

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra psychologie



Diplomová práce

**Dezinformace v českých médiích ve vztahu k
ekonomické situaci České republiky**

Katedra psychologie

Thi Lan Anh Ngoová

© 2024 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Thi Lan Anh Ngoová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Dezinformace v českých médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky

Název anglicky

Disinformation in Czech media in relation to the economic situation of the Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem práce je analýza vybraných médií (respektive vybraných sociálních sítí) v jejichž zpravodajství či obsahu se objevují dezinformace a rešerše vybraných dezinformací.

Vedlejším cílem je posouzení vlivu dezinformací na českou společnost v kontextu energetické krize a nepříznivé ekonomické situace v České republice.

Metodika

Na základě studia a pečlivé analýzy odborné literatury bude prezentována v teoretické části konceptualizace základních pojmů, shrnutí dané problematiky a představení akademického diskurzu a základních myšlenkových směrů v oblasti vlivu dezinformací na společnost.

V praktické části bude proveden kvantitativní výzkum. Kvantitativní výzkum bude vycházet z dotazníkového šetření.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

dezinformace, ekonomická situace v ČR, fake news, manipulace, média, sociální sítě, společnost

Doporučené zdroje informací

- BARCLAY, Donald A. Fake news, propaganda, and plain old lies: how to find trustworthy information in the digital age. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018. ISBN 978-1-5381-0889-5.
- Evropská komise. Hospodářská prognóza z podzimu 2022: Ekonomika EU v bodě zvratu. [online]. Evropská komise, 2022 [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: https://czechia.representation.ec.europa.eu/hospodarska-prognoza-z-podzimu-2022-ekonomika-eu-v-bode-zvratu-2022-11-11_cs
- JAYAKUMAR, Shashi, Benjamin ANG a Nur Diyanah ANWAR, ed. Disinformation and fake news. Singapore: Palgrave Macmillan, 2021. Palgrave pivot. ISBN 978-981-15-5875-7.
- JEROLD, Beverly. Disinformation in mass media: Gluck, Piccinni and the Journal de Paris. New York: Routledge, 2020. ISBN 9780367515836.
- JONES, Marie D. Disinformation and you: identify propaganda and manipulation. Detroit: Visible Ink Press, 2021. ISBN 1578597404.
- NUTIL, Petr. Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.
- RŮŽIČKA, Vlastimil. Politika a média v konzumní společnosti. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3667-9.
- SEIB, Philip M. Information at war: journalism, disinformation, and modern warfare. Cambridge: Polity, 2021. ISBN 978-1-5095-4857-6.
- SHU, Kai, Suhang WANG, Dongwon LEE a Huan LIU, ed. Disinformation, misinformation, and fake news in social media: emerging research challenges and opportunities. Cham: Springer, 2020. Lecture notes in social networks. ISBN 978-3-030-42698-9.
- TÁBORSKÝ, Jiří. V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2014-7.
-

Předběžný termín obhajoby

2023/24 ZS – PEF

Vedoucí práce

doc. Mgr. Eva Bobková

Garantující pracoviště

Katedra psychologie

Elektronicky schváleno dne 18. 9. 2023

PhDr. Pavla Rymešová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 30. 03. 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Česká dezinformační média ve vztahu k ekonomické situaci České republiky“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze 31. 3. 2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní doc. Mgr. Evě Bobkové za její odborné vedení a pomoc při vypracování této diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala Ing. Pavlíně Zrůbkové za její vstřícnost a pomoc při zpracování dotazníkového šetření. Také děkuji všem účastníkům dotazníkového šetření, kteří se ho zúčastnili, a tím mi pomohli v průzkumu v empirické části práce.

Dezinformace v českých médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky

Abstrakt

Práce se zabývá dezinformacemi v českých médiích a jejich vlivem na společnost a ekonomickou situaci České republiky. Tyto jevy jsou zkoumány v kontextu energetické krize a také války na Ukrajině. Ve studii jsou kombinovány kvantitativní a kvalitativní metody. Kvantitativní metody jsou využívány ve formě dotazníkového šetření, ve kterém byl osloven vzorek respondentů, kteří byli tázáni na jejich postoj k médiím, sociálním sítím a faktům. Kvalitativní přístup byl uplatněn při analýze vybraných sociálních sítí a metod šíření dezinformací v české společnosti. Zároveň byly zkoumány nejčastější strategie šíření nepravdivých informací a důvody či aktéři, kteří těmito praktikami cílí na alternaci veřejného mínění a politického vývoje ve svůj prospěch. Vedlejším cílem bylo posouzení vlivu dezinformací na českou společnost. Jedním z cílů práce bylo nalézt vhodná a účinná opatření, která by se dala aplikovat na různých úrovních, a to na úrovni společnosti nebo jednotlivce, čímž by se posílila schopnost veřejnosti rozlišovat nepravdivé informace a oslabil se tak vliv dezinformací. Práce poukazuje na fakt, že dezinformace mají vliv na rozhodování jednotlivce v politických otázkách a upozorňuje, že sociální síť TikTok je dle získaných dat vnímána jako nejméně důvěryhodná.

Klíčová slova: dezinformace, ekonomická situace v ČR, fake news, konspirační teorie, manipulace, média, sociální sítě, společnost, propaganda

Disinformation in Czech media in relation to the economic situation of the Czech Republic

Abstract

This thesis examines disinformation in Czech media and its influence on society and the economic situation of the Czech Republic within the context of the energy crisis and the war in Ukraine. The research employs a combination of quantitative and qualitative methods. Quantitative methods involve a questionnaire survey targeting respondents' attitudes toward media, social networks, and facts. Qualitative approaches are utilized by analyzing selected social networks and methods of disinformation dissemination in Czech society. Furthermore, the study explores the most common strategies for spreading false information and identifies the reasons and actors behind these practices, aiming to alter public opinion and political developments in their favor. As for additional objective is to assess the impact of disinformation on Czech society. One of the aims of the study is to identify suitable and effective measures applicable at various levels—societal or individual—to enhance the public's ability to discern false information and thereby weaken the influence of disinformation. The study highlights the impact of disinformation on individual decision-making in political matters and underscores that the social network TikTok is perceived as the least trustworthy based on the acquired data.

Keywords: disinformation, economic situation in the Czech Republic, fake news, conspiracy theories, manipulation, media, social networks, society, propaganda

Obsah

1	Úvod	11
2	Cíl práce a metodika	12
2.1	Cíl práce	12
2.2	Metodika	12
2.3	Výzkumné otázky	13
2.4	Adekvace metod	13
2.5	Dotazníkové šetření	13
2.6	Limity výzkumu.....	15
3	Teoretická východiska	16
3.1	Konceptualizace pojmů.....	17
3.1.1	Dezinformace.....	17
3.1.2	Propaganda.....	20
3.1.3	Konspirační teorie.....	22
3.1.4	Echo chamber	23
3.2	Vliv dezinformací na společnost.....	25
3.3	Strategie dezinformačních kampaní.....	27
3.4	Ekonomická situace v ČR v letech 2022–2023	29
3.5	Role sociálních sítí v šíření dezinformací.....	31
3.6	Prevence.....	33
4	Empirická část práce	38
4.1	Analýza klíčových slov.....	38
4.2	Rozbor příspěvků na sociálních sítích	41
4.2.1	Příspěvky na sociální síti X	42
4.2.2	Příspěvky na sociální síti Facebook.....	43
4.2.3	Příspěvky na sociální síti TikTok	46
4.3	Dotazníkové šetření	49
4.3.1	Charakteristika vzorku.....	49
4.3.2	Postoje k médiím a důvěryhodnost informací	53
4.3.3	Identifikace dezinformací na sociálních sítích.....	61
4.3.4	Vliv dezinformací na společnost.....	62
4.3.5	Prevence a snižování vlivu dezinformací	63
5	Výsledky a diskuse	66
6	Závěr	71

7	Seznam použitých zdrojů	73
8	Seznam obrázků, tabulek a grafů.....	86
8.1	Seznam obrázků	86
8.2	Seznam tabulek	86
8.3	Seznam grafů.....	86
Přílohy	87

1 Úvod

Množství informací dostupných v dnešním mediálním prostředí ovlivňuje náš pohled na svět a naše rozhodování. Díky rychlému rozvoji digitálních technologií a sociálních médií denně konzumujeme mnohem více informací. Tato expanze přináší vyšší riziko konfrontace nepravdivých informací, které by mohly negativně ovlivnit to, jak vidíme a chápeme svět. V posledních letech jsme byli svědky vzestupu různých dezinformačních platforem a zpravodajských kanálů, které se často zaměřují na šíření dezinformací o ekonomických otázkách.

V dnešní době, kdy je informační prostor plný odlišných mediálních zpráv a názorů, se stává stále obtížnějším rozlišovat mezi pravdivými informacemi a dezinformacemi. Všudypřítomná média se stala základním pilířem pro informovanost populace a stala se nepostradatelnou součástí demokratické společnosti. Důvodem pro výběr tohoto tématu je přesvědčení o důležitosti kvalitních a pravdivých informací pro správné fungování ekonomiky a společnosti jako celku. Ekonomická situace má významný dopad na každodenní život občanů, na politická rozhodnutí a na celou ekonomiku. Kvalita informací, které jsou veřejnosti poskytovány, může ovlivnit ekonomickou stabilitu země a důvěru veřejnosti v média a politické instituce.

Hlavním tématem této diplomové práce jsou dezinformace v českých médiích (respektive vybraných sociálních sítích) ve vztahu k ekonomické situaci země. Ekonomický stav země je důležitým bodem v životě občanů, majitelů firem a politiků, protože významně ovlivňuje jejich každodenní život. V důsledku toho je důležité, aby měli přístup k přesným a pravdivým informacím.

Práce je zaměřena na identifikaci konkrétních příkladů dezinformací v českých médiích. Důraz je kladen na rozpoznávání a zkoumání mechanismů, které vedou k jejich šíření a přijímání veřejností. V neposlední řadě jsou v práci identifikovány možné strategie, které by mohly přispět k prevenci a snižování vlivu dezinformací na ekonomickou situaci v zemi.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je analýza vybraných médií (respektive vybraných sociálních sítí) v jejichž zpravodajství či obsahu se objevují dezinformace a řešerše těchto dezinformací.

Vedlejším cílem je posouzení vlivu dezinformací na českou společnost v kontextu energetické krize a nepříznivé ekonomické situace v České republice.

2.2 Metodika

V rámci diplomové práce na téma „Dezinformace v českých médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky“ bylo provedeno kvantitativní dotazníkové šetření. Vzorek respondentů je reprezentativní pro občany České republiky ve věku od 18 let, kteří pravidelně sledují různá média, včetně televize, novin, rádia a internetu. Vzorek zahrnuje různé sociodemografické skupiny k získání komplexního pohledu na problematiku dezinformací. V plánu bylo získat minimálně 100 respondentů.

Pro sběr dat byl použit strukturovaný dotazník¹, který obsahoval otázky týkající se vnímání dezinformací v médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky. Dotazník byl rozdělen do několika částí, které zkoumají:

- mediální spotřební chování respondentů;
- hodnocení důvěryhodnosti různých médií;
- percepce a identifikaci dezinformací;
- vliv dezinformací na názory a postavení respondentů.

Při provádění dotazníkového šetření byly dodrženy etické normy výzkumu. Respondentům byla garantována anonymita a jejich účast na výzkumu byla podmíněna jejich souhlasem, o kterém byli účastníci informováni před vyplněním dotazníku.

S použitím dotazníkového šetření byla získána data, která byla analyzována a zpracována v praktické části diplomové práce s cílem zodpovědět výzkumné otázky a dosáhnout stanovených cílů.

Metoda kvantitativního dotazníkového šetření byla zvolena s ohledem na schopnost získání objektivních kvantitativních dat od reprezentativního vzorku respondentů. Tato

¹ Příloha A

metoda je vhodná pro systematické měření postojů, vnímání a chování respondentů v rámci jejich interakce s médii a dezinformacemi (Jones et al., 2013: 5–7).

2.3 Výzkumné otázky

Výzkumná otázka a podotázky jsou formulovány takto:

Jaká jsou hlavní témata a obsah dezinformací šířených na sociálních sítích v souvislosti s energetickou krizí a ekonomickou situací?

Jaký vliv mají dezinformace na vnímání energetické krize a ekonomické situace v České republice?

Jaké jsou možné strategie pro omezení šíření dezinformací?

2.4 Adekvace metod

Kvantitativní metody ve vědeckém výzkumu nesou řadu výhod a nevýhod. Mezi primární výhody patří dosažení objektivity a opakovatelnosti výsledků. Kvantitativní data jsou často systematicky sbíraná a měřitelná, což umožňuje snížit zkreslení a zajistit konzistenci ve výsledcích v průběhu opakovaných výzkumů (Kozel et al., 2011: 191–193).

Tato metodologie také umožňuje generalizaci výsledků na celou zkoumanou populaci pomocí statistických technik, což poskytuje obecně platné informace relevantní i mimo daný výzkumný vzorek (Reichel, 2009: 40–42).

Nicméně kvantitativní přístup nese i určité nevýhody. Jednou z klíčových je omezení v porozumění kontextu a komplexních vztahů mezi proměnnými. Data získaná kvantitativními metodami často nedokážou poskytnout hlubší porozumění proč a jak určité jevy fungují. Dále je zde tendence ke ztrátě flexibility v procesu sběru dat, což může bránit objevení neočekávaných fenoménů či aspektů, jež nebyly předem definovány. Emoční kontext je rovněž často opomíjen, což může být zejména problematické v oblastech jako sociální vědy či psychologie, kde hraje citová složka důležitou roli (Mack et al., 2011: 2–4; Rahman, 2016: 102–112; Xiong, 2022: 956–959).

2.5 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření se využívá jako metoda sběru dat výzkumu z důvodu své efektivity a rychlosti. Jednou z primárních výhod je možnost distribuce dotazníků velkému množství respondentů současně, což umožňuje získání dat od širokého spektra respondentů

v relativně krátkém časovém úseku (Chráska, 2016: 158). Dále je významnou výhodou zachování anonymity respondentů, což může podpořit upřímné odpovědi na citlivé otázky, avšak tato výhoda platí pouze v případě anonymních dotazníků. Podle Kang & Hwang (2023: 1–7), tato anonymita vede ke zvýšení pravděpodobnosti otevřeného vyjádření názorů respondentů, což může být problematické v osobních rozhovorech či skupinových diskuzích. Dotazníkové šetření umožňuje snadné zpracování a analýzu dat. Strukturovaná povaha dat získaných prostřednictvím dotazníků usnadňuje statistické zpracování a interpretaci výsledků, což napomáhá dosažení objektivních závěrů (Vaske, 2011: 149–153).

Nevýhody dotazníkového šetření jsou však také patrné. Mezi ně patří možnost zkreslení odpovědí respondentů, ať už záměrného či neúmyslného. Tato zkreslení mohou vzniknout v důsledku nepochopení otázek, tendence k zapamatování preferovaných odpovědí nebo snahy profilovat se v lepším světle. Předem stanovené možnosti odpovědi v dotaznících mohou bránit respondentům v plném vyjádření jejich komplexních názorů a pocitů. Nízká míra odezvy je dalším potenciálním problémem dotazníkového šetření. Respondenti mohou ignorovat dotazník, což může vést ke zkreslení výsledků a nereprezentativnosti vzorku (Chráska, 2016: 165; Almeida et al., 2017: 379–383; Mudavath & Narayan, 2019: 31–38, Latkovkij & Popovska, 2019: 44–55).

Při tvorbě dotazníku byly formulovány otázky s pečlivým zřetelem k cílům výzkumu a teoretickému rámci, časovým možnostem a ochotě respondentů. Otázky byly navrženy tak, aby umožnily zkoumání mediálního spotřebního chování, hodnocení důvěryhodnosti různých médií, vnímání a identifikaci dezinformací a jejich potenciálního vlivu na názory a postoje respondentů. Dotazník byl koncipován s důrazem na srozumitelnost, relevantnost a objektivitu, aby reflektoval potřeby a charakteristiky cílového souboru respondentů.

Před samotným spuštěním šetření byla provedena testovací fáze dotazníku na omezeném vzorku respondentů. Cílem této fáze bylo ověřit jasnost, relevanci a efektivitu otázek a provést případné úpravy a revize v reakci na zpětnou vazbu respondentů. Po úspěšném dokončení testování byl dotazník považován za vhodný k distribuci.

