účastnili mši.

Lidé utíkali směrem k přístavu a hledali bezpečí na rozlehlých náměstích královského paláce. Tam se stali svědky něčeho zvláštního: moře zmizelo a koryto řeky vyschlo. V 10:10 zasáhla město mohutná 12 metrů vysoká vlna tsunami, která zničila přístav a smetla tisíce lidí podél břehů. Zemětřesení mělo významný dopad na evropskou společnost a kulturu. Došlo k němu během významného náboženského svátku a zničilo mnoho důležitých kostelů v hluboce katolickém městě.

Někteří náboženští vůdci využili situace a tvrdili, že zemětřesení bylo trestem od Boha za hříchy lidí.

Během následků lisabonského zemětřesení sehrála církev významnou roli, navíc distribuovala pamflety, které tvrdily, že katastrofa byla Božím činem trestajícím hříšníky. To však vyvolávalo otázky, protože kostely byly zničeny, zatímco jiná místa zůstala ušetřena.

Filozofové, přírodovědci, a dokonce i někteří teologové po staletí zpochybňovali zjednodušené chápání světa a nabízeli vysvětlení přírodních jevů. Navrhovali různé teorie, jako například pohyb vzduchu v zemské kůře nebo samovolné výbuchy plynů v podzemí. Tyto myšlenky však byly omezeny především na malou skupinu učenců, dokud nedošlo právě k zemětřesení v Lisabonu. Díky širokému rozšíření levných a rychlých pamfletů a časopisů se zprávy o ničivých škodách v Lisabonu dostaly do celé Evropy a diskutovalo se o nich.

Zdroj: <https://blogs.scientificamerican.com/history-of-geology/november-1-1755-the-earthquake-of-lisbon-wrath-of-god-or-natural-disaster/>



Velký měsíční podvrh z roku 1835

Uznávaný vědec Sir John Herschel učinil na Měsíci mimořádný objev, který otřásl světem astronomie. Nedávná pozorování jeho výkonným teleskopem odhalila říši plnou života, která se zcela vymyká zažitým představám o měsíční krajině. Mezi ohromující nálezy patří majestátní jednorozci, kteří se ladně pohybují po měsíčním terénu s nádechem mystiky.

Překvapivě byli spatřeni také bobří, kteří chodí obdivuhodně vzpřímeně po zadních nohách. Snad neúžasnějším objevem je však existence záhadných tvorů, kteří vypadají jako lidští netopýři. Tyto neobyčejné bytosti dosahující úctyhodné výšky čtyř stop mají mimořádné schopnosti: umí létat, komunikovat řečí, stavět složité chrámy, a dokonce jsou schopni se umělecky projevat a vytvářet intimní vztahy.

V srpnu 1835 svět obletěl strhující hoax o Měsíci. Příběh tvrdil, že významný astronom John Herschel objevil díky pozoruhodnému dalekohledu život na Měsíci. Deník New York Sun o tomto senzačním objevu publikoval šest článků, kterým široká veřejnost uvěřila a New York Sun si tím zajistil popularitu, a navíc se z něj stal nejčtenější deník. The Sun, které byly jedny z prvních cenově dostupných tzv. penny novin, založil vydavatel Benjamin Day. Jeho cílem bylo poskytovat noviny bulvárního typu dostupné všem s využitím levnější reklamy a rychlejších metod tisku poháněných parním strojem.

Pravdou však bylo, že Herschel tyto objevy nikdy neučinil a příběh byl nepovedenou satírou.

Tato série šesti článků vyvolala obrovskou vlnu senzací, teorie o životě na Měsíci se rozšířila do konkurenčních novin a získala si důvěru 90 % obyvatel New Yorku.

Příběh poukázal na sílu senzacechtivosti a nebezpečí šíření fake news.



Zdroj: <https://www.bbc.com/reel/playlist/how-to-fool-the-world?vpid=p0d9wxyf>

Do boje proti americkému brouku! Hleďte, hlaste, zničte škůdce.
Americké vrchní velení dává vám, mandelinkám bramborovým, čestný úkol, sabotovat zemědělství a prokázat absolutní prvenství v svobodné iniciativě! Tyto žravé larvy, to je kultura atomových válečných paličů. Jenomže páni imperialisté dělali účet bez hostinského. Počítali, a zase se přepočítali. Naše vláda učinila rázná opatření. Rázná opatření k odražení podlého útoku našich nepřátel. A to už by mohli i na Západě vědět. U nás je od slov k činům blízko. My všichni, a především mládež a pionýři se dáváme do boje. Najdeme každého amerického brouka a zničíme ho!

Dne 28. června 1950 vydala československá vláda výzvu k boji proti mandelince bramborové. Tvrdila, že existují pádné důkazy, které naznačují, že tento škůdce k nám byl záměrně a uměle zavlečen západními imperialisty. Také tvrdila, že k nám byli vysláni agenti, kteří škůdce pod rouškou tmy dodávali v krabicích a lahvích.

Zdroj: <https://www.ustrer.cz/data/pdf/pamet-dejiny/0801-22-38.pdf>

DOMŮ NEJČTENĚJŠÍ DOMÁCI PRAVDIVÉ ZPRÁVY O WEBU

"Výzva Modrá velryba" byla údajně online "sebevražednou hrou", kde je pravda?
úterý, 28. května 2022

Zpočátku se úkoly zdály být docela neškodné, například "Přibíháš se uprostřed noci" nebo "Podívej se na strašidelný film". Postupem času však úkoly nabraly temný směr: "Postavte se na okraj vysoké budovy," "Vyžej si do ruky velrybu." A pak přišla konečná výzva: děsivý požadavek, aby si uživatel vzal život.

Zdroj: <https://www.bbc.com/news/health-6155722>

ŘÍKÁME VÁM 160% PRAVDU

EVROPSKÁ UNIE NĀM CHCE ZRUŠIT PÍSMENO Ř
AUTOR BLOGU: PEPA KOLLA

Evropská lingvistická rada (ELC) svým jednohlasným rozhodnutím rozhodla o zrušení písmena ř v abecedě. Připravte se, protože písmenu ř hrozí od letošního července zánik a písmeno ě je také na špalku, což ohrožuje samotnou podstatu jazyka!

Renomovaný jazykovědec František Měch odhalil závažné důsledky tohoto rozhodnutí a vykreslil hrozivý obraz budoucnosti češtiny. Po vymycení ř, důležitého symbolu české identity, se národ potýká se ztrátou jedinečného jazykového dědictví. Tím však noční můra nekončí! Neúprosný útok na český jazyk pokračuje, protože ceněné písmeno ě visí na vlásku a balancuje na pokraji zániku. Kritici tvrdí, že tento krok je jasným útokem na národní identitu, promyšleným pokusem o sjednocení jazyků a vymazání kulturní rozmanitosti.

Tato poplašná zpráva se šířila v roce 2016 a jednalo se o nepochopení nadsázky. Navíc žádná evropská lingvistická rada neexistuje a zmíněný jazykovědec se na satirickém webu objevuje zároveň jako dopravní expert nebo politolog.