Během sběru dat byli respondenti řádně informováni o účelu výzkumu a zajištění anonymity, přičemž byla zaručena ochrana jejich osobních údajů. Dotazník byl distribuován prostřednictvím online platformy.

Po dokončení sběru dat následovala fáze analýzy, ve které byly výsledky interpretovány s ohledem na teoretický rámec a stanovené cíle výzkumu. Po získání dat z dotazníku byla provedena jejich analýza v programu Microsoft Excel. Následně byl

proveden proces validace dat, který zahrnoval například vyřazení pilotních vyplnění dotazníku před oficiálním spuštěním nebo odstranění nesmyslných odpovědí. Po očištění dat byly vytvořeny tabulky a grafy pro vizualizaci výsledků. Výsledky jsou prezentovány prostřednictvím textových, tabulkových a grafických výstupů v kapitole č. 4 diplomové práce, čímž byla zajištěna srozumitelnost a přehlednost pro čtenáře. Samotný dotazník je k nahlédnutí v příloze A této práce.

2.6 Limity výzkumu

V průběhu výzkumu zaměřeného na dezinformace v českých médiích byla identifikována určitá omezení, která jsou zohledněna při interpretaci výsledků a rozebrána v diskusi. Prvním významným faktorem je omezená reprezentativnost vzorku. Navzdory snahám získat reprezentativní soubor občanů České republiky od 18 let, kteří sledují média, nelze zaručit úplnou reprezentativitu. Omezená reprezentativita vzorku vyjadřuje nedokonalé zastoupení zkoumané populace ve výzkumném souboru. V důsledku toho není možné výsledky jednoznačně aplikovat na celou zkoumanou populaci, neboť některé skupiny mohou mít výrazně nižší, nebo naopak vyšší zastoupení v souboru respondentů. Tento jev může mít vliv na validitu a obecnost zjištění a je nutné jej zohlednit při interpretaci výsledků výzkumu.

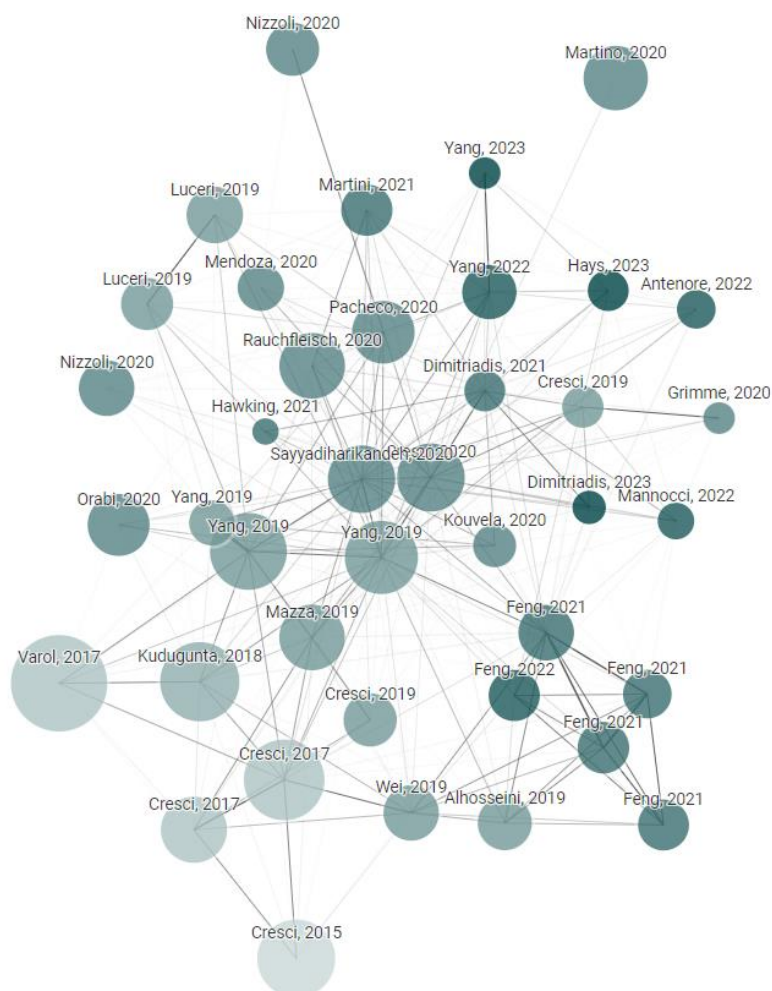
Dalším důležitým omezením je limitace kvantitativního dotazníkového šetření. Tato metoda může poskytnout pouze omezený pohled na kontext a hlubší vztahy mezi proměnnými. Data z dotazníku mohou zjednodušeně zachycovat interakce a motivace respondentů, což může ovlivnit obecnost zjištění a jejich interpretaci.

Analýza dat může být také limitována. I přes použití programu Microsoft Excel a vizualizaci dat formou tabulek a grafů, mohou být přehlédnuty některé nuance a hlubší vztahy. Další sofistikovanější statistické analýzy by mohly poskytnout podrobnější pochopení dat.

3 Teoretická východiska

Pro identifikaci klíčových teoretických perspektiv a aktuálních výzkumných trendů je v práci využita platforma *Connected Papers*. Tato platforma umožňuje systematické vyhledávání relevantních studií a článků pomocí vizualizace sítě citací a tematických propojení mezi jednotlivými publikacemi, viz obrázek 1 (Princeton University Library, 2024; ETH Library, 2024). Získané teoretické poznatky a koncepty z nalezené literatury byly následně integrovány do teoretického rámce diplomové práce. Tato metodika umožnila získat komplexní povědomí o současných přístupech k problematice dezinformací a médií a poskytla základ pro analýzu a interpretaci výsledků praktické části výzkumu.

Obrázek 1 Vizualizace sítě



Zdroj: Connected Papers (2024)

3.1 Konceptualizace pojmů

V této podkapitole je vymezena základní terminologie týkající se problematiky dezinformací. Přesná a korektní definice pojmů je klíčová pro dosažení exaktních a nezaměnitelných výsledků. Vymezení pojmů je také důležité pro lepší porozumění záměrům a účinkům šíření nepravdivých informací.

3.1.1 Dezinformace

Nutil (2019: 48) popisuje dezinformace jako lživé, klamně a falešné informace s cílem ovlivnit jedince, více osob nebo celou společnost. *Misinformace* představují nepravdivý obsah, který je sdílený jednotlivcem, aniž by si byl vědom toho, že je falešný či zavádějící. Naopak *malinformace* označuje skutečné informace, které jsou sdíleny s úmyslem způsobit škodu či poškození (Wang, 2018: 153; Shu et al., 2020: 2–3).

Dezinformace mohou být dle Butchera (2019: 3) vytvářeny s cílem získat reklamní příjmy nebo dosáhnout politických cílů. Jejich šíření je usnadněno díky sociálním médiím a rostoucímu protiestablishmentovému hnutí v evropské politice, které vytváří poptávku po alternativních verzích událostí.

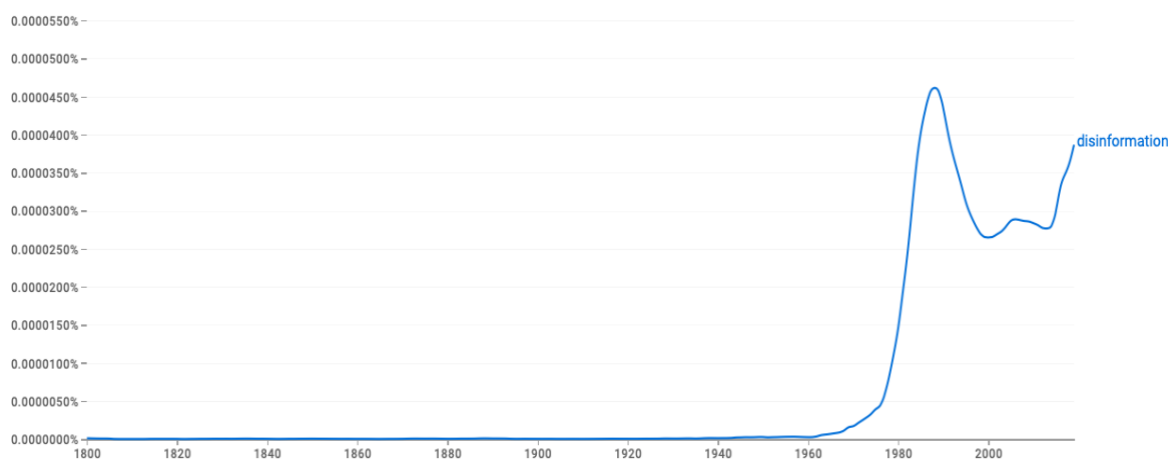
Pamment (2021: 5) upozorňuje, že dezinformace jsou hlavně nástrojem pro šíření vlivu. Reklamní průmysl a další oblasti spojené s veřejnými vztahy se denně snaží ovlivňovat naše chování. Vliv hraje také klíčovou roli v diplomacii a zahraniční politice, kde se legálně využívají informace k dosažení požadovaných cílů. Naopak, tvůrci dezinformací se snaží ovlivňovat ostatní pomocí lží, které mají za účel dosáhnout určitého cíle. Vědomě využívají zranitelnosti lidí, čímž jim brání v tom, aby činili informovaná rozhodnutí.

To, jak odborníci a politici definují falešné zprávy a dezinformace, často neodpovídá tomu, jak je chápe veřejnost. Někteří politici označují za „falešné zprávy“ skutečné zpravodajské reportáže od zpravodajských organizací, pokud se neshodují s jejich názory nebo je prezentují negativně (Jayakumar et al., 2021: 37–38).

V dobách nejistoty a nedostatku informací se často objevují dezinformace. Když lidé čelí neočekávaným událostem, zažívají nervozitu a úzkost, což může být hlavním důvodem k šíření nesprávných informací. Lidé se snaží zmírnit toto napětí tím, že hledají informace ve sdělovacích prostředcích a na oficiálních sociálních médiích vládních institucí, aby si ověřili, co vlastně ví. Když však nedostanou potřebné informace od oficiálních zdrojů, často se obrací na své přátele nebo neformální zdroje, aby získali relevantní informace a uklidnili

se (Oh et al., 2013: 407–426). Na tuto poptávku poté snadno reagují dezinformační kanály a využívají tak nedostatku informací pro prospěch své agendy.

Graf 1 Výskyt pojmu „disinformation“ v letech 1800–2019



Zdroj: Google Books Ngram Viewer (2023a)

Ačkoliv se pojem „dezinformace“ dle otevřených zdrojů zřídka objevoval v literatuře již v průběhu 19. století, frekvence jeho užití začala značně stoupat v 60. letech dvacátého století, což ilustruje graf 1. Nárůst užití pojmu „dezinformace“ v literatuře byl pozorován převážně ve vztahu ke Studené válce a informačním taktikám Sovětského svazu (Bittmann, 1985; Engdahl, 1986; Clayburn, 1989).

Trestněprávní úprava

V české legislativě není obsažen pojem „dezinformace“ ani „propaganda“, a tudíž neexistuje žádná explicitní definice trestného činu spojeného s těmito pojmy. Tyto činy mohou být podle Ministerstva vnitra ČR (2024a) potenciálně trestné, pokud jsou součástí činností, které porušují platné právní normy v jiných oblastech, jako jsou:

- § 181 Poškození cizích práv;
- § 184 Pomluva;
- § 345 Křivé obvinění;
- § 355 Hanobení národa, rasy, etnické nebo jiné skupiny osob;
- § 356 Podněcování k nenávisti vůči skupině osob nebo k omezování jejich práv a svobod;
- § 357 Šíření poplašné zprávy;
- § 365 Schvalování trestného činu;

- § 364 Podněcování k trestnému činu;
- § 404 projev sympatií k hnutí směřujícímu k potlačení práv a svobod člověka podle Zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku.

V teoretické rovině by bylo možné postihnout organizátora samotné dezinformační kampaně, avšak s omezenou účinností a dostupnými nástroji. Případná intervence by se v rámci trestního řízení primárně omezovala na reaktivní opatření (*ex post*), což znamená, že by byla aplikována až po skončení průběhu kampaně a nezasahovala by do jejího aktuálního vývoje (Ministerstvo vnitra ČR, 2024b: 38).

Čeští poslanci proto navrhli možnost zasáhnout proti šíření dezinformací. Toho by mělo být dosaženo vyvíjením tlaku na policii a státní zastupitelství, aby lépe využívaly platné normy a aktivněji tak tyto případy řešili. Tato opatření by mohla zahrnovat zákony, které trestají šíření poplašných zpráv nebo vyzývání k násilí proti skupině obyvatel. Důležitou roli hraje vzdělávání ve školách, které by mělo naučit studenty kriticky hodnotit informace a rozlišovat mezi pravdivými a nepravdivými. V souvislosti s tím Ministerstvo vnitra vypracovalo návrh zákona. Avšak tento návrh vyvolal rozsáhlé debaty. Opoziční politici ho silně kritizují a obávají se, že by vláda mohla využít zákon k potlačování svobody projevu a umlčování opozice (Kryštofová, 2023). Navzdory diskusím a nátlaku nebyl návrh zákona realizován, protože příprava jakéhokoli nového právního předpisu trvá velmi dlouho. Pokud by se nyní oznámil záměr vypracovat nový zákon, proces přípravy by trval nejméně tři čtvrtě roku až rok, čímž by se přibližoval k období volebních kampaní. Lze předpokládat, že by se nový návrh zákona stal předmětem politických diskusí během kampaně s předem očekávanou kritikou ze strany opozice (Zelenka, 2023).

Kopecký (2023) zdůrazňuje, že vznik nového zákona vyplývá především z potřeby reakce na situaci, kdy došlo k blokaci webů, které šířily dezinformace a ruskou propagandu v souvislosti s přímým válečným konfliktem na Ukrajině. Vláda ČR a Národní úřad pro komunikace a informační technologie (NÚKIB) požádali sdružení CZ.NIC o zablokování konkrétních webů šířících ruskou válečnou propagandu. Je důležité poznamenat, že i když rozhodnutí o blokaci webů bylo z logického hlediska pochopitelné, nebylo v souladu s ústavním pořádkem, který stanovuje, že omezení práv je možné provádět pouze na základě zákona nebo soudního rozhodnutí. NÚKIB proto „žádal o blokaci“, nikoli „nařizoval blokaci“, neboť mu chybí pravomoc vydávat přímá nařízení. Aby byla zachována právní jistota a respektovány základní principy demokratického právního státu, je nezbytné vytvořit

nový zákon, který by poskytl jasný právní rámec pro řešení podobných situací. Tento zákon by měl stanovit transparentní postupy a kritéria pro blokování webů šířících dezinformace a propagandu, a zároveň zajistit dodržování základních ústavních principů, včetně ochrany svobody projevu a právního státu.

Avšak podle výzkumu agentury STEM (2022) je v zemi relativně nízký počet lidí, kteří by se přímo dostávali k dezinformačním zdrojům. Například pouze 5 % populace je obeznámeno s dezinformačním serverem Aeronet. Mnohem větší dopad mají zdroje, které se pohybují na hranici mezi dezinformacemi a bulvárními zprávami, například obsah sdílený na Facebooku či prostřednictvím e-mailu. Většina veřejných diskusí se zaměřuje na otázku potřeby regulace zdrojů dezinformací. Vezmeme-li v potaz fakt, že přibližně 10 % populace aktivně šíří konspirační teorie, je zřejmé, že odstranění těchto zdrojů by vedlo k rychlé náhradě, neboť lidé mají k informacím přístup i prostřednictvím jiných kanálů.

Lze konstatovat, že české právní prostředí neposkytuje adekvátní prostředky k efektivnímu řešení závažných dezinformačních vln. Nedostatečné kapacity státu pro aplikaci těchto institutů na větší množství případů současně omezuje efektivitu reakce na dezinformační vlny. Je tudíž nezbytné, aby se legislativa i organizační struktury státu vyvíjely směrem k posílení schopnosti čelit této výzvě v digitální éře (Ministerstvo vnitra, ČR, 2024b: 30).