Zdroj: GREGOR, Miloš, Petra VEJVODOVÁ. Zvoji si info, 2018. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích, CPress

Obr. 12: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com

List pro učitele:

Fake news jako pojem:

dezinformace	klamavá informace, o které šířitel ví, že není pravdivá, ale šíří ji za účelem oklamat recipienta
misinformace	klamavá informace, která je šířena člověkem, který věří v její pravdivost
hoax	kryje se s pojmem dezinformace, účelem je oklamat svého recipienta
městské legendy	fiktivní vyprávění, přenáší se ústně a často se objevuje ironická zápletka, jejich obsah není ověřitelný a za autora je často považován <i>přítel přítele</i>
řetězové e-maily	hromadné e-maily, také nazývané jako spam, může se jednat o formu varování, které vyzývá recipienta k přeposlání sdělení
satira/ parodie	formou nadsázky se snaží zesměšnit nějakou událost nebo člověka, nechce oklamat recipienta, jen pobavit
propaganda	spojuje se s politickou ideologií, existuje i tzv. bílá propaganda která své recipienty např. upozorňuje nad nějakými riziky
konspirační teorie	Obsahem těchto teorií je spiknutí mocných lidí, nese fabrikované informace bez důkazů
deep fake	videa upravená umělou inteligencí, napodobují mimiku člověka

Shrnutí důležitých bodů z historie:

Doba ústní tradice a rukopisů

Ve věku ústní tradice se zprávy a informace šířily především ústním podáním, což byl pomalý a neúčinný způsob komunikace. Existovaly i písemné formy zpráv, ale přístup k psaní a publikování byl omezen a k dispozici je měli jedině mocní jedinci. Kromě toho se používala propagandistická taktika jako prostředek k získání moci a ovlivnění veřejného mínění.

Nástup knihtisku

Knihtisk měl významný dopad na společnost a způsob šíření informací. Přestože většina lidí byla v této době stále negramotná, knihtisk umožnil rychlejší tvorbu písemných materiálů ve srovnání s rukopisem. To vedlo k šíření pamfletů a zpravodajských knih, které obsahovaly jak věrohodné informace, tak senzační příběhy, které bylo obtížné ověřit. Zavedení penny pressu navíc umožnilo, že tištěné materiály byly cenově dostupnější a přístupnější širšímu publiku.

Nástup tradičních médií

Byly zavedeny standardy objektivní žurnalistiky. Příchod elektřiny sehrál klíčovou roli při rozvoji rozhlasového vysílání a později televize, což znamenalo převrat v šíření informací k širokému publiku. Tato média usnadnila rychlý přenos zpráv a oslovila masy lidí, čímž dále formovala prostředí médií a komunikace.

Rozšíření internetu

Internet způsobil revoluci v šíření informací a nabízí nepřehledné množství bezplatného a snadno dostupného obsahu. Tato hojnost však přináší problémy, jako je informační přehlcení. Algoritmy sociálních médií selektivně vystavují uživatele přizpůsobeným informacím. Navíc sdílení v reálném čase umožňuje jednotlivcům aktivně se podílet na šíření zpráv.

7.6. Pedagogická zpětná vazba od učitelů z praxe

Většina aktivit byla vyzkoušena na základní škole ve Volyni v jižních Čechách, a to s různými učiteli a třídami. Tito učitelé se aktivně podíleli na realizaci lekcí a po jejich ukončení mi poskytli cennou zpětnou vazbu. Získaná zpětná vazba nabízí pohled na efektivitu a vhodnost lekcí v daném kontextu. Jejich postřehy, návrhy a celkové dojmy přispívají k vyhodnocení a zlepšení výukových materiálů a přístupů v nich.

První téma, které bylo pro metodiku vytvořeno, se týkalo gatekeepingu a pochopení distribuce zpráv. Učitel, který tuto aktivitu realizoval, ocenil dobře sestavený a informativní obsah a připustil, že se jedná o cenný výukový zdroj. Nicméně poznamenal, že tato aktivita představovala pro jeho žáky 6. ročníku určitou výzvu, především kvůli jejich omezenému kontaktu se zpravodajstvím a neznalosti použitých pojmů. Podle něj žáci sledují zpravodajství jen zřídka, což má za následek jejich nedostatečné základní porozumění, které si vyžaduje dodatečné vysvětlení.

Učitel dodal, že je třeba některé aspekty aktivity zjednodušit a věnovat jim ve vyučování více času, aby bylo zajištěno jejich důkladné porozumění. Navrhl, že rozdělení přípravy do více vyučovacích hodin by umožnilo postupnější a komplexnější prozkoumání tématu, usnadnilo by diskusi o něm a poskytlo dostatek příležitostí k objasnění nejasností.

Je důležité zmínit, že ocenil důraz na jazykovou analýzu v rámci aktivity, ale upozornil, že případů skutečných fake news bylo poměrně málo. Z tohoto důvodu byla do metodiky přidána aktivita týkající se gatekeepingu na sociálních sítích. Celkově učitel ocenil promyšlenou přípravu aktivity a doporučil její realizaci s navrženými úpravami.

Druhá hodina, která obsahovala téma zkoumání důvěryhodnosti zpráv, byla uskutečněna v sedmé třídě. Učitelka, která hodinu realizovala, uvedla pozitivní výsledky a zapojení žáků v průběhu celé aktivity. Po náležitém představení programu a objasnění jeho cílů byli žáci rozděleni do čtyř skupin. Dále zaznamenala jejich iniciativu při organizaci ve vytvořených skupinách a jejich ochotu přijímat její pokyny a vysvětlení.

Během aktivity pozorovala, jak se žáci aktivně účastní diskusí, argumentují se svými spolužáky a vyjadřují své názory. Dále poznamenal, že jim prodloužila přidělený čas pro aktivitu o pět minut. Obdržené zadání hodiny jí vyhovovalo a také zmínila, že vymezený čas na aktivitu byl pro její třídu adekvátní.

Na konci aktivity skupiny shrnuly, jak při práci postupovaly a podělily se o své výsledky s ostatními. Učitelka je nakonec pochválila za jejich zodpovědný a nadšený přístup k úkolu a vyzdvihla jejich *elán* při naplňování cílů hodiny.

Další tematický celek, který byl zrealizován, se týkal podjatostí ve světě informací. Uvedená aktivita byla odučena v osmé třídě. Hodina se řídila navrženou strukturou, která přinesla příznivé výsledky. Žáci vykazovali vysokou míru zapojení, zejména při diskusi, při které se do tématu ponořili s velkým zaujetím a dokonce debatu rozšířili o jejich dosavadní znalosti týkající se role žurnalistiky a významu spolehlivých zpravodajských zdrojů.

Po první části hodiny si někteří žáci dokázali vybavit a popsat předpojatosti, které jim byly vysvětleny. To svědčilo o tom, že si představené pojmy zapamatovali. Následně vytvořili pět skupin a aktivně spolupracovali na zadaných příbězích, učitelka je rovněž přizvala, aby ke každému příběhu přemýšleli o strategiích, jak zmírnit podjatosti, které se v nich vyskytovaly. Po skončení aktivity projevíli upřímný zájem o probrané téma a připustili, že lépe rozumí problematice fake news. Jejich zpětná vazba podtrhla význam a relevanci tématu pro jejich celkové porozumění tohoto fenoménu a důležitosti pěstování kritického myšlení.

Nakonec byla zrealizována vyučovací hodina na téma historie fake news. Učitelka, která se tohoto tématu chopila v 9. třídě, poskytla pozitivní zpětnou vazbu k uskutečněné hodině. Po uvedení jejích cílů se držela její předepsané struktury, kterou zahájila diskusním kroužkem a brainstormingem. Následně žáky rozdělila do tří skupin, z nichž každá dostala odlišný pracovní list. Na zadaných úkolech k pracovním listům se skupiny ochotně podílely a po ukončení poskytnutého času postupně odprezentovaly svá zjištění a efektivně odpovídaly na připravené otázky.

Závěrem hodiny bylo umožněno i žákům, aby vyjádřili svá stanoviska k uskutečněné hodině, přičemž uvedli, že si díky výuce prohloubili své znalosti a rovněž projevíli zvýšený zájem o dané téma. Paní učitelka mi navíc poskytla velmi cenné podněty pro vylepšení hodiny. Zprvė navrhla přeradit aktivitu s pracovním listem před skupinovou diskusí, což by žákům umožnilo získat komplexnější představu o historických aspektech fake news. Kromě toho doporučila zakončit vyučovací hodinu kvízem, čímž by se usnadnilo aktivní zapamatování a posílilo by se porozumění pojmů, které byly v hodině probírány.