3.1.2 Propaganda

Původ slova „propaganda“ pochází z latinského slova *propagare*, což znamená „šířit nebo rozmnožovat.“ Termín lze interpretovat jako „něco, co lze šířit dále“ (Jones 2021: 3). Výraz propaganda poprvé vznikl v 17. století ve Vatikánu během období velkých konfliktů mezi katolíky a protestanty. V té době existovala také území v Americe a Asii, jejichž obyvatelé chtěla církve obrátit na křesťanskou víru. Proto papež Řehoř XV. zřídil Svatou kongregaci pro šíření víry (*Sacre congregatio de propaganda fide*), což byla skupina kardinálů, kteří byli odpovědní za šíření křesťanství. Tato kongregace měla za úkol propagovat a šířit katolickou víru v oblastech, které ještě nebyly katolické, a to prostřednictvím misionářské činnosti, vzdělávání a dalších prostředků. Tento úkol šíření víry se stal jedním z důležitých prvků v dějinách katolické církve v období rekatolizace a kolonizace (Táborský, 2019: 41).

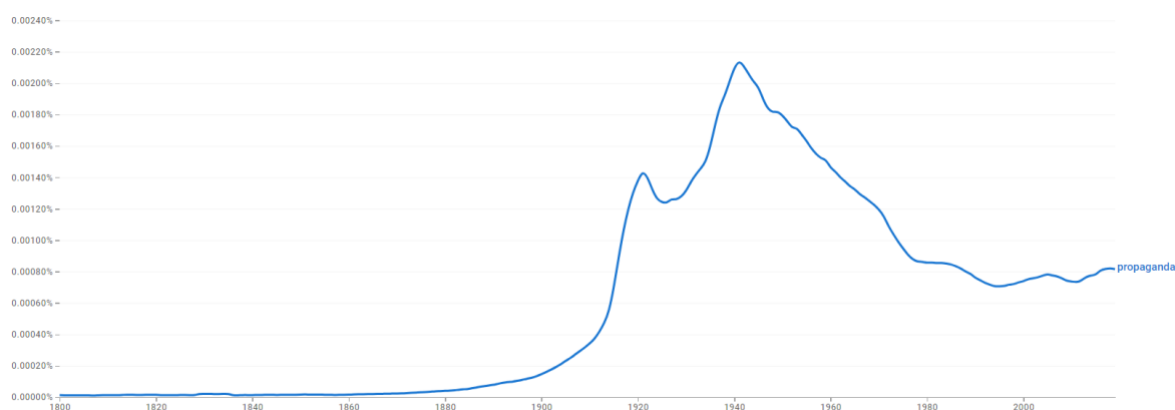
Když někdo záměrně vytváří nepravdivé informace s cílem podpořit určitou agendu, takové informace pak lze zařadit do kategorie falešných zpráv zvané „propaganda“. Existuje

mnoho webových stránek a online komentátorů, kteří se specializují na šíření právě těchto manipulativních falešných zpráv. I když málokdo z nich otevřeně přiznává, že se podílí na propagandě, jejich cílem je ovlivnit veřejné mínění ve prospěch určitého směru nebo zájmu (Barclay, 2018: 32).

Působením nových médií, jako je satelitní televize a internet, má propaganda v dnešní společnosti velký vliv. Ta umožňují rychlý a okamžitý přenos informací, což znamená, že propagandistické zprávy zasáhnou mnohem širší publikum. Propaganda systematicky podporuje určitou ideologii s cílem přesvědčit velké množství lidí o její pravdě. Obvykle je spojována s negativními informačními strategiemi totalitních režimů. Propaganda je v podstatě záměrným komunikačním nástrojem s politickým a revolučním charakterem, který slouží jako strategie sociálního vlivu. Klíčovým prvkem propagandy je šíření dezinformací. Tento koncept může buď sloužit k integraci a sjednocení společnosti, nebo naopak vést k rozvracení (Rusu & Herman, 2018: 118).

Některé z nejúčinnějších strategií propagandy se nevyskytují v politickém kontextu, ale spíše v rámci mezilidských vztahů. Sociální média představují novou dimenzi označovanou jako „kamarádká propaganda“. Jednotlivci využívají různé manipulační techniky s cílem ovlivnit ostatní, ať už prostřednictvím pozitivních povzbuzení a informací, či negativních prvků, jako jsou strach, vina a ostych (Jones, 2021: 283).

Graf 2 Výskyt pojmu „propaganda“ v letech 1800–2019²



Zdroj: Google Books Ngram Viewer (2023b)

² Pojem byl vyhledáván v Google Books Ngram Viewer, který měří četnost výskytu daného pojmu v historii pomocí vyhledávání v textu databází knih. Pojem byl hledán v anglickém jazyce jako „propaganda“, jelikož výsledky v českém jazyce nebyly k dispozici.

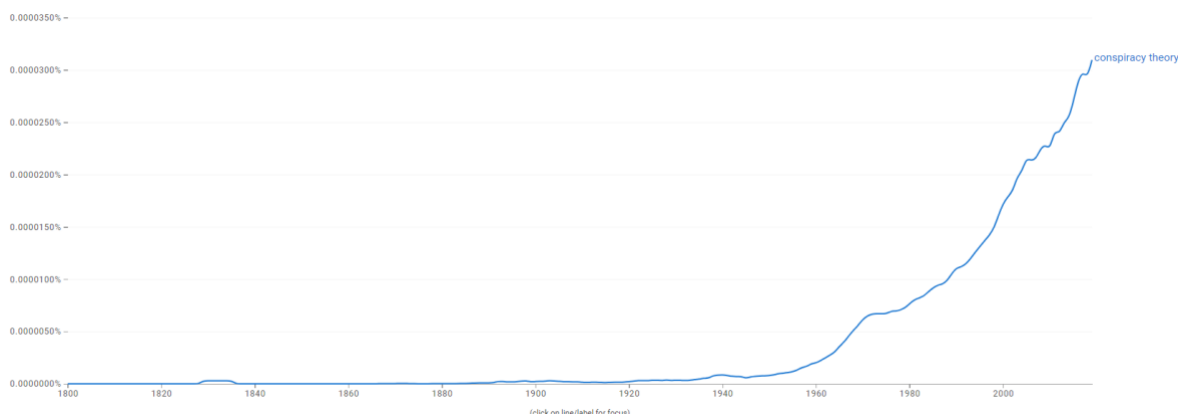
V průběhu 20. století, především v době první a druhé světové války, zaujímala propaganda významné místo v rámci veřejného a politického dění. Tyto historické události mohly podnítit rostoucí zájem o zkoumání a debatu týkající se propagandy, což mělo potenciál odrážet se i v literárním světě jako reflexe politických událostí a společenských trendů, viz graf 2.

3.1.3 Konspirační teorie

Mareš (2022: 535) uvádí, že konspirační teorie jsou často vytvářeny účelně jako nástroj politické propagandy. Jejich cílem je způsobit zmatek a dezorientaci mezi lidmi, kteří jsou názorově nejistí. Tím vzniká informační chaos a šíří se nenávisť. To je to, co dává konspiračním teoriím jejich velkou sílu a zároveň představuje riziko, protože mohou vést k různým násilným reakcím, a dokonce i pokusům o převraty. K tomu přispívá i fakt, že někteří politici se pokoušejí tajit strategické informace nebo je zamlžovat, i když sami na žádné konspiraci nemusí přímo participovat. Tím se vytváří atmosféra podezření, což dává konspiračním teoriím prostor k rozvoji a šíření.

Podle *Comparative Analysis of Conspiracy Theories* (2020: 4) konspirační teorie vycházejí z předpokladu, že všechno, co se děje, má skrytý záměr a není to tak, jak se na první pohled zdá. Tyto teorie tvrdí, že existuje tajná skupina mocných aktérů, konspirátorů, kteří utajeně ovládají světové události. Tito konspirátoři jsou obvykle zobrazováni jako nepřátelé společnosti. Konspirační teorie tak jednoduše dělí svět na dvě jednoznačné strany – dobro a zlo, my a oni – a nepřipouštějí složitost a nuance. Zastánci konspiračních teorií často apelují na to, že je třeba hlouběji zkoumat dění, abychom odhalili plány a úmysly konspirátorů, kteří aktivně skrývají své škodlivé záměry. Konspirační teorie často prezentují samy sebe jako průkopníky pravdy, která je údajně zatajována běžnými médii a establishmentem. Taková přesvědčení konspiračních teorií jsou v rozporu s moderními sociálními vědami, které kladou důraz na náhodu, náhodné události a nezamýšlené důsledky ve společnosti. Konspirační teorie tvrdí, že historické události jsou vždy výsledkem úmyslného spiknutí, nikoli vlivem impersonálních sociálních sil a strukturálních faktorů. Konspirační teorie obvykle vznikají jako odpověď na skutečné problémy a obavy ve společnosti. Tyto teorie se mohou zdát jako prostředek, kterým si lidé vysvětlují nejasné události nebo složité situace kolem nich. Často vycházejí z pocitu nedostatku důvěry v oficiální zdroje informací nebo autority a mohou být považovány za způsob, jakým lidé vyjádří svou frustraci nebo nepochopení (Douglas et al., 2019; Uscinski et al., 2022).

Graf 3 Výskyt pojmu „kospirační teorie“ v letech 1800–2019³



Zdroj: Google Books Ngram Viewer (2023c)

Termín „*conspiracy theory*“ začal být více používán v 20. století, zejména od druhé poloviny 20. století. S rozšířením masových médií a nástupem internetu ve 21. století se jeho užití ještě zvýšilo, což znázorňuje graf 3, jelikož komunikace a sdílení informací se staly běžnějšími prostřednictvím online platform a sociálních médií.

3.1.4 Echo chamber

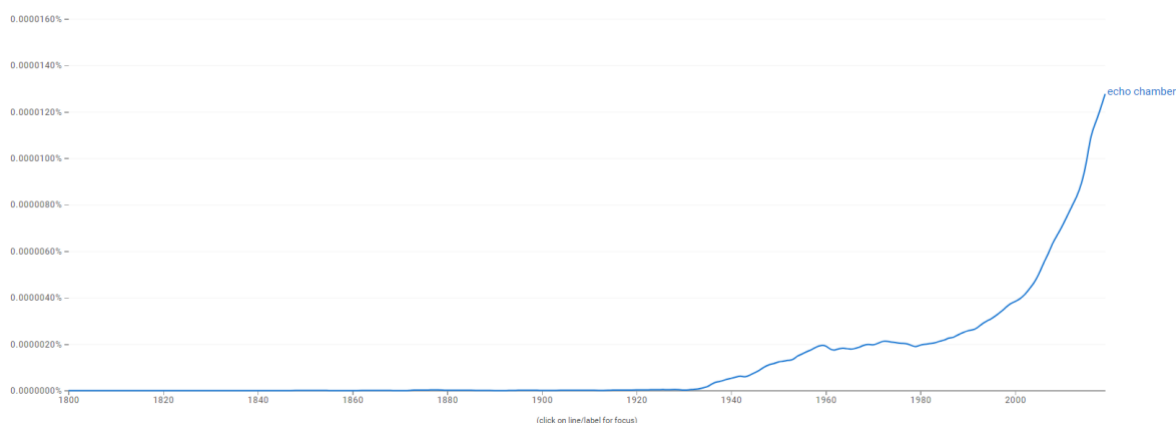
Chceme-li pochopit „*echo chambers*“ (komnaty ozvěn), je třeba nejprve porozumět, proč lidé patří do různých skupin. To, jakou skupinou lidí se člověk obklopuje, má přímý vliv na informace a vlivy, kterým je vystaven. Názory jedince jsou do velké míry ovlivňovány tím, z jaké sociální vrstvy či politického spektra jsou lidé, se kterými přichází do kontaktu. Člověk má však kontrolu nad tím, jakým názorům naslouchá, stejně tak nad tím, jakou literaturu čte či do jaké školy umístí své děti. Dle konceptu „*echo chambers*“ má každý svou sociální bublinu, kterou lze chápat jako komoru, jež může být fyzická nebo virtuální. Vzory komunikace a vlivy formují a ovlivňují postoje daných lidí, jejich názory a dokonce preference. Termín „echo“ odráží myšlenku, že v rámci této skupiny se informace mohou opakovat a zesilovat, a také to, že lidé mají tendenci naslouchat názorům, které jsou blízké jejich osobním názorům. Lidé pak mají přirozeně tendenci tíhnout k lidem jim názorově blízkým, což jejich názorové proudy zpravidla jen prohlubuje (Levy & Razin, 2019: 3; Cinelli et al., 2021; Del Vicario et al., 2016; Kitchens et al., 2020).

³ Pojem byl vyhledáván v Google Books Ngram Viewer, který měří četnost výskytu daného pojmu v historii pomocí vyhledávání v textu databází knih. Pojem byl hledán v anglickém jazyce jako „*conspiracy theory*“, jelikož výsledky v českém jazyce nebyly k dispozici.

Termín „*echo chambers*“ se nejčastěji používá ve výzkumu digitálních médií a občas i v politickém výzkumu. Označuje situaci, kdy se přesvědčení jednotlivců zesilují a posilují díky komunikaci a opakování uvnitř uzavřeného systému a jsou oddělena od protichůdných názorů. To obvykle nastává, když lidé na internetu interagují s lidmi, kteří mají podobné názory. Tyto osoby sdílejí podobné postoje k určitému tématu. Když vyjádří své názory, vždy dostávají pozitivní a podobnou zpětnou vazbu, přičemž často dochází k tomu, že se vzájemně utvrzují ve svých postojích i přesto, že mohou být mylné či zkreslené, jelikož nedávají prostor odlišným názorům či protiargumentům. Tato pozitivní reakce posiluje jejich existující přesvědčení, a nakonec v tomto uzavřeném systému věří většina lidí šířené „pravdě“ a považuje ji za přesvědčivou a absolutní. Kvůli neustálému potvrzování svých názorů tak vytvořili silný systém přesvědčení, který existuje uvnitř nich samých, a to ztěžuje přijetí protichůdných názorů (Parry, 2006 cit. dle Chen, 2021: 874).

Jednoduše řečeno, „*echo chambers*“ mohou ovlivňovat libovolné názory a posilovat různé zprávy, ať už jsou jakékoli – nerozlišuje se, zda jsou matoucí, neškodné, škodlivé, kontroverzní nebo založené na důkazech. Vědci se v praxi nejčastěji zaměřují na jednu konkrétní formu „*echo chambers*“, a to tu, která se týká politických zpráv, kde někteří lidé přijímají informace pouze z mediálních zdrojů, které jednoznačně podporují určitou stranu politického spektra (Arguedas et al., 2022: 10).

Graf 4 Výskyt pojmu „*echo chamber*“ v letech 1800–2019⁴



Zdroj: Google Books Ngram Viewer (2023d)

⁴ Pojem byl vyhledáván v Google Books Ngram Viewer, který měří četnost výskytu daného pojmu v historii pomocí vyhledávání v textu databází knih. Pojem byl hledán v anglickém jazyce jako „*echo chamber*“, jelikož výsledky v českém jazyce nebyly k dispozici.

Zvýšená frekvence použití termínu „*echo chambers*“ v literatuře a akademických textech se datuje k nástupu digitálních komunikačních platforem a sociálních médií ve 21. století, viz graf 4.

3.2 Vliv dezinformací na společnost

Narůstající množství dezinformací a falešných zpráv v digitálním prostředí se stává naléhavým problémem i z hlediska ochrany demokratických procesů a lidských práv. Studie, která se touto problematikou zabývá, nese název „*The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world*“ (Vliv dezinformací na demokratické procesy a lidská práva ve světě) od autorů Carme Colomina, Héctor Sánchez Margalef & Richard Youngs (2021: 9–46). Dle autorů mají dezinformace významné důsledky jak pro lidská práva, tak pro demokratické principy v celosvětovém měřítku. Představují hrozbu pro základní hodnoty, jako je svoboda myšlení, právo na soukromí a právo účastnit se demokratických procesů. Navíc ohrožují širokou škálu ekonomických, sociálních a kulturních práv. Kromě toho dezinformace narušují klíčové ukazatele demokratické integrity a narušují důvěru občanů v demokratické instituce nejen tím, že narušují spravedlnost voleb, ale také podněcují digitální násilí a represe. Falešné zprávy na internetu, které často označujeme jako „*fake news*“, mají dle Butchera (2019: 3) větší dopady než jen nepříjemný jev v online světě. Jejich snaha zmást příjemce těchto informací se negativně podepisuje na schopnosti voličů konat informovaná politická rozhodnutí, což má bezesporu negativní důsledky pro demokracii. Tohle může být zneužito lidmi, kteří se snaží prosazovat své politické zájmy a využívají toho, že mnoho lidí nedůvěřuje politickému establishmentu.