Závěr

Diplomová práce obsahuje teoretickou i praktickou část, které se vzájemně tematicky prolínají. Teoretická část poskytuje komplexní zkoumání různých aspektů týkajících se fake news a slouží jako základ pro tvorbu vyučovacích hodin a aktivit na daná témata. Praktická část pak disponuje přehledem metodik vytvořených za účelem vzdělávání v oblasti fake news a zároveň přidává originální aktivity obsahující taková témata, která byla v rámci představených metodik opomenuta.

Teoretická část práce objasnila rozdíl mezi pravdivými zprávami a fake news. V tomto kontextu zdůraznila vliv gatekeepingu při určování zařazení zpráv do veřejného diskurzu. Jak vyplynulo, pravdivé zprávy zahrnují informování o událostech, které se staly, způsobem, který umožňuje jednotlivcům adekvátně jednat a získávat spolehlivé informace. Naopak fake news mohou šířit fabrikované události, nebo nepřesně zobrazovat skutečné události. Tímto způsobem fake news narušují plynulý tok informací ve společnosti a mohou v ní podporovat nejistotu nebo její polarizaci. Rychlé šíření fake news navíc zjednodušují sociální média, kde se role novinářů mohou ujmout jednotlivci bez odpovídajícího vzdělání. Práce dále nastínila dvě odlišné klasifikace, podle nichž lze fake news vymežit. Ačkoliv tyto klasifikace vykazovaly řadu podobností, stojí za povšimnutí, že jedna se zaměřila výhradně na negativní složku fake news, zatímco druhá zahrnula satiru a parodii k jejich formám. Nakonec byla vymezena témata, která jsou ve fake news často obsažena, přičemž tato témata, jako je zdravotnictví, katastrofy a politika, ve společnosti hluboce rezonují.

Součástí diplomové práce bylo také zkoumání historické trajektorie fake news, která objasnila jejich vývoj společně s technologickým pokrokem, který ho doprovázel. Na základě historických souvislostí práce ukázala, že fake news se v průběhu času přizpůsobovaly a vyvíjely v závislosti na pokroku komunikačních technologií, které využívaly. Tato historická perspektiva zdůrazňuje transformační dopad nových technologií a odhaluje, že ačkoliv se fake news šířilo i v historii, vliv současných technologií výrazně zvýšil rychlost, s jakou se mohou šířit, společně s jejich potenciálem oslovit širší publikum.

Dále se práce zaměřila na přítomnost různých podjatostí při konzumaci informací. Konfirmační zkreslení, efekt třetí osoby, spáčský efekt a iluzorní efekt představují neúmyslné klamání, které může jedince ovlivnit při přijímání informací. Při jejich

vyhledávání a vyhodnocování je důležité dbát na zvýšenou opatrnost a zdravý skepticismus, aby jedinci nebyli ovlivněni kognitivními předpojatostmi. Navíc jejich identifikace a následné řešení může pomoci zvýšit úroveň mediální gramotnosti a umožnit jednotlivcům činit informovaná rozhodnutí.

Význam gramotnosti v boji proti fake news byl velmi zdůrazňován. Kromě běžného chápání gramotnosti, která rozvíjí schopnost číst, psát a počítat, byly definovány další, a to digitální, mediální a informační. Jejich definice se v odborných studiích různí a např. digitální gramotnost je spojována s oblastí digitálních technologií a rozšiřuje tradiční pojetí gramotnosti do digitální sféry. Některé studie ji však vnímají jako schopnost efektivně se orientovat v informacích získaných prostřednictvím internetových sítí, zatímco další ji považují za synonymum mediální gramotnosti. Co se týče mediální gramotnosti, ta je definována jako schopnost využívat, chápat a vytvářet mediální obsah v různých kontextech a kromě toho se v literatuře objevují i specializované gramotnosti související s médii, jako je zpravodajství, sociální média, nová média nebo kritické aspekty mediální gramotnosti. Informační gramotnost nakonec klade důraz na schopnost vyhledávat a efektivně využívat informace pro různé účely. Lze tedy říci, že rozdíly mezi těmito gramotnostmi spočívají v jejich specifickém zaměření a použití.

Osvojení si zmíněných gramotností nabývá významu, což dokládají kroky mezinárodních organizací UNESCO a Evropské komise, které se aktivně zasazují o jejich podporu. Z hlediska Rámcového vzdělávacího programu lze začlenění těchto gramotností pozorovat v oblasti digitálních kompetencí a mediální výchovy. Za zmínku dále stojí, že Rámcový vzdělávací program výslovně nedefinuje žádnou z gramotností, spíše zdůrazňuje potřebu dovedností kritického myšlení v širším slova smyslu. Nakonec připravovaná revize RVP se zavazuje o srozumitelné definování gramotnosti a zjednodušení průřezových témat.

Praktická část práce nabízí řadu plánů vyučovacích hodin, které mají učitelům usnadnit zpracování tématu fake news v praxi. Jako velmi efektivní zdroj pro předávání znalostí o tomto fenoménu se ukázaly zejména metodiky vycházející ze vzdělávacího programu Jeden svět na školách od Člověka v tísni. Tyto metodiky se soustředily především na klíčové otázky kdo, co, komu, jak a proč a podporovaly kritickou analýzu mediálních obsahů touto optikou. Jejich záběr přesahoval zkoumání samotných fake news a zahrnoval i proces šíření informací v současném světě.

Ačkoliv tyto metodiky poskytly solidní soubor aktivit, je třeba poznamenat, že některá zásadní témata nebyla plně zohledněna. Proto byla vytvořena originální metodika, která kombinuje témata z výše uvedených metodik s novými tématy relevantními pro výuku o fake news. Tato dodatečná témata se týkala historických aspektů fake news a podjatostí, které podporují šíření fake news, přičemž obě byla rozsáhle popsána v teoretické části práce.

Většina vyučovacích hodin vytvořených v rámci této části prošla praktickým testováním, které přineslo převážně pozitivní zpětnou vazbu. Jednu významnou kritiku však vnesl učitel, který vedl aktivitu týkající se gatekeepingu a vyjádřil se, že pokrytí fake news v rámci hodiny bylo poněkud omezené. V reakci na tuto zpětnou vazbu byla do metodiky zařazena další aktivita, která toto téma dále zkoumala a vložila jej do souvislosti s oblastí sociálních sítí.

Nakonec je důležité poznamenat, že přestože vytvořená metodika a představená témata disponují podrobným návodem jak při výuce postupovat a je tedy možné s nimi ve třídě bezprostředně pracovat, mohou být konkrétní aspekty této metodiky učiteli dále upraveny a např. doporučená délka těchto výukových hodin slouží jako obecné vodítko a nemusí nutně odpovídat konkrétním časovým nárokům a potřebám jednotlivých učitelů v jejich třídách. Vzhledem k tomu, že každá třída má jedinečné charakteristiky a soubory dovedností, je rovněž nezbytné, aby si přizpůsobili výuku tak, aby co nejlépe vyhovovala jejich vlastnímu vyučovacím prostředí a nárokům na žáky.

Použitá literatura

ACKLAND, Robert a Karl GWYNN, 2020. Truth and the dynamics of news diffusion on Twitter. In R.Greifeneder, M. Jaffé, E. J. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (s. 27–46). London:Routledge.