Podle Colomina et al. (2021: 9–46) je zřejmé, že jak se vlády a korporace stále více zaměřují na boj s dezinformacemi, mnohé z jejich úsilí vyvolává obavy ohledně demokratických standardů, jako je například svoboda projevu. Zatímco dezinformace podkopávají lidská práva a základní aspekty efektivní demokratické správy věcí veřejných, opatření přijatá k boji s nimi mohou někdy neúmyslně porušovat lidská práva a demokratický proces. Zásahy proti dezinformacím mohou v mnoha zemích světa negativně ovlivnit lidská práva a demokracii. Ačkoliv je nutná efektivní obrana proti dezinformacím k ochraně demokracie, samotná tato opatření mohou poškodit lidská práva a kvalitu demokracie. Například některé vlády využily opatření proti dezinformacím jako záminku k omezení svobody projevu a médií, které jsou klíčovými složkami demokratických společností. Proto je důležité nalézt rovnováhu mezi ochranou před dezinformacemi a zajištěním lidských práv

a demokratických hodnot, jako je svoboda slova (Colomina et al., 2021: 9–46; Gesami, 2021; Vaccari & Chadwick, 2020).

Podle výzkumu od Olan et al. (2022: 1–12) „*fake news*“ na sociálních médiích čím dál více formují společenské hodnoty, ovlivňují názory na klíčové otázky a témata a mění vnímání faktů, pravdy a osobních přesvědčení. Studie rovněž naznačuje, že falešné zprávy na sociálních médiích mají destruktivní vliv na společnost, jelikož nahrazují skutečné informace nepravdivými. Dopad falešných zpráv na společnost může vést lidi k pochybám o vědě, pravdivosti informací a sociálních normách. Proto je nezbytné aktivně se vypořádat s falešnými zprávami na sociálních médiích, aby bylo zaručeno bezpečné komunikační prostředí pro uživatele a posílila se tak důvěra ve společnosti.

Podle Belanda (2023) může šíření dezinformací přinést značné problémy jednotlivcům i společnosti jako celku. Úmyslné šíření lživých informací může mít z perspektivy společnosti vážné následky, jelikož dezinformace často cílí na snižování důvěry v instituce, vládu a média, což je může značně oslabit. Účinné dezinformace mohou zesilovat rozdíly mezi lidmi, polarizovat názory a skupiny, což může v extrémním případě vést až k sociálním konfliktům nebo násilí.

Výsledky studie od Załoga (2022: 46) rovněž potvrzují, že šíření dezinformací má negativní dopady na společnost, protože přispívá k narušení veřejného mínění, ovlivňuje fungování státních orgánů a prohlubuje krizové události. Ve studii bylo zároveň zjištěno, že v případě vojenských akcí Ruské federace na Ukrajině dezinformace posilují škodlivé záměry Kremlu a způsobují obrovské škody. Šíření dezinformací je jednou z hlavních taktik hybridních válek Ruské federace, která opakovaně v rámci několika konfliktů šířila prostřednictvím státem podporovaných médií nepravdivé informace nejen do Evropské unie, ale i do Spojených států, aby tak ovlivňovala veřejné mínění ve svůj prospěch (Rada Evropské unie, 2022; Barner, 2021).

Vážným problémem je také to, že dezinformace narušují důvěru ve volby a jejich výsledky, což může dlouhodobě poškodit schopnost země řešit největší ekonomické a sociální problémy, které často vyžadují nalezení společného základu (Bauer, 2022).

Navíc, jak poznamenává Heikkiken (2021), „*fake news*“ mají vážné důsledky na ekonomiku. Mohou způsobit kolísání na burzách, ovlivnit to, jak lidé nakupují a prodávají a poškodit pověst firem a jednotlivců. Navíc mohou falešné zprávy snížit důvěru lidí v instituce a vládu, což může mít dlouhodobé dopady na ekonomiku. To znamená, že když

lidé nevěří informacím, které dostávají od vlády nebo firem, mohou být opatrnější při utrácení peněz nebo investování, což ovlivňuje celkový stav ekonomiky.

Brianna (2020) tvrdí, že falešné zprávy mohou působit značným vlivem na to, jak funguje naše společnost, včetně politiky a globální politiky. Mohou ovlivnit účinnost programů, kampaní a iniciativ, které se snaží zlepšit životy, povědomí a celkový blahobyt. Abychom se bránili falešným zprávám, je klíčové zajistit, že informace, které přijímáme, jsou spolehlivé a důvěryhodné. Toho můžeme dosáhnout tím, že prověrujeme fakta ve zprávách, kontrolujeme zdroje a přistupujeme k informacím kriticky, zejména když se zdají být příliš dobré (nebo špatné), než aby byly pravdivé.

Dezinformace může vážně ovlivnit důvěru veřejnosti v média a státní instituce. Používá se k ovlivňování toho, jak lidé diskutují, formují si názory a rozhodují o politických otázkách. Rychlost a objem dezinformací dnes zdánlivě eskalují jejich účinnost a často způsobují, že lidé jsou více frustrovaní, vystrašení nebo zmatení. Tento jev zvyšuje jejich zranitelnost vůči manipulaci a vytváří cyklus klesající důvěry ve spolehlivé informační zdroje, což někteří nazývají „koroze pravdy“ (Jackson, 2018).

Dle Kopeckého et al. (2022: 5) dopady dezinformací na společnost zahrnují vyvolávání strachu, sníženou důvěru ve zpravodajství, a dokonce riziko ohrožení zdraví. Dezinformace mohou také ovlivnit politické preference voličů, podporovat rozvoj extremistických postojů a násilí. Jayakumar et al. (2021: 25) zdůrazňuje, že stále více lidí se omezuje pouze na čtení nadpisů článků a případně k nim připojených vizuálních prvků, aniž by věnovali pozornost původnímu zdroji příběhu a pečlivě si přečetli celý text zprávy. Toto selektivní čtení výrazně zvyšuje emoční zpracování zpravodajských témat a současně přispívá k růstu „emocionálních“ příběhů.

3.3 Strategie dezinformačních kampaní

Dezinformační kampaně jsou složité a často účinné nástroje v informačních válkách a politice. Jejich cílem může být ovlivnění veřejného mínění, vyvolání zmatku, diskreditace politických soupeřů nebo změna politického směru. Používají se různé strategie, jako je klamání prostřednictvím sociálních médií, nástroje umělé inteligence nebo manipulace s daty. Důležitým prvkem je neustálé šíření zpráv s cílem ovlivnit co nejvíce lidí. Dezinformační kampaně mohou provádět státy, politické skupiny, zahraniční subjekty i jednotlivci s různými motivacemi.

Subjekty pracující s dezinformacemi dle *The Cybersecurity and Infrastructure Security Agency* (2022) využívají řadu strategií a metod k provádění informačních operací a šíření falešných narativů, které ohrožují kritickou infrastrukturu. Každá z těchto strategií je vytvořena tak, aby poskytovala větší důvěryhodnost zprávám dezinformačních aktérů nebo k manipulaci jejich publika směrem k určitému cíli. Jejich cílem je často snaha o rozdělení určité skupiny na základě politických či sociálních témat.

Podle *The Cybersecurity and Infrastructure Security Agency* (2022) dezinformační kampaně často zaplaví internet velkým množstvím obsahu, který opakuje stejnou nebo velmi podobnou zprávu. Tento obsah pochází z různých falešných účtů, kterým se přezdívá „*boti*“, které buď vytvořily počítačové programy, nebo lidé ve skupinách specializovaných na šíření dezinformací, jež se nazývají „*trollí farmy*“. Tím, že se lidé stále setkávají s tímto stejným sdělením, začnou ho vnímat jako populární a rozšířené, což zvyšuje pravděpodobnost toho, že mu uvěří. Tato strategie se nazývá „*astroturfing*“ a vytváří dojem, že dané zprávě či názoru fandí mnoho lidí, ačkoliv ve skutečnosti pochází z nepravdivých nebo skrytých zdrojů.

The Cybersecurity and Infrastructure Security Agency (2022) rozčlenil strategie dezinformačních kampaní na:

- **Vytváření falešných nebo zavádějících osobností nebo webových stránek**

Dezinformační aktéři zakládají falešné osoby a webové stránky s cílem zvýšit důvěryhodnost svého sdělení u své cílové skupiny. Tyto falešné sítě expertů využívají nepravdivé subjekty, jako jsou například falešní odborníci, novináři, nebo akademické instituce, aby váha jejich obsahu byla přesvědčivější.

- **Vytvoření „*deepfakes*“ a syntetických médií**

Syntetický mediální obsah zahrnuje materiály jako fotografie, videa a zvukové záznamy, které buď byly digitálně upraveny nebo úplně vytvořeny tak, aby oklamaly diváka. Díky nástrojům umělé inteligence (AI) je takový syntetický obsah téměř nerozlišitelný od skutečných snímků. Tento druh mediálního obsahu se někdy využívá v dezinformačních kampaních k šíření falešných informací a manipulaci s publikem.

- **Vymýšlení anebo podporování konspiračních teorií⁵**

Konspirační teorie se snaží vysvětlit významné události jako tajné spiknutí vlivných osob. Tyto teorie nejen ovlivňují, jak jednotlivci chápou určitá témata, ale mohou také

⁵ více v kapitole 3.1.3

formovat a ovlivňovat jejich celkový pohled na svět. Aktéři dezinformací využívají konspirační teorie tím, že vytvářejí dezinformační příběhy, které korespondují s konspiračním světonázorem, což zvyšuje pravděpodobnost, že tito aktéři osloví svou cílovou skupinu.

- **Zneužívání nedostatku informací k šíření nepravd**

Datové mezery, nebo také informační mezery, vznikají, když není k dispozici dostatek spolehlivých informací pro uspokojení konkrétního vyhledávacího dotazu. Aktéři dezinformací mohou využít těchto mezer tím, že vytvářejí vlastní vlivný obsah a propagují vyhledávací frázi na sociálních médiích, což motivuje lidi k jejímu vyhledání. Tímto způsobem se zvyšuje pravděpodobnost toho, že publika narazí na dezinformační obsah, aniž by měla k dispozici přesné nebo důvěryhodné výsledky vyhledávání, které by ho mohly vyvrátit.

3.4 Ekonomická situace v ČR v letech 2022–2023

Válka na Ukrajině měla a stále má velký dopad na celosvětovou ekonomiku. To vedlo k významnému zvýšení cen energie a potravin a také k narušení dodavatelských řetězců. Vzhledem k vysoké závislosti evropských států, včetně České republiky, na dovozech zemního plynu a ropy z Ruska došlo po začátku invaze k vážným dopadům v Evropě. Nárůst nejistoty a obav o budoucnost skokově zvýšil ceny paliv. V první polovině roku 2022 došlo k výraznému zdražení benzínu a nafty, což vedlo k tomu, že česká vláda musela snížit spotřební daň na motorovou naftu (Seznam Zprávy, 2023).

Tuto skutečnost zanalyzoval Český statistický úřad (2023: 41–43) ve svých souhrnných datech o vývoji ekonomiky v České republice. V průběhu roku 2022 měla válka na Ukrajině značný vliv na rychlý růst cen energie a paliv. Tento cenový nárůst postupně pronikl do celé české ekonomiky a stáhl ji do fáze ekonomického poklesu. Tyto vlivy se původně negativně projevovaly především na straně výdajů státního rozpočtu, a to prostřednictvím vyšších sociálních transferů (včetně těch spojených s přílivem uprchlíků z Ukrajiny), nárůstem nákladů na energie pro domácnosti, zvýšenými náklady na běžný provoz státního aparátu a zdražením plánovaných investic. Na konci roku však byl stále více patrný negativní dopad těchto událostí i na příjmy státního rozpočtu, zejména pokles nepřímých daní. ČSÚ rovněž konstatoval, že celkové příjmy i výdaje za celý rok zůstaly pod očekáváním rozpočtu (oba s poklesem o 3,7 %). V roce 2022 došlo k mírnému meziročnímu zvýšení celkových výdajů státního rozpočtu o 4,1 %, což představuje 77,8 miliardy korun.

Toto zvýšení bylo zejména důsledkem nárůstu běžných výdajů, které činily 68,2 miliardy korun, zatímco investice zůstaly na nižší úrovni. Během roku 2022 bylo čerpání výdajů charakterizováno nerovnoměrností. V prvním čtvrtletí bylo omezeno rozpočtovým provizoriem, ale poté se objevila potřeba mimořádných výdajů v důsledku války na Ukrajině, což zahrnovalo zahraniční pomoc, náklady na integraci uprchlíků v Česku a krizový management v oblasti státních materiálních rezerv. K fiskální expanzi přispívaly i rostoucí dopady inflace v České republice, které byly zesíleny neočekávaně strmým růstem cen energií na světových trzích v srpnu. To vedlo k potřebě upravit důchody a sociální dávky a zavést úsporný energetický tarif pro domácnosti.

Dle Evropské komise (2022) hospodářský výhled zůstává velmi nejistý, protože válka na Ukrajině pokračuje a ekonomika stále čelí potenciálu dalších problémů. Největší hrozbou je nepříznivý vývoj na trhu s plynem a riziko jeho nedostatku. Zejména v zimním období 2023–2024. Vedle problémů s plynem je EU stále vystavena dalším otřesům na komoditních trzích následkem geopolitického napětí.

Ekonomika České republiky za první polovinu roku 2023 vykazuje stagnaci s mírným poklesem o 0,3 % ve třetím čtvrtletí 2023, což naznačuje, že stále nedosáhla úrovně před rokem 2020. Pro rok 2023 se očekává pokles hrubého domácího produktu (HDP) o 0,5 % v důsledku vysoké inflace, která ovlivňuje reálnou spotřebu domácností a investiční aktivity. V roce 2024 se předpokládá růst ekonomiky o 1,9 %, především díky obnovenému růstu spotřeby domácností, soukromým investicím a expanzi exportních trhů, ačkoliv dopady konsolidačního balíčku mírně tlumí tento růst. Nedostatek pracovníků na trhu práce udržuje míru nezaměstnanosti stabilní, ačkoliv růst mezd zaostává za inflací, což snižuje reálné příjmy obyvatel. Běžný účet platební bilance vykázal schodek ve výši 4,3 % HDP ve druhém čtvrtletí 2023, ale díky odeznívání cenových tlaků v průmyslu a energetice se očekává návrat kladných čísel. Hospodaření vládních institucí reflektuje mimořádné příjmy a výdaje související s energetickou krizí a pomocí ukrajinským uprchlíkům. Deficit hospodaření by se měl snížit v roce 2024, i když nastavená fiskální politika povede k růstu zadlužení. Makroekonomická predikce je zatížena různými riziky, včetně výpadků dodávek zemního plynu a ropy z Ruska, obnovení problémů v dodavatelských řetězcích a možného nárůstu cen energií. Na pozitivní straně může mít vliv mimořádný nárůst úspor domácností a úspěšná integrace uprchlíků z Ukrajiny (Ministerstvo financí ČR, 2023a).

3.5 Role sociálních sítí v šíření dezinformací

Lidé stále častěji získávají informace ze sociálních sítí oproti klasickým médiím, čímž zásadně roste role sociálních sítí jakožto informačních kanálů. Tento efekt přispívá k tomu, že účel sociálních sítí přestává být vnímán jako čistě zábavný a nabývají tak na důležitosti kvůli široké škále obsahu, který jsou schopné nabídnout. Toto je potvrzeno přesunem všech seriózních mediálních domů na velké sociální sítě jako je Facebook, X (dříve Twitter) či TikTok. Sociální sítě mají zásadní vliv nejen na to, jakým způsobem je dnes vnímáno zpravodajství, ale i na to, jak je podáváno. Informace o událostech jsou přenášeny téměř okamžitě, ve velkém množství a kýmkoliv, což vytváří prostředí, které je pro běžné konzumenty zpravodajství stále obtížnější na orientaci mezi tím, co je fakt a co není. Moderní technologie, zejména internet a sociální média, umožňují dosáhnout dosud nepředstavitelných úrovní dosahu a interakce. Během krátké doby může specifická informace dosáhnout a zapůsobit na desetitisíce, ba i miliony lidí po celém světě. Osobní narativy a zkušenosti jsou integrovány do kolektivního povědomí a jsou dále obohacovány interakcemi s ostatními jedinci. Tím dochází k vytváření komplexních sítí sdílení informací a názorů, které formují a ovlivňují rozhodovací procesy a preference ve společnosti (Kozel, et al., 2011: 58–60).

Podle Brianna (2020: 21–25) vzestup sociálních médií znamená, že se možnosti vytváření a šíření zpráv staly demokratičtější. Tradiční tištěná média rychle přešla do online podoby a sociální sítě jako Facebook, Instagram, YouTube a X jsou teď silnými zdroji nejen zpráv, ale i zábavy. Tím vznikla globální komunita propojených lidí, ale současně to přineslo i rozšíření falešných zpráv.

Přesto, že jsou sociální sítě stále více využívány jako legitimní zdroje informací, jako například tištěná či online média, jejich forma společně s lidskou povahou podporuje šíření zajímavějšího a zábavnějšího obsahu, který ne vždy je pravdivý. Například studie zaměřená na šíření dezinformací na síti X dokazuje, že nepravdivé informace se šíří až šestkrát rychleji než informace pravdivé. K tomu dochází převážně proto, že smyšlená informace pravděpodobněji zaujme pozornost čtenářů díky jejímu faktoru senzace či překvapení (Vosoughi et al., 2018: 1146–1151).

V *The Integrity Institute* jsou monitorovány dezinformace na sociálních mediálních platformách, aby bylo zhodnoceno, do jaké míry přispívají sociální sítě k šíření dezinformací. Dle jejich analýzy reakce platforem na dezinformace mohou být proměnlivé. Zesilování dezinformací stoupá především během klíčových důležitých událostí. Naopak

jejich popularita klesá, pokud sociální média provedou designové změny, které vedou k omezení šíření dezinformací. Dle výzkumu dezinformace dosáhnou 90 % interakce během jednoho dne. To znamená, že faktická kontrola pravdivosti přichází až poté, co příspěvek dosáhl většiny své interakce (Allen, 2022).

I přes to, že Facebook má rozsáhlý program pro omezení šíření dezinformačního obsahu, *Misinformation Amplification Factor* (MAF) zůstává kolem čtyř. MAF vyjadřuje poměr mezi skutečným množstvím interakcí, které získá příspěvek s dezinformacemi a očekávaným množstvím interakcí na základě historického výkonu obsahu od stejného tvůrce. Jak zjistil institut, Facebook má nejvíce případů dezinformací, nicméně nejsou šířeny tak intenzivně jako na síti X kvůli složitějšímu procesu sdílení příspěvků (Allen, 2022).

Síť X a TikTok mají nejvyšší MAF díky silným mechanismům pro „virálnost“. U X je pro *retweet* (sdílení) potřeba jedno kliknutí a potvrzení. Naopak sdílení příspěvku na Facebooku vyžaduje více kroků, včetně výběru metody sdílení a přidání komentáře. Jednodušší sdílení na síti X umožňuje dezinformaci šířit se dále, než jaký je skutečný dosah sledujícího účtu, který ji zveřejnil (Allen, 2022).

Platforma TikTok představuje ve světě sociálních sítí novum, jelikož funguje na bázi sdílení krátkých videí, které jsou uživatelům navrhovány na základě pokročilých algoritmů pro doporučování obsahu. Díky tomuto systému se uživatel snadno obklopí obsahem, který pro něj platforma vyhodnotí jako žádoucí. Takzvané trendy, které mohou na TikToku rychle nabrat na popularitě díky algoritmickému doporučování obsahu, se mohou týkat čehokoliv od módy až po politické názory, včetně militantních ideologií.

Na TikToku se snadno šíří nepravdivé informace, protože krátká videa a popularita tvůrců mohou vytvářet dojem odbornosti, která ve skutečnosti neexistuje. Omezená délka videí na tři minuty, kdy většina z nich trvá méně než 45 sekund, znemožňuje poskytnout dostatek kontextu nebo vést hlubokou diskusi. Studie od López et al. (2021: 65–84) naznačuje, že TikTok představuje prostředí, které umožňuje šíření dezinformací díky svým charakteristikám jakožto svěží vizuální platforma s obsahem, který se snadno šíří a stává se virálním.

Nedávný výzkum od Hern (2022) přinesl alarmující zjištění ohledně TikToku o jeho schopnosti rychle šířit nepravdivé informace. Studie ukázala, že nový uživatel, který se přihlásí na TikTok a začne procházet obsah na téma ukrajinského konfliktu, je vystaven riziku setkání s falešnými a zavádějícími informacemi během krátké doby. Během výzkumu bylo zjištěno, že algoritmicky řízená stránka „*For You*“ na TikToku má tendenci směřovat

uživatelé k obsahu, který není jen nepravdivý, ale může být i zavádějící a manipulativní. Tato skutečnost byla zdůrazněna tím, že nový účet byl během 40 minut vystaven obsahu, který nedokázal rozlišit mezi důvěryhodnými a dezinformačními zdroji.

Dezinformátoři na TikToku využívají atraktivní titulky, neformální jazyk a emotivní prvky k přilákání uživatelů. Tyto strategie jsou zaměřeny na zvýšení zvědavosti uživatelů a často obsahují přehánění nebo klamavý obsah slibující významná odhalení, zveřejnění skandálů nebo nabízení zázračných řešení. Hlavním cílem je vyvolat pocit naléhavosti, který podněcuje uživatele k interakci a kliknutí, aniž by prováděli hlubší analýzu obsahu (Capitol Technology University, 2023).

V roce 2020 se šířilo video s nepravdivým tvrzením, že konzumace česneku může chránit před COVID-19, ačkoliv neexistovaly žádné vědecké důkazy. V roce 2021 další video nepravdivě tvrdilo, že očkování proti COVID-19 způsobuje magnetický efekt, což vedlo k pochybnostem a odmítání očkování některými lidmi. Mnoho videí rovněž šířilo tvrzení, že technologie 5G způsobuje rakovinu (Gierson et al., 2021; Capitol Technology University, 2023). Podle výzkumu Karipidis et al. (2021: 585–605) není dosud žádný přesvědčivý důkaz o škodlivých účincích nízkofrekvenčních RF polí nad 6 GHz, jako jsou ty využívané v síti 5G, na lidské zdraví. Epidemiologické studie zaměřené na expozici radaru a používání mobilních telefonů neprokázaly signifikantní zvýšení rizika rakoviny nebo jiných zdravotních problémů.

V listopadu roku 2023 se na platformě během pár dní mezi miliony uživatelů rozšířila ideologie Usámy Bin Ládina, bývalého vůdce teroristické organizace al-Káida (Chasan, 2023; Tolentino, 2023). Videá s proti-americkou ideologií se sice na síti šířila jen pár dní, než byl hashtag *#lettertoamerica* zablokovan, ale v kontextu říjnového teroristického útoku na Izrael tato instance demonstrovala rychlost a efektivitu, jakou lze na TikToku rozšířit nenávistnou ideologii mezi tak široké publikum.

3.6 Prevence

Preventivní opatření proti dezinformacím má klíčový význam při ochraně jednotlivců i společnosti před potenciálně škodlivými důsledky manipulativních informací. Jedním z hlavních přístupů je podpora kritického myšlení a zdrojové analýzy. Jednotlivci by měli být schopni aktivně vyhodnocovat informace, ověřovat jejich původ a kontext, což je klíčové pro odhalení dezinformačních kampaní a manipulace. Důležitým aspektem je rovněž rozvoj mediální gramotnosti, která poskytuje lidem schopnost lépe porozumět různým

formám médií a identifikovat manipulativní techniky používané k šíření dezinformací. Edukace a osvěta hrají zásadní roli při posilování schopnosti jednotlivců rozpoznávat a odhalovat dezinformace, čímž se přispívá k vyšší odolnosti společnosti vůči šíření klamných informací.

V této oblasti působí od 1. ledna 2017 Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, které spadá pod Ministerstvo vnitra České republiky. Centrum je pracoviště, které má za úkol monitorovat a reagovat na různé formy terorismu, radikalizace a hybridních hrozeb, včetně kybernetických útoků, dezinformací, teroristických útoků a dalších bezpečnostních hrozeb. Centrum sleduje a analyzuje identifikované problémy. Navrhuje praktická a legislativní řešení, která mohou být provedena, pokud je to potřeba. Současně se snaží informovat a vzdělávat jak občany, tak odbornou veřejnost o těchto problémech prostřednictvím odborných informací a osvětových aktivit (Ministerstvo vnitra České republiky, 2023).

Rozpoznáním dezinformací se zabývá autorka Naja Bentzen (2019), která tvrdí, že sociální média a nástroje pro personalizaci obsahu usnadňují šíření nepravdivých příběhů. Ty často využívají emoce, aby přilákaly pozornost a získaly sledovanost na sociálních sítích občanů, a to buď z ekonomických nebo ideologických důvodů. Dokonce i mladí lidé, kteří jsou dobře seznámeni s digitálním prostředím, podle ní mají problém rozpoznat nepravdivé informace. Bentzen proto navrhuje několik bodů, kterými by se měl uživatel řídit, aby efektivně rozpoznal důvěryhodné zdroje informací od těch nedůvěryhodných. Autorka klade důraz na kontrolu daného autora či média, dále také na použité zdroje a obrázky. V neposlední řadě zdůrazňuje, aby se uživatelé před sdílením daného obsahu zamysleli, zda jsou si jisti, že je obsah důvěryhodný a mohou ho šířit dále, či zda v tématu nejsou něčím zaujatí.

Níže popsany přístup nastiňuje 4 pilíře, jak by EU podle Pammenta (2020: 15) měla postupovat v další fázi své politiky v oblasti dezinformací, zejména v rámci Evropského akčního plánu pro demokracii. Tento přístup definuje směr a hlavní možnosti, které by měly být zohledněny v reakci na budoucí hrozby. Zakládá se na čtyřech základních pilířích, které vycházejí z uvedených principů a tvoří jednotný přístup, který je relevantní pro současné a blízké hrozby:

- **Nový přístup k terminologii**

Přístup představuje implementaci jasně definované terminologie a pravidel pro užívání termínů spojených s Evropskou unií a fenoménem dezinformací. Zároveň by měla být přenesena

odpovědnost za definici těchto termínů a oblastí práce na konkrétní instituce EU, což by mělo za následek zvýšenou transparentnost a efektivitu v oblasti řízení informací.

- **Nová asertivita**

Asertivita je spojena s vývojem aktivních strategií, které mají za cíl odstrašit uživatele od šíření dezinformací a manipulativního vměšování. Tímto způsobem by mohla EU lépe reagovat na nekalé praktiky a posílit svou pozici v digitálním prostředí.

- **Nový konzultační proces**

Proces obsahuje opatření, jež nezahrnují legislativní kroky, ale soustředí se na posílení kapacit digitálních platform k ochraně uživatelů před dezinformacemi. Tím by se podporovala spolupráce mezi různými aktéry a vytvořilo se tak prostředí odolné vůči šíření nepravdivých informací.

- **Nový regulační režim**

V režimu je zahrnuto provádění nezávislých kontrol klíčových aspektů funkcí online platform, s důrazem na transparentnost dat. Tato opatření by měla zvýšit důvěru veřejnosti v digitálním prostředí a pomoci omezit šíření dezinformací.

Podle Colomina et al. (2021: 6–49) má Evropská unie několik možností, jak lépe zdůraznit lidskoprávní aspekt v boji proti dezinformacím. Za prvé, může začlenit problematiku dezinformací do svých vnějších politik zaměřených na lidská práva a demokracii a věnovat jí větší pozornost. Za druhé, může EU využít osvědčené postupy z celého světa k vytvoření plně rozvinutého lidskoprávního přístupu k boji s dezinformacemi, který by se zaměřil na podporu lidských práv a aktivní postoj vůči dezinformacím. Za třetí, mohla by nabídnout větší pomoc třetím zemím při ochraně lidských práv, a tím přispět k jejich větší odolnosti vůči dezinformacím. Nakonec může EU pracovat na různých úrovních problému s dezinformacemi s cílem napravit stávající nedostatky a zlepšit celkový přístup k této problematice.

Zaloga (2022: 59) zdůrazňuje důležitost změny role médií v boji proti dezinformacím. Navrhuje, aby média poskytovala spolehlivé informace o událostech a ukazovala občanům optimální chování v daných situacích. Klíčovým prvkem v boji proti dezinformacím je vytvoření politiky médií a strategie spolupráce mezi vládou a médii. Tato spolupráce umožní sjednocené úsilí v potírání dezinformací a snižování jejich dopadu na společnost. Zaloga rovněž zdůrazňuje nutnost posílení opatření na internetu, zejména na sociálních médiích. Ti, kteří mají odpovědnost za bezpečnost země, by měli využívat

vzdělávací online kampaně, což může zmírnit veřejný pocit ohrožení a strachu z různých hrozeb, jako jsou vojenské, ekonomické nebo teroristické.

Technologické společnosti bojují proti šíření falešných zpráv dvěma hlavními způsoby: buď snižují důvěryhodnost falešných informací, nebo varují uživatele. K tomu využívají moderní technologie jako umělou inteligenci, strojové učení a analýzu textu. Také se opírají o lidské ověřování faktů, aby odhalily problematické zprávy. Nicméně je obtížné předpovědět, jak úspěšné tyto snahy budou v budoucnosti. Pro firmy je důležité sledovat situaci kolem falešných zpráv na sociálních médiích, webových stránkách i v politice a přijímat opatření k minimalizaci rizik a udržení dobré pověsti (Heikkinen, 2021).

Brianna (2020: 21–25) nabízí několik tipů, jak zajistit, že informace, které čteme, jsou spolehlivé a důvěryhodné, obzvláště v době, kdy je k dispozici příliš mnoho informací. Doporučuje, abychom zkontrolovali fakta ve zprávách, zjistili, kdo je zpravodajským zdrojem a byli kritičtí vůči informacím, které se zdají příliš dobré nebo příliš špatné na to, aby byly pravdivé. Důležité je také, abychom si uvědomili naše vlastní předsudky a snažili se najít různorodé pohledy na daná témata. Kromě toho můžeme podporovat uznávané zpravodajské organizace a novináře, kteří dodržují etické standardy a redakční směrnice.

Rutherford (2023: 5) poskytuje několik příkladů strategií, které mohou společně buď omezit zdroje falešných informací nebo posílit schopnost jednotlivců lépe rozumět a odolávat šíření dezinformací. V důsledku toho lze zlepšit kvalitu informací v médiích a umožnit jednotlivcům lépe rozlišovat mezi pravdivými a nepravdivými tvrzeními. Celkově tyto kroky posilují odolnost společnosti vůči škodlivým vlivům dezinformací a přispívají k vyšší informační gramotnosti.

Vytvoření online platformy, kde uživatelé mohou společně ověřovat informace a označovat obsah jako nepravdivý či zavádějící, představuje klíčový nástroj v boji proti dezinformacím. Tato iniciativa slouží jako komunitní prostředek pro sdílení ověřených informací a zvyšování povědomí veřejnosti o rizicích spojených s dezinformacím.

Implementace pravidel na sociálních sítích, která snižují odměny nebo výhody spojené se šířením dezinformací a nesprávných informací, představuje další krok směrem k omezení negativního dopadu dezinformací. Tímto opatřením lze motivovat uživatele k zodpovědnějšímu chování online a vytvořit prostředí podporující sdílení důvěryhodných informací.

Podpora programů, které zvyšují mediální gramotnost a kritické myšlení, je nezbytná pro posílení poptávky po spolehlivých informacích. Tím lze zvýšit schopnost veřejnosti

rozpoznat a interpretovat pravdivé informace od dezinformací, přičemž se zohledňují kulturní kontexty a individuální preference.

Legislativní opatření, která trestají šíření záměrně nepravdivých informací, poskytují právní rámec pro boj proti dezinformacím. Tato opatření vytvářejí odpovědnost a odstrašující efekt pro jedince či entity, které se snaží zneužít informačních kanálů k šíření dezinformací.