ADEANE, Ant, 2019. Blue Whale: The truth behind an online „suicide challenge“. *www.bbc.com* [online]. B.m.: BBC News [vid. 2023-06-07]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-46505722>

AFP, [b.r.]. O AFP. *AFP Na pravou míru* [online]. B.m.: AFP 2017-2023 [vid. 2023-06-22]. Dostupné z: <https://napravoumiru.afp.com/o-afp>

AL-RAWI, Ahmed, 2018. Gatekeeping fake news discourses on mainstream media versus social media. *Social Science Computer Review* [online]. **37**(6), 687–704 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1177/0894439318795849](https://doi.org/10.1177/0894439318795849)

ALBA, Judith, 2019. The evolution of fake news: What, why, and how misinformation spreads. *www.belowthefold.news* [online] [vid. 2023-04-06]. Dostupné z: <https://www.belowthefold.news/blog/evolution-fake-news-infographic>

ALCOLEA-DÍAZ, Gema, Ramón REIG a Rosalba MANCINAS-CHÁVEZ, 2020. UNESCO's Media and Information Literacy curriculum for teachers from the perspective of structural considerations of information. *Comunicar* [online]. **28**(62) [vid. 2023-05-18]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.3916/C62-2020-09](https://doi.org/10.3916/C62-2020-09)

ALHINDI, Tariq, Smaranda MURESAN a Daniel PREOȚIUC-PIETRO, 2020. Fact vs. opinion: the role of argumentation features in news classification. In: *Proceedings of the 28th International Conference on Computational Linguistics*. s. 6139–6149.

ALLCOTT, Hunt a Matthew GENTZKOW, 2017. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* [online]. **31**(2), 211–236 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211](https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211)

ALSHARE, Khaled A., Murad MOQBEL a Mohammad I. MERHI, 2022. The double-edged sword of social media usage during the COVID-19 pandemic: Demographical and

cultural analyses. *Journal of Enterprise Information Management* [online]. **36**(1), 197–220 [vid. 2023-04-18]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1108/jeim-07-2021-0292>

ANTHONY SAMY, Lilian, Ah Choo KOO a Soon Hin HEW, 2020. Self-regulated learning strategies in higher education: Fostering digital literacy for sustainable lifelong learning. *Education and Information Technologies* [online]. **25**(4), 2393–2414 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1007/s10639-020-10201-8>

ASHLEY, Seth, 2019. *News Literacy and Democracy*. B.m.: Routledge. ISBN 9780429863066.

BAKIR, Vian a Andrew MCSTAY, 2017. Fake News and the economy of emotions. *Digital Journalism* [online]. **6**(2), 154–175 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

BANNING, Stephen A. a Kaye D. SWEETSER, 2007. How much do they think it affects them and whom do they believe?: Comparing the third-person effect and credibility of blogs and traditional media. *Atlantic Journal of Communication* [online]. **55**(4), 451–466 [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1080/01463370701665114>

BAPTISTA, João a Anabela GRADIM, 2022. A working definition of fake news. *Encyclopedia* [online]. **2**(1), 632–645 [vid. 2023-03-16]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043>

BBC, 2022. The „Great Moon Hoax" that fooled the world. *www.bbc.com* [online]. B.m.: BBC [vid. 2023-06-07]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/reel/playlist/how-to-fool-the-world?vpid=p0d9wxyf>

BBC BITESIZE, [b.r.]. A brief history of fake news. *BBC Bitesize* [online] [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zwcgn9q>

BOTTURI, Luca, 2019. Digital and media literacy in pre-service teacher education. *Nordic Journal of Digital Literacy* [online]. **14**(3-4), 147–163 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.18261/issn.1891-943x-2019-03-04-05>

BRESSAN, David, 2011. November 1, 1755: The earthquake of Lisbon: Wrath of God or natural disaster? *Scientific American Blog Network* [online] [vid. 2023-06-04].

Dostupné z: <https://blogs.scientificamerican.com/history-of-geology/november-1-1755-the-earthquake-of-lisbon-wraith-of-god-or-natural-disaster/>

BRUINS, Marcel, 2022. Fake news throughout history. *European Seed* [online] [vid. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://european-seed.com/2022/09/fake-news-throughout-history/>

BUCHANAN, Tom, 2020. Why do people spread false information online? The effects of message and viewer characteristics on self-reported likelihood of sharing social media disinformation. *PLOS ONE* [online]. **15**(10), e0239666 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666)

BURKHARDT, Joanna M., 2017. *Combating Fake News in the Digital Age: History of Fake News*. B.m.: Library Technology Reports.

CARVALHO, Lucas de Lima, 2017. The case against fake news gatekeeping by social networks. *papers.ssrn.com* [online] [vid. 2023-03-20]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3060686

CASTELO, Sonia, Thais ALMEIDA, Anas ELGHAFARI, Aécio SANTOS, Kien PHAM, Eduardo NAKAMURA a Juliana FREIRE, 2019. A topic-agnostic approach for identifying fake news Pages. *Companion Proceedings of the 2019 World Wide Web Conference* [online]. [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1145/3308560.3316739](https://doi.org/10.1145/3308560.3316739)

CEDMO, 2023. Charles University CEDMO partners with Google. *CEDMO* [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/charles-university-cedmo-partners-with-google/>

CELLIERS, Marlie a Marie HATTINGH, 2020. A systematic review on fake news themes reported in literature. *Lecture Notes in Computer Science* [online]. 223–234 [vid. 2023-04-16]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_19](https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_19)

CHAMBERS, Simone, 2020. Truth, deliberative democracy, and the virtues of accuracy: Is fake news destroying the public sphere? *Political Studies* [online]. **69**(1), 147–163 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1177/0032321719890811](https://doi.org/10.1177/0032321719890811)

CHEN, Der-Thang, Jing WU a Yu-mei WANG, 2011. Unpacking new media literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88. <http://www.iiisci.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=OL508KR>

CHEN, Keith, 2008. Rationalization and cognitive dissonance: Do choices affect or reflect preferences? *Cowles Foundation Discussion Papers*.

CLAYTON, Katherine, Spencer BLAIR, Jonathan A. BUSAM, Samuel FORSTNER, John GLANCE, Guy GREEN, Anna KAWATA, Akhila KOVVURI, Jonathan MARTIN, Evan MORGAN, Morgan SANDHU, Rachel SANG, Rachel SCHOLZ-BRIGHT, Austin T. WELCH, Andrew G. WOLFF, Amanda ZHOU a Brendan NYHAN, 2019. Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior* [online]. **42**(4), 1073–1095 [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1007/s11109-019-09533-0](https://doi.org/10.1007/s11109-019-09533-0)

CONNERS, Joan L., 2005. Understanding the third-person effect. *Centre for the Study of Communication and Culture*. **24**(2), 1–22.

COUNCIL OF EUROPE a Moritz Peter HAARMANN, 2021. *Digital resistance*. B.m.: Council of Europe. ISBN 9789287188083.

CUNNINGHAM, James W., 2000. How will literacy be defined in the new millenium? *Reading Research Quarterly*. **35**(1), 64–71.

ČESKÁ TELEVIZE, [b.r.]. ČT edu - Česká televize. *ČT edu* [online] [vid. 2023-05-29]. Dostupné z: <https://edu.ceskatelevize.cz/hledani?q=fake%20news&backlink=oh5yf>

ČESKÁ TELEVIZE, 2023. Kulturní dům Slavie v Českých Budějovicích projde opravou za půl miliardy korun. *ČT24 - Česká televize* [online] [vid. 2023-05-22]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/3581434-kulturni-dum-slavie-v-ceskych-budejovicich-projde-opravou-za-pul-miliardy-korun>

ČLOVĚK V TÍSNI, 2022. Pěstujme mediální gramotnost. Začínají Týdny mediálního vzdělávání. *Člověk v tísní* [online] [vid. 2023-05-21]. Dostupné z: <https://www.clovekvtsni.cz/pestujme-medialni-gramotnost-jsns-vydava-interaktivni-kurzy-serial-a-chysta-debatu-s-novinari-8925gp>

ČTK, 2021. Survey: Over sixty percent of Czechs encounter fake news, twelve percent believe it. *www.expats.cz* [online] [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: <https://www.expats.cz/czech-news/article/survey-finds-that-majority-of-czechs-are-exposed-to-deliberate-disinformation>

DADGAR, Majid, Joseph VITHAYATHIL a John Kalu OSIRI, 2017. Social media usage and cultural dimensions: An empirical investigation. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (2017)* [online]. [vid. 2023-04-18]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.24251/hicss.2017.271](https://doi.org/10.24251/hicss.2017.271)

DASZKIEWICZ, Anna, 2019. Fake News als soziolinguistisches Phänomen. *Forum Filologiczne Ateneum* [online]. **1**(7), 59–73 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.36575/2353-2912/1\(7\)2019.059](https://doi.org/10.36575/2353-2912/1(7)2019.059)

DAVISON, W. Phillips, 1983. The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly* [online]. **47**(1), 1 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1086/268763](https://doi.org/10.1086/268763)

DE OLIVEIRA, Danilo Vicente Batista a Ulysses Paulino ALBUQUERQUE, 2021. Cultural evolution and digital media: Diffusion of fake news about COVID-19 on Twitter. *SN Computer Science* [online]. **2**(6) [vid. 2023-04-16]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1007/s42979-021-00836-w](https://doi.org/10.1007/s42979-021-00836-w)

DIGITAL EU, 2023. European Digital Media Observatory: Shaping Europe's digital future. *digital-strategy.ec.europa.eu* [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-digital-media-observatory>

DOYLE, Aine, 2019. Tracing „fake news:" the printing press, social media, and politics. *The Criterion* [online]. **2019**(1) [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: https://crossworks.holycross.edu/criterion/vol2019/iss1/6/?utm_source=crossworks.holycross.edu%2Fcriterion%2Fvol2019%2Fiss1%2F6&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages

ECKER, Ullrich K. H., Stephan LEWANDOWSKY, John COOK, Philipp SCHMID, Lisa K. FAZIO, Nadia BRASHIER, Panayiota KENDEOU, Emily K. VRAGA a Michelle A. AMAZEEN, 2022. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology* [online]. **1**(1), 13–29. Dostupné

z: doi:<https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

EDMO, [b.r.]. EDMO's Vision and mission – EDMO. *edmo.eu* [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://edmo.eu/vision-and-mission/>

EUROPEAN COMMISSION, [b.r.]. Digital Education Action Plan (2021-2027) | European Education Area. *education.ec.europa.eu* [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan>

FIGL, Kathrin, Samuel KIESSLING, Christiane RANK a Svitlana VAKULENKO, 2019. Fake news flags, cognitive dissonance, and the believability of social media posts. In: *Fortieth International Conference on Information Systems: Fake News Flags and Believability on Social Media*. s. 1–9.

FILIPEC, Ondřej, 2019. Building an information resilient society: An organic approach. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal* [online]. **11**(1), 1–26 [vid. 2019-11-20]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.5130/ccs.v11.i1.6065>

FISCHER, Peter, Eva JONAS, Dieter FREY a Andreas KASTENMÜLLER, 2008. Selective exposure and decision framing: The impact of gain and loss framing on confirmatory information search after decisions. *Journal of Experimental Social Psychology* [online]. **44**(2), 312–320 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2007.06.001>

FORMÁNKOVÁ, Pavlína, 2008. *Kampaň proti „americkému brouku“ a její politické souvislosti* [online]. B.m.: Paměť a dějiny [vid. 2023-06-05]. Dostupné z: <https://www.ustrcr.cz/data/pdf/pamet-dejiny/0801-22-38.pdf>

FOX, Jo, 2020. „Fake news“ – the perfect storm: Historical perspectives. *Historical Research* [online]. **93**(259), 172–187 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1093/hisres/htz011>

FRIESEM, Yonty, 2019. Teaching truth, lies, and accuracy in the digital age: Media literacy as project-based learning. *Journalism & Mass Communication Educator* [online]. **74**(2), 1–14 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/1077695819829962>

GIOE, David V., 2017. The history of fake news. *The National Interest* [online] [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: <https://nationalinterest.org/feature/the-history-fake-news-21386>

GIOTAKOS, Orestis, 2022. Fake news in the age of COVID-19: Evolutional and psychobiological considerations. *Psychiatriki* [online]. [vid. 2023-05-07]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.22365/jpsych.2022.087](https://doi.org/10.22365/jpsych.2022.087)

GOSLING, Tim, 2022. Czech war on disinformation is still mostly talk. *Balkan Insight* [online] [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: <https://balkaninsight.com/2022/11/09/czech-war-on-disinformation-is-still-mostly-talk/>

GREENE, Ciara M. a Gillian MURPHY, 2023. Debriefing works: Successful retraction of misinformation following a fake news study. *PLOS ONE* [online]. **18**(1), 1–19 [vid. 2023-03-22]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280295](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280295)

GREGOR, Miloš, Vejvodová JANA a ZVOL SI INFO, 2018. *Nejlepší kniha o fake news!!!* B.m.: Cpress. ISBN 9788026425533.

GUO, Zhijiang, Michael SCHLICHTKRULL a Andreas VLACHOS, 2022. A survey on automated fact-checking. *Transactions of the Association for Computational Linguistics* [online]. **10**, 178–206 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1162/tacl_a_00454](https://doi.org/10.1162/tacl_a_00454)

HABER, Jonathan a M.I.T. PRESS, 2020. *Critical thinking*. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press, Massachusetts Institute Of Technology. ISBN 9780262538282.

HAINSCHO, Thomas, 2022. Calling the news fake: The underlying claims about truth in the post-truth era. *Philosophy & Social Criticism* [online]. **0**(0), 1–12 [vid. 2023-03-16]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1177/01914537211066854](https://doi.org/10.1177/01914537211066854)

HAMELEERS, Michael, Anna BROSIUS a Claes H DE VREESE, 2022. Whom to trust? Media exposure patterns of citizens with perceptions of misinformation and disinformation related to the news media. *European Journal of Communication* [online]. **37**(3), 237–268 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1177/02673231211072667](https://doi.org/10.1177/02673231211072667)

HARMON-JONES, Eddie a Judson MILLS, 2019. An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory. *Cognitive dissonance: Reexamining a Pivotal Theory in Psychology (2nd ed.)*. [online]. 3–24 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1037/0000135-001>

HEUER, Hendrik a Andreas BREITER, 2018. Trust in news on social media. *Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction* [online]. [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1145/3240167.3240172>

HOBBS, Renee, 2020. *Mind Over Media: Propaganda Education for a Digital Age*. B.m.: W. W. Norton & Company. ISBN 9780393713510.

HOFSTEDE INSIGHTS, 2017. Country comparison - Hofstede insights. *Hofstede Insights* [online] [vid. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/czech-republic/>

HOFSTEDE, Geert, 2011. Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture* [online]. 2(1) [vid. 2023-04-18]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>

HORNE, Benjamin a Sibel ADALI, 2017. This just in: Fake news packs a lot in title, uses simpler, repetitive content in text body, more similar to satire than real news. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* [online]. 11(1), 759–766 [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14976>

HUBER, Edith, Bettina POSPISIL a Wolfgang HAIDEGGER, 2021. Modus operandi in fake news: Invited paper. *2021 IEEE Conference on Cognitive and Computational Aspects of Situation Management (CogSIMA)* [online]. [vid. 2023-03-16]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1109/cogsima51574.2021.9475926>

HYVÖNEN, Mats, 2018. As a matter of fact: Journalism and scholarship in the post-truth era. 10.1007/978-981-10-8013-5_10

IRETON, Cherilyn a Julie POSETTI, 2018. *Journalism, „fake news“ & disinformation: Handbook for journalism education and training*. Paris: United Nations Educational, Science, And Cultural Organization. ISBN 9789231002816.