Rozvoj umělé inteligence zaměřený na rozpoznávání a odstraňování dezinformačního obsahu posiluje technologickou stránku boje proti šíření nepravdivých informací. Tímto způsobem mohou být identifikovány a eliminovány problematické obsahy efektivněji, což přispívá ke zvýšení kvality dostupných informací online.

4 Empirická část práce

Analýza dat v empirické části této diplomové práce je zaměřena na vyhodnocení kvantitativního dotazníkového šetření, které zkoumá respondentovo vnímání dezinformací v českých médiích v kontextu ekonomické situace České republiky.

V rámci empirické části je proveden rozbor dezinformačních příspěvků, jež se aktivně šířily prostřednictvím sociálních sítí. Tento rozbor je založen na pevně podložených faktech, které slouží k systematickému vyvracení dezinformací a k poskytnutí objektivního pohledu na problematiku. Analýza těchto dezinformací má za cíl odhalit jejich povahu, rozsah a dopady na veřejný diskurz. Její výsledky jsou klíčové pro lepší porozumění informačnímu prostředí současné společnosti.

Praktická část práce se dále zaměřuje na analýzu nejčastěji užívaných negativních klíčových slov v příspěvcích či komentářích souvisejících s aktuální situací v České republice. K tomuto účelu byl využit webový nástroj *BrandMentions*, který je primárně navržen pro sledování značek a monitorování obsahu na sociálních médiích, webových stránkách, fórech, blogových příspěvcích a dalších online zdrojích. Tento nástroj umožňuje uživatelům sledovat výskyt jejich značky na internetu, monitorovat diskuse týkající se dané značky a získávat informace o vnímání značky ze strany veřejnosti. Dále poskytuje možnost reagovat na jakékoli formy zpětné vazby, ať už pozitivní či negativní.

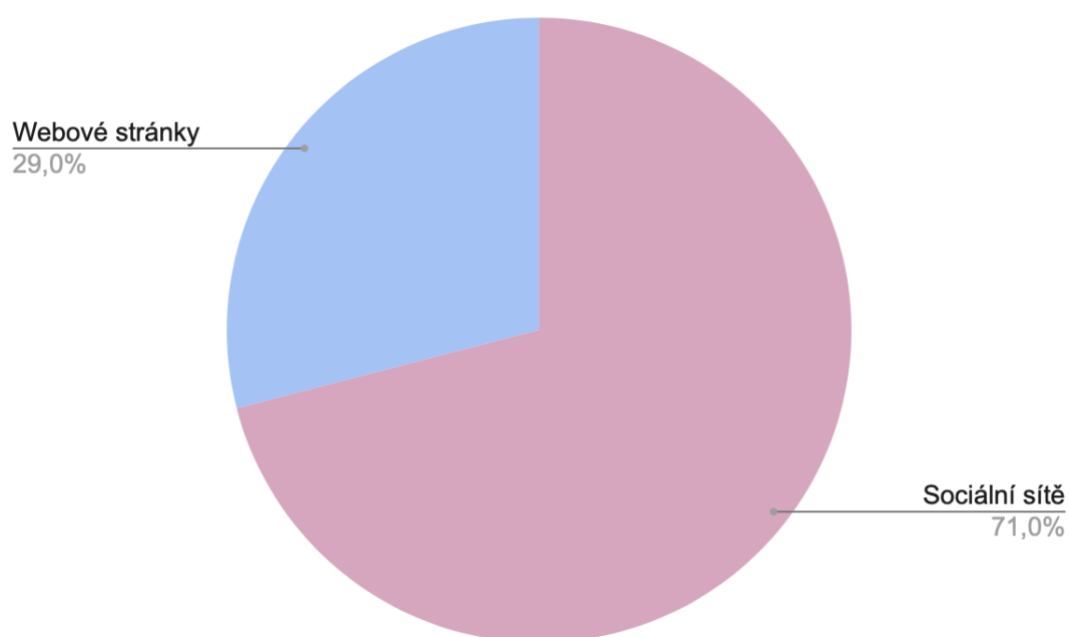
Je třeba zdůraznit, že *BrandMentions* se ukázal jako účinný nástroj pro získání statistických dat, které byly podrobně analyzovány a prezentovány v kapitole 4.1. Tato analýza vychází z informací shromážděných z různých online zdrojů.

4.1 Analýza klíčových slov

Četnost výskytu klíčových slov je důležitým prvkem pro pochopení trendů a relevantních témat v daném kontextu. Tento aspekt je s dezinformacemi vzájemně provázaný – čím častěji se určité klíčové termíny objevují, tím vyšší je pravděpodobnost, že budou využity k šíření dezinformací. Identifikace četných slov a frází umožňuje také analýzu segmentu a účelu spojeného s danými informacemi. Například v politických kampaních mohou být určitá slova opakovaně použita k ovlivňování veřejného mínění či k přehánění důležitosti konkrétních témat. Analýza četnosti klíčových slov představuje stěžejní nástroj pro odhalení a pochopení dezinformací v různých kontextech.

V kontextu analýzy četnosti klíčových slov a dezinformací by bylo vhodné zmínit také pojem „*echo chambers*“. Termín je používán k popisu situace, kdy jsou lidé vystaveni pouze informacím, které potvrzují jejich existující názory a přesvědčení, což vede k posilování těchto přesvědčení a vytváření izolovaného prostředí, kde se alternativní názory neobjevují nebo jsou aktivně odmítány⁶. V rámci analýzy klíčových slov by se „*echo chambers*“ mohl projevovat opakovaným používáním určitých frází nebo slov v rámci uzavřených skupin či komunit, což může dále posilovat a šířit dezinformace.

Graf 5 Výskyt klíčových slov

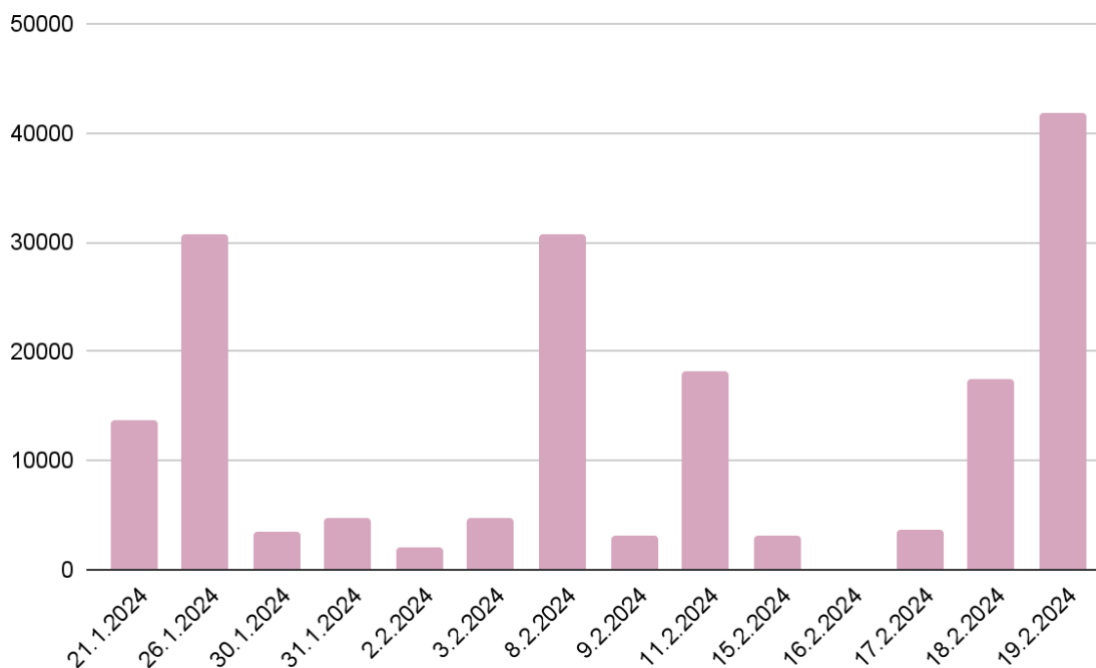


Zdroj: vlastní zpracování dle BrandMentions (2024)

Vymezená klíčová slova: „přetidemolice“, „fialova chudoba“, „fialova drahota“ a „fialovej hnus“ byla monitorována prostřednictvím uvedené online platformy v časovém úseku od 20. ledna 2024 do 19. února 2024. Z grafu 5 vyplývá, že tato klíčová slova převažujícím způsobem figurovala na sociálních sítích, zejména na platformách jako X, Facebook, TikTok a Instagram (71 %). Dále bylo pozorováno jejich významné zastoupení na webových stránkách (29 %), především na Pravém prostoru, Parlamentních listinách a Zvědavec News.

⁶ viz kapitola 3.1.4

Graf 6 Počet shlednutí klíčových slov

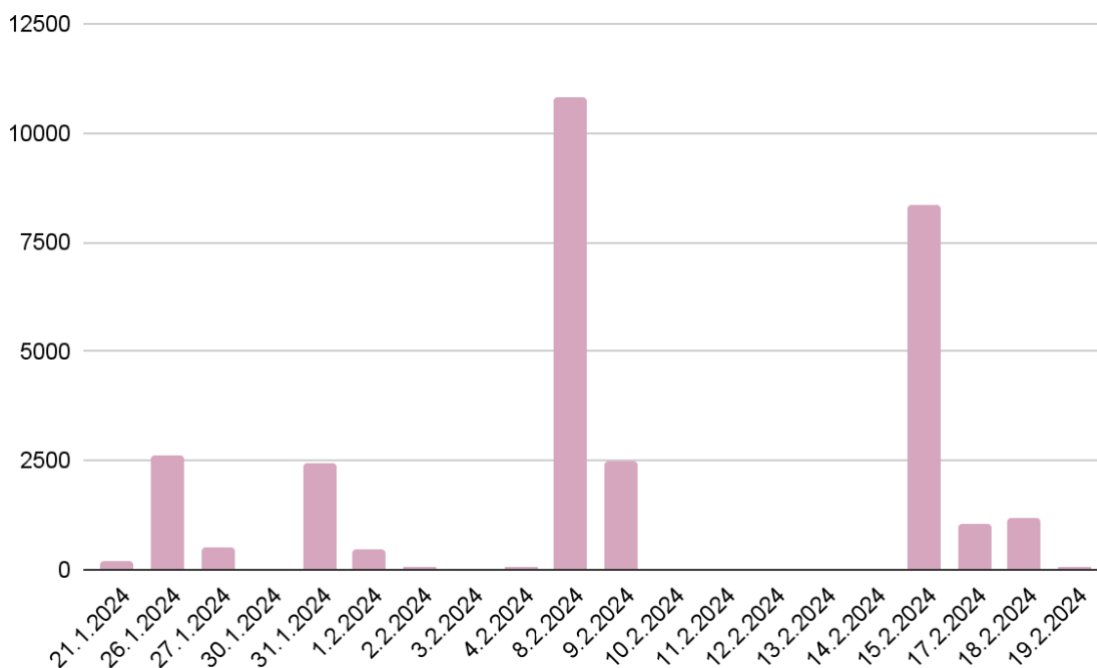


Zdroj: vlastní zpracování dle BrandMentions (2024)

Graf 6 ilustruje dynamiku počtu shlednutí klíčových slov v určitém časovém období. Nejvýznamnější událostmi zaznamenanými v grafu jsou data 26. 1. 2024, 8. 2. 2024 a 19. 2. 2024, kdy dosáhl počet shlednutí svých maximálních hodnot. Shlednutí v období 17–19. 2. 2024 se týkala ve vysoké míře příspěvků souvisejících s Protestem zemědělců v Praze. V pondělních ranních hodinách (19. 2.) dorazily do Prahy stovky traktorů a další zemědělské techniky, přičemž zemědělci takto vyjádřili svůj nesouhlas s Green Dealem⁷, který podle jejich názoru snižuje produkci českého zemědělství a vede k nedostatku domácích potravin na trhu. Premiér Petr Fiala zdůraznil, že akci pořádali jednotlivci, kteří se mj. nezdrahají vyjádřit podporu Kremlu a mají jen omezenou vazbu k boji za zlepšení podmínek zemědělců (Horáček, 2024; Menšík, 2024).

⁷ Zelená dohoda pro Evropu představuje komplex politických iniciativ, jejichž hlavním cílem je vést Evropskou unii k ekologické transformaci s úsilím dosáhnout klimatické neutrality do roku 2050 (Evropská rada a Rada EU, 2023).

Graf 7 Počet interakcí



Zdroj: vlastní zpracování dle BrandMentions (2024)

Graf 7 představuje analýzu interakcí spojených s klíčovými slovy v daném období. Zaznamenány jsou dva významné vrcholy v počtu interakcí, které nastaly dne 8. 2. 2024 a 15. 2. 2024.

4.2 Rozbor příspěvků na sociálních sítích

Dezinformace na sociálních sítích mají široké dopady na společnost, od ovlivňování veřejného mínění až po narušení důvěryhodnosti médií a institucí. Proto je nezbytné se zaměřit na identifikaci, analýzu a vyvracení dezinformací, které se na těchto platformách šíří. Tato kapitola se zabývá rozбором sedmi konkrétních tvrzení, která byla identifikována jako dezinformace prostřednictvím ověřených zdrojů. Konkrétně se zaměřuje na sociální síť X (dříve Twitter), TikTok a Facebook, které patří mezi jedny z nejvýznamnějších kanálů pro šíření informací v digitálním prostředí.

Cílem této kapitoly je poskytnout užitečný vhled do problematiky dezinformací na sociálních sítích a ilustrovat význam kritického myšlení a ověřování faktů v digitálním prostředí.

4.2.1 Příspěvky na sociální síti X

„Nástupem vlády Fialy máme nejen extrémní nárůst chudoby a sebevražd, díky jejich podpoře ukrajinských nacistů na úkor českých občanů, ale taky fenomén v podobě NEústavního soudu a soudního systému, který protěžuje kriminalitu a současně kriminalizuje režimu nepohodlné občany”⁸ (Lisková, 2024a).

Dle Národního ústavu duševního zdraví (2023) v České republice skutečně v roce 2022 přibýlo sebevražd. Souvislost s nástupem vlády Petra Fialy je však velmi zavádějící. Jedním z důvodů 6,5% nárůstu sebevražd mohou stále být negativní dopady pandemie na duševní zdraví, jak experti z Národního ústavu duševního zdraví dále upozorňují. Tyto problémy mohly být prohloubeny následnou energetickou krizí v důsledku války na Ukrajině.

Tvrzení, že bylo ukrajinským uprchlíkům pomáháno na úkor českých občanů, zaznívá velmi často. Dle výzkumu agentury STEM (2023) je 67 % Čechů do určité míry přesvědčeno, že stát pomáhá ukrajinským uprchlíkům více než Čechům. Od března do října roku 2022 vydala vláda pro pomoc ukrajinským uprchlíkům 19 miliard korun, kdežto na pomoc v nezaměstnanosti v tomto období vyplatila 8 miliard a na ostatní dávky 95 miliard (Hromková a Klézl, 2022). Uprchlíci přitom na tyto dávky nárok nemají, čerpají je tedy výhradně čeští občané. Navíc v druhé polovině roku 2022 vláda schválila jednorázový příspěvek na dítě ve výši 5 000 Kč, mohlo o něj žádat více než milion rodin (Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2023a). Z těchto dat je tedy zřejmé, že Ukrajincům nebylo pomáháno na úkor českých občanů, ale finance na tuto pomoc byly vyčleněny samostatně (Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2023b; Svoboda, 2023). Výdaje na humanitární dávky a jinou pomoc uprchlíkům navíc neměly negativní dopad na výdaje na důchody, které v roce 2023 meziročně vzrostly celkem o 83,3 miliard Kč (Ministerstvo financí České republiky, 2023b: 25). Počet žadatelů o humanitární pomoc navíc postupně klesal, včetně počtu uprchlíků, kterým stát hradil nouzové ubytování (Hromková a Klézl, 2022; Švihel, 2023).

⁸ Příloha B

„75 mld. korun získají církve v letošní valorizaci. 19 mld. pro seniory je ovšem obrovský problém. Od této „vlády“, s vývojem událostí, očekávám už jen další úsporný balíček s názvem „udej se sám“⁹ (Lisková, 2024b).