ISKHAK, Muhamad, Nora SAIVA JANNANA, Sara DIANA, Nur AZIZAH a Ita NURMALASARI, 2021. Developing student information literacy skill in senior high school. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* [online]. **6**(1) [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.14421/manageria.2021.61-08>

JANG, S. Mo a Joon K. KIM, 2018. Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior* [online]. (80), 295–302 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>

JONES-JANG, S. Mo, Tara MORTENSEN a Jingjing LIU, 2019. Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist* [online]. **65**(2), 1–18 [vid. 2023-05-17]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/0002764219869406>

JSNŠ, [b.r.]. Žáci v roli novinářů - JSNS. www.jsns.cz [online] [vid. 2023-05-29]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/inspirujte-se/zaci-si-hraji-na-novinare>

JUNA, Petr, 2022. Extrémně škodlivé sociální sítě. Třetina dětí čelí posměchu kvůli vzhledu - Seznam Zprávy. www.seznamzpravy.cz [online] [vid. 2023-05-14]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-data-extremne-skodlive-socialni-site-tretina-deti-celi-sikane-kvuli-vzhledu-207254>

JURŠE, Andrėja, Aistė MAKACKAITE, Gabija JAKUTYTE a Laura KIEVIŠIENE, 2019. The intersection of cultural dimensions, social media usage and consumer purchase intention. In: *4th Prof. Vladas Gronskas International Scientific Conference*. B.m.: Vilnius University Kaunas Faculty.

KATSAOUNIDOU, Anastasia, Lazaros VRYSIS, Rigas KOTSAKIS, Charalampos DIMOULAS a Andreas VEGLIS, 2019. MATHe the game: A serious game for education and training in news verification. *Education Sciences* [online]. **9**(2), 1–15 [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.3390/educsci9020155>

KELLNER, Douglas a Jeff SHARE, 2007. Critical media literacy: Crucial policy choices for a twenty-first century democracy. *Policy Futures in Education* [online]. **5**(1), 59–69 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.2304/pfie.2007.5.1.59>

KIM, Bogoan, Aiping XIONG, Dongwon LEE a Kyungsik HAN, 2021. A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions. *PLOS ONE* [online]. **16**(12), 1–28 [vid. 2023-02-22]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>

KIM, Jooyeon, Behzad TABIBIAN, Alice OH, Bernhard SCHÖLKOPF a Manuel GOMEZ-RODRIGUEZ, 2018. Leveraging the crowd to detect and reduce the spread of fake news and misinformation. *Proceedings of the Eleventh ACM International Conference on Web Search and Data Mining* [online]. [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1145/3159652.3159734>

KOLTAY, Tibor, 2011. The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society* [online]. **33**(2), 211–221 [vid. 2023-05-12]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/0163443710393382>

KOPECKÝ, Kamil, Dominik VORÁČ a René SZOTKOWSKI, 2020. *Na pravdě záleží – Jak učit o pravdě a lži na internetu*. B.m.: Univerzita Palackého v Olomouci.

KRÁLOVÁ, Tereza, Marianka MACKOVÁ, Věra MOTYČKOVÁ, Ester PĚKNÁ, Karel STRACHOTA, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Jaroslav VALŮCH, 2018. *O pravdu?* [online]. Praha: Člověk v tísni, o. p. s. [vid. 2023-05-03]. ISBN 978-80-7591-004-2. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/pdf/publikace_opravdu.pdf

KUMKALE, G. Tarcan a Dolores ALBARRACÍN, 2004. The sleeper effect in persuasion: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin* [online]. **130**(1), 143–172 [vid. 2023-02-22]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.1.143>

LIM, Sook, 2020. Academic library guides for tackling fake news: A content analysis. *The Journal of Academic Librarianship* [online]. **46**(5), 102195. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102195>

LU, Peng, Scott BURRIS, Matt BAKER a Courtney MEYERS, 2021. Cultural differences in critical thinking style: A comparison of U.S. and Chinese undergraduate agricultural students. *Journal of International Agricultural and Extension Education* [online]. **28**(4), 49–62 [vid. 2023-05-12]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.4148/2831-5960.1003>

MACHETE, Paul a Marita TURPIN, 2020. The use of critical thinking to identify fake news: A systematic literature review. *Lecture Notes in Computer Science* [online]. 235–246 [vid. 2023-02-22]. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_20

MADRID, Pamela, 2023. Study reveals key reason why fake news spreads on social media. *USC News* [online] [vid. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://news.usc.edu/204782/usc-study-reveals-the-key-reason-why-fake-news-spreads-on-social-media/>

MANCA, Stefania, Stefania BOCCONI a Benjamin GLEASON, 2021. „Think globally, act locally”: A ‘glocal’ approach to the development of social media literacy. *Computers & Education* [online]. **160**(2021), 104025 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>

MASON, Lance E., Daniel G. KRUTKA a Jeremy STODDARD, 2018. Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. *Journal of Media Literacy Education* [online]. **10**(2). Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.23860/jmle-2018-10-2-1>

MEDIA & LEARNING ASSOCIATION, 2022. Media literacy in practice in Slovakia, Czech Republic, Poland, Denmark, Sweden, Norway and Finland – Media and Learning. *media-and-learning.eu* [online] [vid. 2023-05-20]. Dostupné z: <https://media-and-learning.eu/event/media-literacy-in-practice-in-slovakia-czech-republic-poland-denmark-sweden-norway-and-finland/>

MEDIA FUTURES, 2022. The European Digital Media Observatory gets 6 new hubs and now covers the whole EU territory | Media Futures. *www.mediafutures.eu* [online] [vid. 2023-05-18]. Dostupné z: <https://mediafutures.eu/the-european-digital-media-observatory-gets-6-new-hubs-and-now-covers-the-whole-eu-territory/>

MEDIAGURU, 2020. ČT spouští vzdělávací web ČT edu, na úvod má tři tisíce videí. *MediaGuru.cz* [online] [vid. 2023-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/ct-spousti-vzdelavaci-web-ct-edu-na-uvod-ma-tri-tisice-videi/>

MENCZER, Filippo a Thomas HILLS, 2020. Information overload helps fake news spread, and social media knows it. *Scientific American* [online]. **323**(6) [vid. 2023-03-29]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1038/scientificamerican1220-54>

METZGER, Miriam J., Ethan H. HARTSELL a Andrew J. FLANAGIN, 2015. Cognitive dissonance or credibility? A comparison of two theoretical explanations for selective exposure to partisan news. *Communication Research* [online]. **47**(1), 3–28 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/0093650215613136>

MEYER, Hans K., Doreen MARCHIONNI a Esther THORSON, 2010. The Journalist behind the news: Credibility of straight, collaborative, opinionated, and blogged „news“. *American Behavioral Scientist* [online]. **54**(2), 100–119 [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/0002764210376313>

MIDDAUGH, Ellen, 2019. More than just facts: Promoting civic media literacy in the era of outrage. *Peabody Journal of Education* [online]. **94**(1), 17–31 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1080/0161956x.2019.1553582>

MILLER, Eliana, 2020. Opinion, news or editorial? Readers often can't tell the difference. *Poynter* [online] [vid. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/opinion-news-or-editorial-readers-often-cant-tell-the-difference/>

MIYATSU, Rose, 2019. Understanding your biases. *Psychological & Brain Sciences* [online] [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://psych.wustl.edu/news/understanding-your-biases>

MOLINA, Maria D., S. Shyam SUNDAR, Thai LE a Dongwon LEE, 2019. „Fake news“ is not simply false information: A concept explication and taxonomy of online content. *American Behavioral Scientist* [online]. **65**(2), 180–212 [vid. 2023-03-15]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1177/0002764219878224>

MONSEES, Linda, 2021. Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations* [online]. **20**(1), 1–16 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: https://www.academia.edu/50575306/Information_disorder_fake_news_and_the_future_of_democracy

MORAVEC, Patricia, Randall MINAS a Alan DENNIS, 2019. Fake news on social media: People believe what they want to believe when it makes no sense at all. *MIS Quarterly* [online]. **43**(4), 1343–1360 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.25300/MISQ/2019/15505>

MŠMT, 2021. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání Praha leden 2021.*

MŠMT, 2022. *Hlavní směry revize rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání: Materiál k projednání bez rozpravy* [online]. [vid. 2023-05-20]. Dostupné z: <https://velke-revize-zv.rvp.cz/files/iii-hlavni-smery-revize-rvp-zv-po-vpr-final-230111.pdf>

MUHAMMED T, Sadiq a Saji K. MATHEW, 2022. The disaster of misinformation: A review of research in social media. *International Journal of Data Science and Analytics* [online]. **13**(4), 271–285 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6](https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6)

MÜLLER, Philipp a Nora DENNER, 2019. *What can be done to counter fake news?* [online]. Potsdam-Babelsberg: Friedrich Naumann Foundation for Freedom [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.freiheit.org/ukraine-and-belarus/what-can-be-done-counter-fake-news>

NEFF, Gina, 2022. Why certain topics fall victim to misinformation | royal society. *royalsociety.org* [online] [vid. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://royalsociety.org/blog/2022/02/why-certain-topics-fall-victim-to-misinformation/>

NUTIL, Petr, 2018. *Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem.* Praha: Grada. ISBN 9788027107162.

NYGREN, Thomas, Divina FRAU-MEIGS, Nicoleta CORBU a Sonia SANTOVENĀ-CASAL, 2022. Teachers' views on disinformation and media literacy supported by a tool designed for professional fact-checkers: Perspectives from France, Romania, Spain and Sweden. *SN Social Sciences* [online]. **2**(4) [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1007/s43545-022-00340-9](https://doi.org/10.1007/s43545-022-00340-9)

OLSEN, Ragnhild Kristine, Mona Kristin SOLVOLL a Knut-Arne FUTSÆTER, 2022. Gatekeepers as safekeepers—Mapping audiences' attitudes towards news media's editorial oversight functions during the COVID-19 crisis. *Journalism and Media* [online]. 182–197 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.3390/journalmedia3010014](https://doi.org/10.3390/journalmedia3010014)

OLUWAKEMI, Oriola, 2016. *News Analysis as a Media Content for Public Opinion Formation and Moulding*. B.m.: Benin Mediacom Journal.

PARK, Hyejin, Han Sung KIM a Han Woo PARK, 2021. A scientometric study of digital literacy, ICT literacy, information literacy, and media literacy. *Journal of Data and Information Science*, 6(2), 116–138. <https://doi.org/10.2478/jdis-2021-0001>

PERLOFF, Richard M., 1999. The third person effect: A critical review and synthesis. *Media Psychology* [online]. 1(4), 353–378 [vid. 2023-04-29]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1207/s1532785xmep0104_4](https://doi.org/10.1207/s1532785xmep0104_4)

PETROCELLI, John V., Catherine E. SETA a John J. SETA, 2023. Lies and bullshit: The negative effects of misinformation grow stronger over time. *Applied Cognitive Psychology* [online]. 37(2), 409–418 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1002/acp.4043](https://doi.org/10.1002/acp.4043)

POLAGE, Danielle C., 2012. Making up history: False memories of fake news stories. *Europe's Journal of Psychology* [online]. 8(2), 245–250 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.5964/ejop.v8i2.456](https://doi.org/10.5964/ejop.v8i2.456)

POLIZZI, Gianfranco, 2020. Digital literacy and the national curriculum for England: Learning from how the experts engage with and evaluate online content. *Computers & Education* [online]. 152, 103859 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103859](https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103859)

POSETTI, Julie a Alice MATTHEWS, 2018. A short guide to the history of „fake news“ and disinformation: A learning module for journalists and journalism educators. *International Center for Journalists* [online]. [vid. 2023-03-30]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1502_3](https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1502_3)

RASI, Päivi, Hanna VUOJÄRVI a Susanna RIVINEN, 2020. Promoting media literacy among older people: A systematic review. *Adult Education Quarterly* [online]. 71(1), 37–54 [vid. 2023-05-12]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1177/0741713620923755](https://doi.org/10.1177/0741713620923755)

RAZA, Shaina a Chen DING, 2022. Fake news detection based on news content and social contexts: A transformer-based approach. *International Journal of Data Science and Analytics* [online]. 13(4), 335–362 [vid. 2023-02-22]. Dostupné

z: doi:<https://doi.org/10.1007/s41060-021-00302-z>

RUFFO, Giancarlo, Alfonso SEMERARO, Anastasia GIACHANOU a Paolo ROSSO, 2023. Studying fake news spreading, polarization dynamics, and manipulation by bots: A tale of networks and language. *Computer Science Review* [online]. **47**, 100531 [vid. 2023-01-12]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2022.100531>

SAARIKETO, Minna, 2014. Imagining alternative agency in techno-society: Outlining the basis of critical technology education. s. 129-138 in L. Kramp/N. Carpentier/A. Hepp/I. Tomanic Trivundža/H. Nieminen/R. Kunelius/T. Olsson/E. Sundin/R. Kilborn (eds.) *Media Practice and Everyday Agency in Europe*. Bremen: edition lumière

SAMPLE, Char, John MCALANEY, Jonathan Z. BAKDASH a Helen THACKRAY, 2018. A cultural exploration of social media manipulators. *Journal of Information Warfare* [online]. **17**(4), 56–71. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/26783827>

SCHILDER, Evelien a Theresa REDMOND, 2019. Measuring media literacy inquiry in higher Education: Innovation in assessment. *Journal of Media Literacy Education* [online]. **11**(2), 95–121 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.23860/jmle-2019-11-2-6>

SCHMIDT, Hans, 2013. Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education*. **5**:1(2013), 295–309.

SEMENOVA, Yulia a Svetlana SOTNIKOVA, 2021. Developing media literacy skills of future specialists in the contemporary teacher training education. *SHS Web of Conferences* [online]. **97**, 01033 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1051/shsconf/20219701033>

SHARE, Jeff, Tatevik MAMIKONYAN a Eduardo LOPEZ, 2019. Critical media literacy in teacher education, theory, and practice. *Oxford Research Encyclopedia of Education* [online]. [vid. 2023-05-12]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190264093.013.1404>

SHEIKH, Muhammad Ammad, Talha MUMTAZ, Nabeel SOHAIL, Bilal AHMED a Zain NOOR, 2021. *Fake News Acceptance by Demographics and Culture On Social Media*.