Zmiňovaných 19 miliard korun, ve skutečnosti 19,4 miliardy Kč, jsou peníze, které vláda plánovala ušetřit na důchodech tím, že omezila valorizaci v červnu 2023. Tedy důchody se nezvýší tolik, kolik by se zvýšily bez tohoto omezení. Naopak, druhá částka 75 miliard korun, kterou církve měla získat, je sporná. Tyto finanční prostředky se totiž netýkají peněz, které by církve dostala přímo do kapsy. Jsou to hodnoty majetku, který stát vrátil církvím v rámci restitucí, jako jsou pozemky, lesy, rybníky a nemovitosti. Stát platí církvím roční splátky za majetek, který nemůže vrátit. Tyto splátky jsou valorizovány, ale v roce 2023 se nejednalo o částku 75 miliard korun. Skutečná částka je nižší. V roce 2023 stát zaplatil církvím 2,398 miliardy korun jako splátku finanční náhrady, což je mnohem méně než 75 miliard korun (Pika, 2023).

4.2.2 Příspěvky na sociální síti Facebook

„Ukrajina od 1. 4. 2022 zvedla pro Českou republiku tranzitní poplatek za průchod ropy o jednu třetinu. Je to poděkování za zbraně a péči o jejich uprchlíky“¹⁰ (Pavel D. cit. dle iROZHLAS, 2022).

Pika (2022) upozorňuje, že Česká republika nepřispívá k tranzitnímu poplatku, neboť tato platba je stanovena dodavatelem a přepravcem, konkrétně Ruskem ve vztahu k Ukrajině. Výše poplatku je pak určena bilaterální dohodou mezi ruskou a ukrajinskou společností, která provádí přepravu ropy. Česká republika není přímo dotčena, ani v případě, že by došlo k údajnému zvýšení poplatku, o němž nejsou k dispozici žádné informace.

Tuto skutečnost potvrdil mluvčí Ministerstva průmyslu a obchodu, David Hlušík, ve svém prohlášení pro server iROZHLAS.cz. Hlušík důrazně konstatoval, že momentálně nejsou k dispozici žádné informace o možném zvýšení tranzitního poplatku. Podle jeho vyjádření je místo, kde probíhá předání ropy z Ruské federace, na hranicích mezi Ukrajinou a Slovenskem. Dokonce i v případě, že by došlo k navýšení tranzitního poplatku, by to spíše

⁹ Příloha C

¹⁰ Příloha D

postihlo ruského dodavatele či přepravce než společnost ORLEN Unipetrol, která přijímá ropu právě na těchto hranicích (iROZHLAS, 2022).

ORLEN Unipetrol, firma zajišťující přepravu ropy do České republiky, nezaznamenala žádné náznaky ohledně plánovaného zvýšení tranzitního poplatku. Mluvčí společnosti, Pavel Kaidl, vysvětluje, že případné změny v cenách přepravy spadají do oblasti komerčního vztahu mezi ruskými a ukrajinskými dodavateli a tranzitními firmami. Dle jeho názoru ORLEN Unipetrol nepřímo ovlivňuje tuto problematiku a není tak schopen ji komentovat. Kaidl dále zdůrazňuje, že společnost ORLEN Unipetrol provozuje svou činnost na základě dlouhodobých smluv se svými dodavateli (Pika, 2022).

„Takže když to shrnu. Po 33 letech nové „svobody“ budeme bez bytů, bez tepla, bez elektřiny, bez osobní dopravy, bez peněz, bez drobné podnikání, bez práce a bez jídla. V zemi nám nic nepatří, vládne tyranie, korupce, cenzura, udávání a hloupost. Co tedy bylo horší?“¹¹ (Myšička Mária, 2022).

Ceny plynu začaly výrazně stoupat již v roce 2021. Tato skutečnost byla podnícena zvýšenou poptávkou v důsledku obnovy ekonomiky a průmyslového sektoru po pandemii COVID-19, stejně jako prodlouženou zimou a nízkými teplotami. Tento jev byl patrný i v Asii, kde existuje významná poptávka po plynu. Vzhledem k propojenosti světových trhů se vyšší ceny rychle promítly i do Evropy. Následně k těmto faktorům přibyly události související s válkou na Ukrajině a následnými sankcemi uvalenými na Rusko ze strany Spojených států, Evropské unie a dalších zemí. Tato kombinace událostí vedla k prudkému růstu cen plynu (Sudová, 2023). Nicméně podle společnosti Pražské plynárenské (2022) a Ministerstva průmyslu a obchodu (2023) by pro aktuální topnou sezónu měla být zásoba plynu v zásobnících dostatečná, viz příloha F, a to i s ohledem na probíhající dodávky LNG do České republiky prostřednictvím pronajatého terminálu v nizozemském Eemshavenu. V případě vzniku kritické situace, kdy by byl vyhlášen stav nouze, by došlo k aktivaci tzv. systému regulace dodávek podle odběrových stupňů. Postupné omezení dodávek by se nejprve týkalo průmyslových závodů, přičemž domácnosti by byly na posledním místě. Tento systém by měl zajistit efektivní distribuci plynu v případě krizové situace.

V současné době je v elektroenergetické síti České republiky dostatečné množství elektrické energie. Česká republika dokonce produkuje přebytek elektřiny, který převyšuje

¹¹Příloha E

vlastní spotřebu. Avšak většina vyrobené elektřiny je prodávána prostřednictvím energetické burzy, kde se cena elektřiny určuje podle principů nabídky a poptávky. Pro Českou republiku má klíčový význam energetická burza v německém Lipsku, která ovlivňuje cenové mechanismy na trhu elektřiny (Pražská plynárenská, 2022).

„Z Evropského parlamentu: Italští europoslanci v čele s Matteo Adinolfi označili EU pod vedením Fialy za nejhorší od vzniku. Německý poslanec Gunnar Beck a jeho strana o Českém předsednictví řekli, že je naprosto chaotické, a může vést díky neschopnosti Českého premiéra až k rozpadu EU (To by zase tolik nevadilo). Slovenský premiér Heger Fialovi rovnou vzkázal, že jeho (Fialu) Slovensko poslouchat nebude, není prý důstojný partner. Řecko v čele s EU poslankyní Evou Kaili pohrozilo Fialovi blokadou jakýchkoliv jím sjednaných opatření z důvodů naprosté ignorace při řešení Řecko-Tureckých sporů. Francie nebude v případě nouze nikomu dodávat žádnou energii, Španělsko a Portugalsko se naprosto distancují od úsporných opatření nařízená z EU pod Fialovým vedením. O Maďarsku a jejich názorech na Fialu ani nemusím psát. Pobaltské státy jsou zděšeny nicneděláním České vlády v oblasti energetiky (jejich EU poslanci o Fialovi řekli, že je možná dobrý politolog, ale naprosto neschopný politik). Jedno se Fialovi musí uznat. Je schopen zlikvidovat naprosto vše. ČR počínaje a Evropou konče. Takže svým způsobem, pokud on bude ten, kdo zlikviduje EU a kvůli němu se rozpadne (což je dost pravděpodobné) ještě mu na pozdrav zamáváme. Takže Fialo - Já vím, dle tebe je vše v pořádku, nic se neděje, že? České firmy krachují po stovkách, lidem kterým už přišlo vyúčtování jsou zralí na sebevraždu, ale nic se neděje, vše OK, že? Však titul, ten kdo zlikviduje vše na co sáhne ti právem patří. Jsem velice rád, že ti nadávají snad všichni, kromě tvých ovcí”¹² (Alda Svoboda cit. dle E-Bezpečí, 2022).

V daném kontextu je evidentní, že se jedná o nepravdivé informace. Zpravodajský web Deník (2022) pečlivě prověřoval pravdivost uváděných tvrzení přímo u subjektů zmíněných v článku, tj. u politiků a jejich zástupců. Všechny osoby, se kterými se podařilo redakci deníku kontaktovat do středy 5. října 2022, popřely autenticitu citovaných výroků. Je také zřejmé, že neexistuje žádný zahraniční zdroj, který by podpořil prezentované tvrzení. Tímto byla vyvrácena legitimita uvedených informací.

¹² Příloha G

Poslanec Evropského parlamentu za Alternativu pro Německo, Gunnar Beck, který se měl spolu se svou stranou vyjádřit o českém předsednictví jako o chaotickém a označit českého premiéra Petra Fialu za neschopného, zaslal Deníku e-mailem vyjádření, v němž vyvrátil, že by takový výrok kdy pronesl.

Gunnar Beck (cit. dle Deník, 2022) pro Deník uvedl: „*Výrok je zcela nepravdivý. Právě naopak: při mnoha příležitostech, jak na plénu, tak v parlamentních výborech, jsem chválil české předsednictví, zejména pokud jde o postoj české vlády k reformě Smlouvy v návaznosti na závěry Konference o budoucnosti Evropy. V Evropském parlamentu jsem měl velmi příjemné a plodné výměny názorů jak s českým ministrem hospodářství, tak s ministrem spravedlnosti. To vše je dobře zdokumentováno a zaznamenáno na mých osobních kanálech sociálních médií.*“

Tisková mluvčí slovenské vlády Ľubica Janíková rovněž odmítla údajný výrok slovenského premiéra Eduarda Hegera jako pravdivý. V textové zprávě odeslané redaktorovi Deníku uvedla (cit. dle Deník, 2022): „*Samozřejmě, že se od takovýchto zpráv distancujeme a plně podporujeme předsednictví České republiky.*“ Tato reakce nasvědčuje kritickému postoji vůči citovaným výroky a zároveň zdůrazňuje podporu českému předsednictví. Nicméně, jak uvádí, další citace z příspěvku nelze potvrdit žádným ověřitelným pramenem a neodpovídají standardům diplomatického jazyka. Jejich autentičnost není potvrzena žádnými mediálními zdroji (Deník, 2022).

4.2.3 Příspěvky na sociální síti TikTok

*Ukrajinci žijící v Česku si budou moci koupit bydlení bez zálohy, první splátku, až 200 tisíc, za ně zaplatí stát v rámci programu pro uprchlíky z Ukrajiny, který bude účinný od 1. září 2023*¹³ (dusan0504 cit. dle Cemper, 2023).

Hypotéky jsou poskytovány soukromými bankami a jejich podmínky jsou stanoveny Českou národní bankou (ČNB). Během zasedání Bankovní rady ČNB v květnu (2023) se rozhodlo o úpravě podmínek pro žadatele o hypoteční úvěry. Od července 2023 bude ukazatel DSTI, který určuje maximální výši měsíční splátky dluhu vzhledem k čistému měsíčnímu příjmu žadatele, deaktivován. Přestože se toto opatření mění, horní limity úvěrových ukazatelů LTV a DTI zůstávají nadále platné. Podle nových pravidel může poměr

¹³ Příloha G

dluhu k hodnotě nemovitosti dosáhnout maximálně 80 %, avšak pro žadatele mladší 36 let se tento limit zvyšuje na 90 %. Proto myšlenka, že Ukrajinci by mohli získat byt „bez zálohy“ až do výše 200 tisíc korun, není v současném realitním trhu reálná (Cemper, 2023).

„Česká ekonomika je nejhorší v Evropské unii dle dat Českého statistického úřadu z minulého týdne. [...] Hospodářský výkon České republiky je tak v rámci Evropské unie výrazně podprůměrný a stále nedosáhl úrovně před pandemií COVIDU-19. Naopak loni se od ní ještě vzdálil, což je smutný evropský unikát. Plným viníkem této situace je neschopná a nekompetentní Fialovo vládní pětikoalice” (Okamura, 2024).

Tomio Okamura se ve svém tvrzení, že česká ekonomika je nejhorší v Evropské unii, odkazuje na data Českého statistického úřadu. Je ale důležité podívat se na širší kontext a dostupné prognózy v tabulce 1. Ve zprávě o měnové politice Česká národní banka (2024: 6–13) uvádí, že inflační tlaky v české ekonomice dále slábnou, což je patrné z poklesu cen potravin a ropy na světových trzích. V prosinci 2023 dosáhla meziroční inflace hodnoty 6,9 %, avšak bez vlivu energetického úsporného tarifu by klesla na 4,2 %. Tento pokles potvrzuje dezinflační trend, který je pozorovatelný v poklesu cen zahraničních vstupů a zpomalující se domácí poptávce. Prognóza předpovídá další pokles inflace ke konci ledna 2024 na úroveň 3 %, čemuž napomáhá prudký cenový nárůst v lednu minulého roku a restriktivní fiskální politika. Ekonomický výkon České republiky se zlepšuje, nicméně ekonomika stále čelí tlaku v důsledku fiskální konsolidace a problémů v Německu. Česká národní banka provádí obezřetné snižování úrokových sazeb s ohledem na návrat ekonomiky k cenové stabilitě.

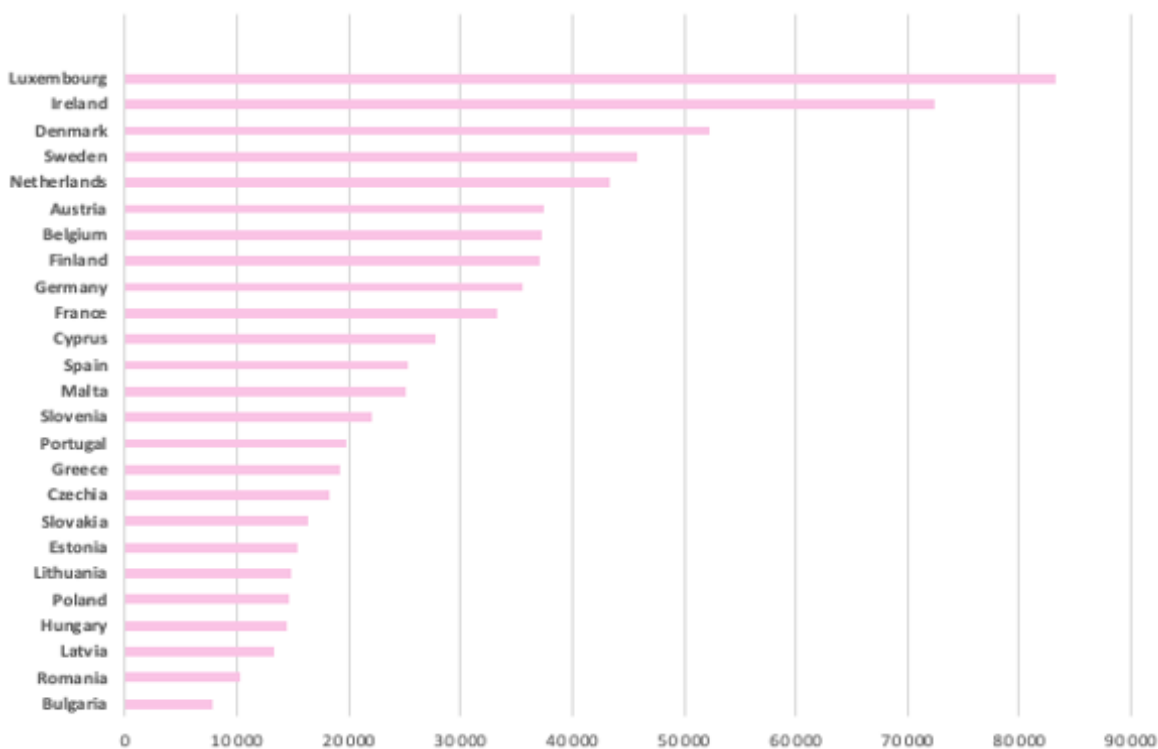
Tabulka 1 Prognóza

	2023	2024	2025
Celková inflace (%)	10,7	2,6	2
Měnověpolitická inflace (%)	10,6	2,5	1,7
Hrubý domácí produkt (mzr. změny v %)	-0,5	0,6	2,4
Úrokové sazby 3M PRIBOR (%)	7,1	4	2,6
Měnový kurz (CZK/EUR)	24	24,6	24,3

Zdroj: vlastní zpracování dle ČNB (2024)

Graf 8 HDP na obyvatele za rok 2023¹⁴

v EUR



Zdroj: vlastní zpracování dle Eurostat (2024)

Tento odhad naznačuje, že ekonomika má potenciál zotavit se a růst i po období pandemie. Důležité je také podívat se na mezinárodní srovnání. I když česká ekonomika může čelit určitým výzvám, není na posledním místě v Evropské unii. Graf 8 znázorňující HDP na obyvatele může toto tvrzení podpořit. Odhadovaný růst do budoucna naznačuje, že česká ekonomika má perspektivu. Ve světle těchto informací není možné jednoznačně tvrdit, že česká ekonomika je nejhorší v Evropské unii. Existuje totiž řada faktorů a prognóz, které dokazují opak.