SIFUENTES, Jesse, 2019. The propaganda of Octavian and Mark Antony's civil war. *World History Encyclopedia* [online] [vid. 2023-06-03]. Dostupné z: <https://www.worldhistory.org/article/1474/the-propaganda-of-octavian-and-mark-antonys-civil/>

SOLL, Jacob, 2016. The long and brutal history of fake news. *POLITICO Magazine* [online] [vid. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535/>

SOMMER, Joseph, Julien MUSOLINO a Pernille HEMMER, 2022. A hobgoblin of large minds: Troubles with consistency in belief. *WIREs Cognitive Science* [online]. 1–19 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1002/wcs.1639](https://doi.org/10.1002/wcs.1639)

STANDAGE, Tom, 2017. The true history of fake news. *The Economist* [online] [vid. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.economist.com/1843/2017/07/05/the-true-history-of-fake-news>

STARMANS, Barbara J, 2018. 10 examples of fake news from history. *The Social Historian* [online] [vid. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.thesocialhistorian.com/fake-news/>

ȘTEFĂNIȚĂ Oana, Nicoleta CORBU a Raluca BUTUROIU, 2018. Fake news and the third-person effect: They are more influenced than me and you. *Journal of Media Research* [online]. **11**(32), 5–23 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.24193/jmr.32.1](https://doi.org/10.24193/jmr.32.1)

STRACHOTA, Karel, Michaela TRNKOVÁ, Jana ZBYŇKOVÁ a Martin MINISTR, 2022. *Hledá se novinář: Jak vytvořit vlastní mediální obsah* [online]. Praha: Člověk v tísni, o. p. s. [vid. 2023-05-03]. ISBN 978-80-7591-059-2. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/hleda-se-novinar-brozura-a5.pdf>

STRACHOTA, Karel, Jaroslav VALŮCH, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ, Jan BERÁNEK, Jana JUŘÍKOVÁ, Robert KOSTNER, Veronika RAUBICOVÁ a Tereza VODIČKOVÁ, 2017. *Na pravdě záleží: Týdny mediálního vzdělávání* [online]. Praha: Člověk v tísni, o. p. s. [vid. 2023-05-03]. ISBN 978-8087456-82-8. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/pro_web_brozura_medialni_vzdelavani_1strana_72dpi.pdf

ŠALOUNOVÁ, Kateřina a Aneta RYBOVÁ, 2020. Češi věří i několik let starým fake news. *ČT24 – Česká televize* [online] [vid. 2023-06-08]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/3059376-cesi-veri-i-nekolik-let-starym-fake-news>

TADDICKEN, Monika a Laura WOLFF, 2020. „Fake news“ in science communication: Emotions and strategies of coping with dissonance online. *Media and Communication* [online]. **8**(1), 206–217 [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2495](https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2495)

TALWAR, Shalini, Amandeep DHIR, Dilraj SINGH, Gurnam Singh VIRK a Jari SALO, 2020. Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *Journal of Retailing and Consumer Services* [online]. **57**, 102197 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102197](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102197)

TANDOC, Edson C., Zheng Wei LIM a Richard LING, 2017. Defining „fake news“. *Digital Journalism* [online]. **6**(2), 137–153 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143)

TSFATI, Yariv, H. G. BOOMGAARDEN, J. STRÖMBÄCK, R. Vliegenthart, A. DAMSTRA a E. Lindgren, 2020. Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association* [online]. **44**(2), 157–173 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443](https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443)

TSORTANIDOU, Xanthippi, Thanasis DARADOUMIS a Elena BARBERÁ, 2019. Connecting moments of creativity, computational thinking, collaboration, and new media literacy skills. *Information and Learning Sciences* [online]. **120**(11/12), 704–722 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1108/ils-05-2019-0042](https://doi.org/10.1108/ils-05-2019-0042)

UNESCO, [b.r.]. Global Media and Information Literacy Week (24-31 October) | UNESCO. www.unesco.org [online] [vid. 2023-05-18]. Dostupné z: <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy>

UNESCO, 2011. *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers: Curriculum and Competency Framework*. B.m.: UNESCO. ISBN 9789231041983.

UNESCO, 2021. *Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners*. B.m.: UNESCO Publishing. ISBN 9789231004483.

UNESCO, 2022a. Origin and mission | UNESCO. www.unesco.org [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/alliance/origin-mission>

UNESCO, 2022b. UNESCO in brief | UNESCO. www.unesco.org [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://www.unesco.org/en/brief>

UNESCO, 2023. Media and Information Literacy – Resources. *Unesco.org* [online] [vid. 2023-05-19]. Dostupné z: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/resources>

VALTONEN, Teemu, Matti TEDRE, KATI MÄKITALO a Henriikka VARTIAINEN, 2019. Media literacy education in the age of machine learning. *Journal of Media Literacy Education* [online]. **11**(2), 20–36 [vid. 2023-05-08]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.23860/jmle-2019-11-2-2](https://doi.org/10.23860/jmle-2019-11-2-2)

VALŮCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA, 2020. *Dezinformační dezinfekce: Výchovné materiály ke (koronavirovým) dezinformacím* [online]. Praha: Člověk v tísni, o. p. s. [vid. 2023-05-03]. ISBN 978-80-7591-045-5. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni_dezinfekce.pdf

VORÁČ, Dominik a Kamil KOPECKÝ, 2021. Media education in the Czech Republic. In: *4th International Academic Conference on Education, Teaching and Learning*. Brussels, Belgium: Palacký University in Olomouc, Faculty of Education, Czech Republic, s. 56–64.

WADHWA, Pradeep, 2019. Beware of the sleeper effect. *Reputation Today* [online] [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://reputationtoday.in/beware-of-the-sleeper-effect/>

WAISBORD, Silvio, 2018. Truth is what happens to news. *Journalism Studies* [online]. **19**(13), 1866–1878 [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1080/1461670x.2018.1492881](https://doi.org/10.1080/1461670x.2018.1492881)

WATSON, Carol A., 2018. Information literacy in a fake/false news world: An overview of the characteristics of fake news and its historical development. *International Journal of Legal Information* [online]. **46**(2), 93–96 [vid. 2023-02-22]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1017/jli.2018.25](https://doi.org/10.1017/jli.2018.25)

WEAVER, Russell L., 2019. Luncheon Keynote: Fake news: Reflections from history. *Southwestern Journal of International Law* [online]. **25**(1), 1–8 [vid. 2023-04-14]. Dostupné z: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/sjlta25&div=4&id=&page=>

WINCH, Junko, 2019. Does communicative language teaching help develop students' competence in thinking critically? *Journal of Language and Education*. **5**(2), 112–122.

YAHYA, Azizul Halim a Vidi SUKMAYADI, 2020. A review of cognitive dissonance theory and its relevance to current social issues. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan* [online]. **36**(2) [vid. 2023-04-13]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.29313/mimbar.v36i2.6652](https://doi.org/10.29313/mimbar.v36i2.6652)

YANG, Jeongwon a Yu TIAN, 2021. „Others are more vulnerable to fake news than I am”: Third-person effect of COVID-19 fake news on social media users. *Computers in Human Behavior* [online]. **125**, 106950 [vid. 2023-02-22]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106950](https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106950)

ZANNETTOU, Savvas, Michael SIRIVIANOS, Jeremy BLACKBURN a Nicolas KOURTELLIS, 2018. The web of false information: Rumors, fake news, hoaxes, clickbait, and various other shenanigans. *Data and Information Quality* [online]. [vid. 2023-02-26]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1145/3309699](https://doi.org/10.1145/3309699)

ZELENÝ, Petr, 2022. Proti dezinformacím. Nový projekt cílí na střední Evropu, využije i umělou inteligenci. *ČT24 - Česká televize* [online] [vid. 2023-05-18]. Dostupné

z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3440394-proti-dezinformacim-novy-projekt-cili-na-stredni-evropu-vyuzije-i-umelou-inteligenci>

ZHOU, Xinyi a Reza ZAFARANI, 2020. A survey of fake news: Fundamental theories, detection methods, and opportunities. *ACM Computing Surveys* [online]. **53**(5) [vid. 2023-02-21]. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1145/3395046>

Seznam obrázků

Obr. 1: Vlastní zpracování.....	68
Obr. 2: Vlastní zpracování.....	68
Obr. 3: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	74
Obr. 4: Zdroj: JSNŠ.....	78
Obr. 5: Zdroj: ČT 24 Česká televize.....	80
Obr. 6 Vlastní zpracování, zdroj canva.com	85
Obr. 7: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	86
Obr. 8: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	87
Obr. 9: Vlastní vpracování, zdroj: canva.com.....	88
Obr. 10: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	92
Obr. 11: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	93
Obr. 12: Vlastní zpracování, zdroj: canva.com	94