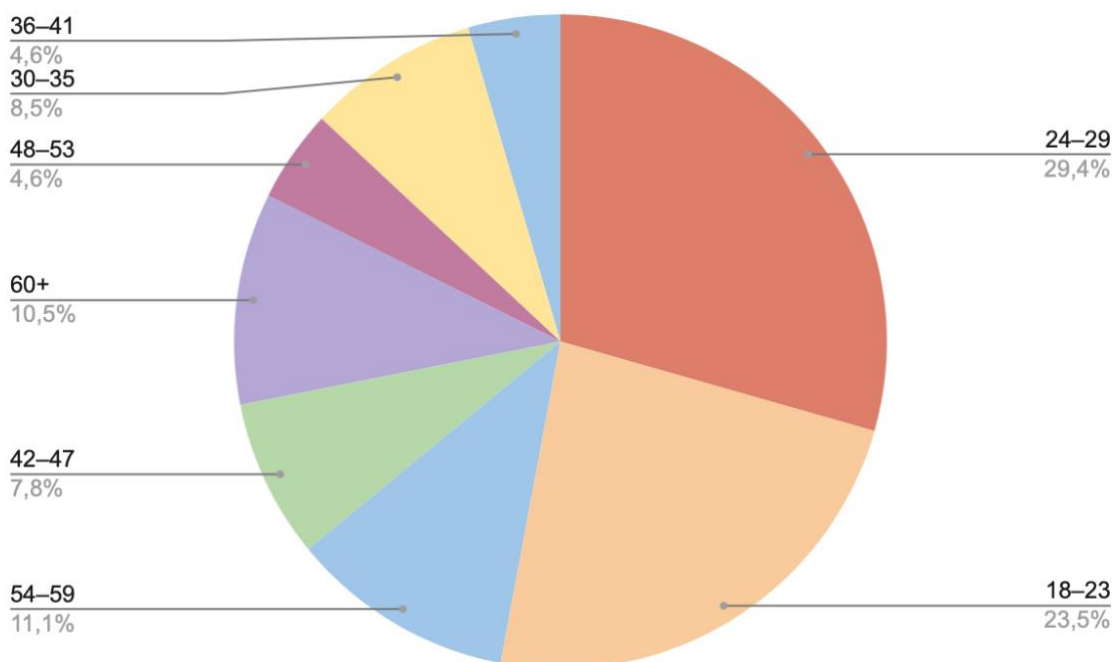
¹⁴ Chorvatsko a Itálie nejsou v grafu zahrnuty z důvodu nedostupnosti dat.

4.3 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření proběhlo prostřednictvím platformy Google Forms v období od 23. do 28. února 2024. Celkem se ho zúčastnilo 154 respondentů. Dotazník byl distribuován prostřednictvím skupin na sociální síti Facebook a byl rovněž sdílen v komentářích na portálu Novinky. Dotazník byl sdílen v komentářích na portálu Novinky z několika důvodů. Jedním z hlavních důvodů je skutečnost, že portál Novinky představuje živou a rozmanitou komunitu čtenářů, kteří se často zapojují do diskusí na různá témata, včetně aktuálních událostí, politiky a společenských otázek. Umístění dotazníku do komentářů poskytlo možnost získat názory a reakce od čtenářů, kteří se aktivně zajímají o diskutovaná témata. Tento krok přinesl bohatší a rozmanitější dataset, který je odrazem názorů a postojů širší veřejnosti, nikoliv pouze úzké skupiny respondentů.

4.3.1 Charakteristika vzorku

Graf 9 Věk respondentů



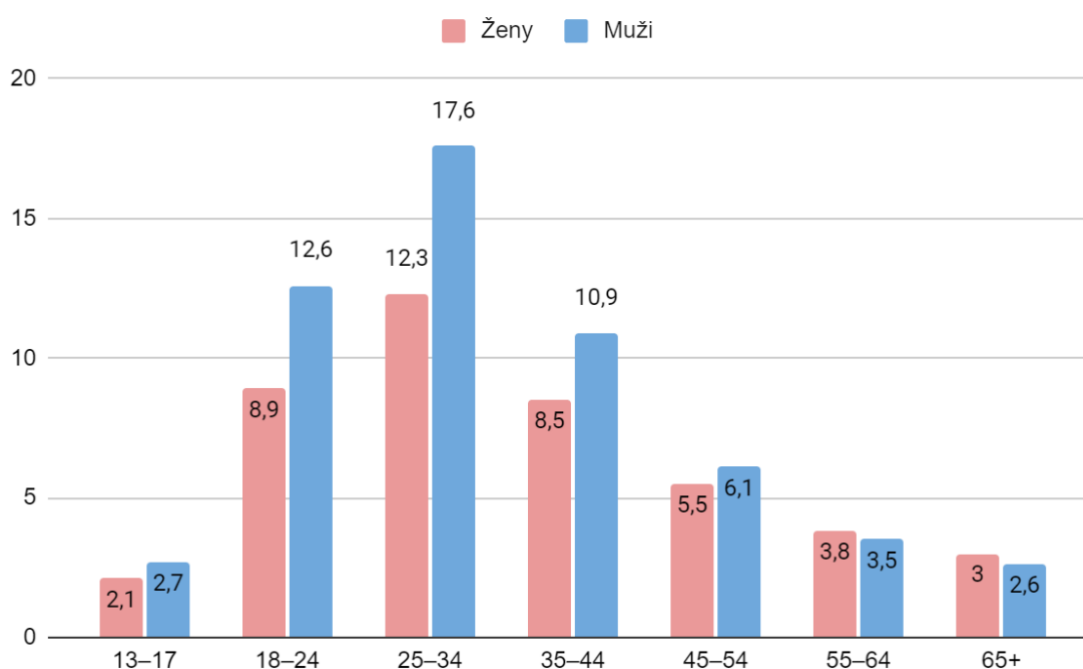
Zdroj: vlastní zpracování

Věková distribuce respondentů v tomto výzkumu poskytuje důležitý pohled na strukturu účastníků a je zaznamenána v grafu 9. Největší podíl respondentů, až 29,4 %, patří do věkové kategorie 24–29 let, což naznačuje vysokou participaci mladých dospělých. Následuje věková skupina 18–23 let s 23,5 % respondentů. Starší věkové skupiny jsou také

zastoupeny, přičemž 11,1 % respondentů je ve věku 54–59 let a 10,5 % je ve věkové kategorii 60+. Tato data odhalují širokou škálu zúčastněných generací. Ostatní věkové kategorie, jako jsou 42–47 let, 48–53 let, 30–35 let a 36–41 let, mají menší zastoupení, ale přesto představují důležitou součást výzkumného souboru.

Graf 10 Distribuce uživatelů Facebooku po celém světě podle věku a pohlaví za rok 2023

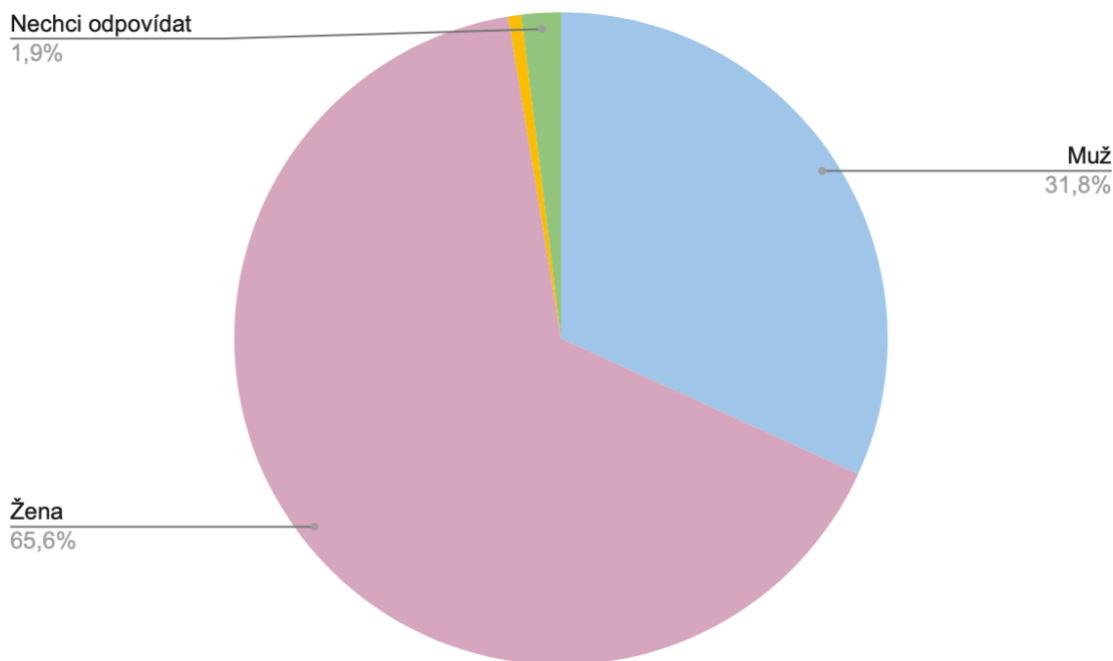
v %



Zdroj: vlastní zpracování dle Statista (2023b)

Data z roku 2023 zveřejněná na Statista (2023) jsou vizualizována v grafu 11, který ukazuje, že věková skupina 18–34 let představuje největší podíl uživatelů, jak mezi muži, tak mezi ženami. U mužů tato skupina dosahuje podílu 36,4 %, zatímco u žen činí 23,2 %. Graf dále naznačuje vyšší zastoupenost věkových skupin 18–24 let a 25–34 let mezi ženami, což potvrzuje, že Facebook je pro tyto skupiny častěji preferovanou sociální sítí. Tento trend je reflektován i ve výzkumu, který identifikuje nejvíce zastoupenou věkovou kategorii v analýze jako 18–29 let.

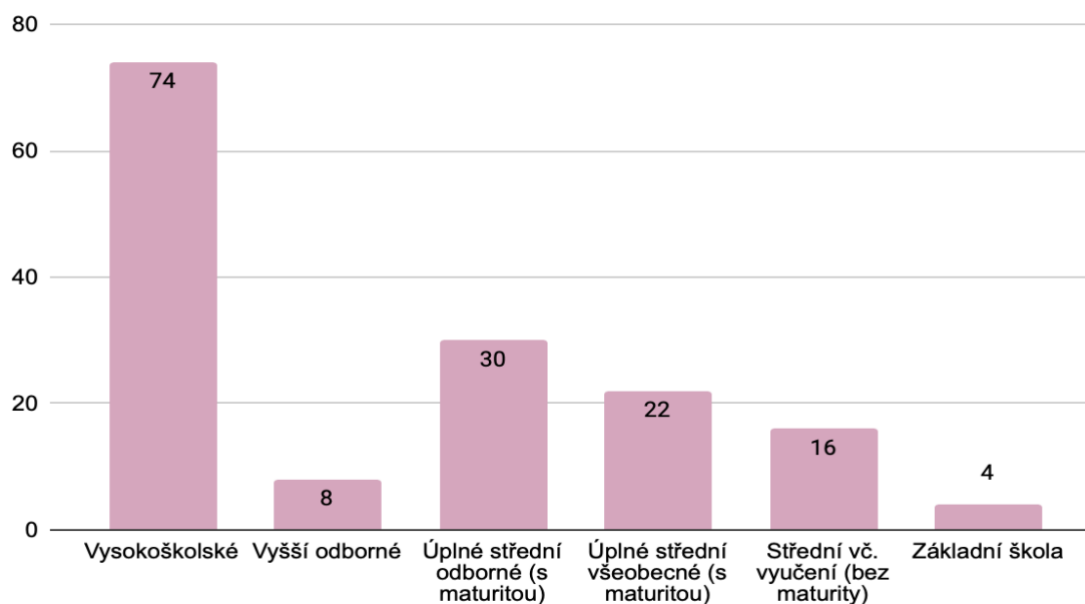
Graf 11 **Pohlaví**



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu 10 je patrné, že většinu respondentů, konkrétně 65,6 %, tvoří ženy, zatímco muži představují 31,8 % účastníků. Tento rozdíl v zastoupení mezi ženami a muži naznačuje určitou disproporci v pohlaví respondentů. Je zaznamenáno, že 1,9 % respondentů se rozhodlo neposkytnout informaci o svém pohlaví. Tato skupina může zahrnovat jedince, kteří z různých důvodů preferují neuvádět své pohlaví. Jeden respondent vybral možnost „jiné“. To koresponduje s obecně známým faktem, že existují různé pohlavní identity a že někteří lidé se neidentifikují jen jako muži nebo ženy.

Graf 12 **Vzdělání respondentů**



Zdroj: vlastní zpracování

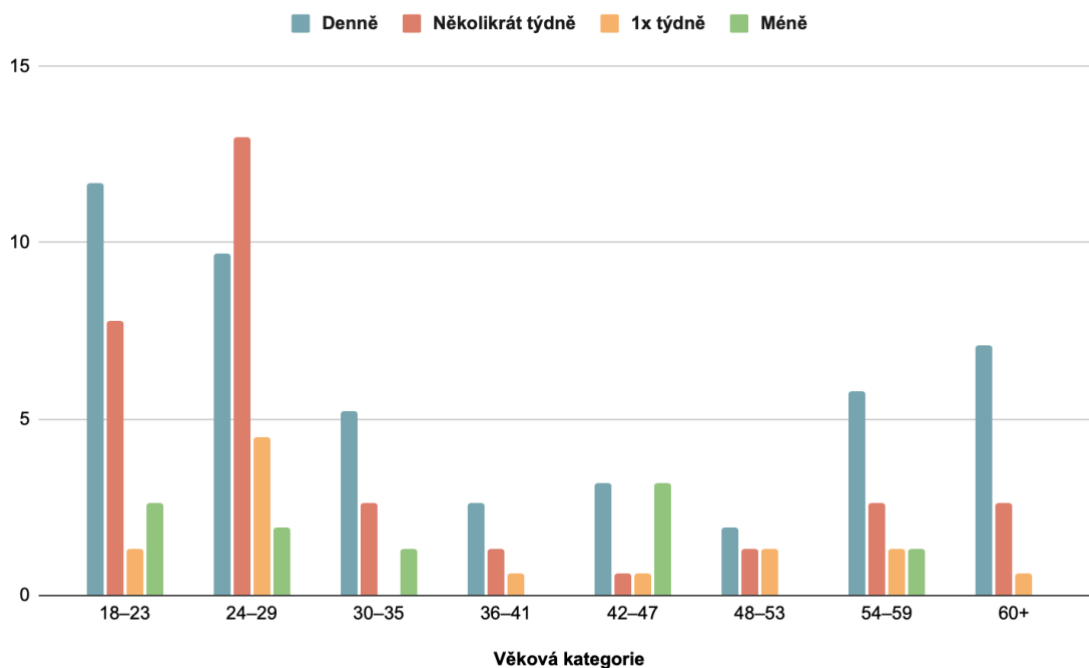
Graf 12 zobrazuje úroveň vzdělání respondentů. Základní škola představuje 2,6 % respondentů, což je menšina, zatímco většina dotazovaných dosáhla vyšší úrovně vzdělání. Středoškolské vzdělání s maturitou má významnou zastoupenost: 14,3 % úplných středních všeobecných a 19,5 % úplných středních odborných. Odborné vyšší vzdělání má 5,2 % respondentů, zatímco vysokoškolské vzdělání dosahuje nejvyššího podílu, a to 48,1 %.

Vysokoškolské vzdělání je ve výzkumu nejvíce zastoupeno, což koresponduje s Donnelly (2024), který uvádí, že celosvětově 62 % uživatelů Facebooku má nějakou formu vysokoškolského vzdělání, zatímco 30 % uživatelů dosáhlo středoškolského vzdělání.

4.3.2 Postoje k médiím a důvěryhodnost informací

Graf 13 Frekvence sledování médií podle věku

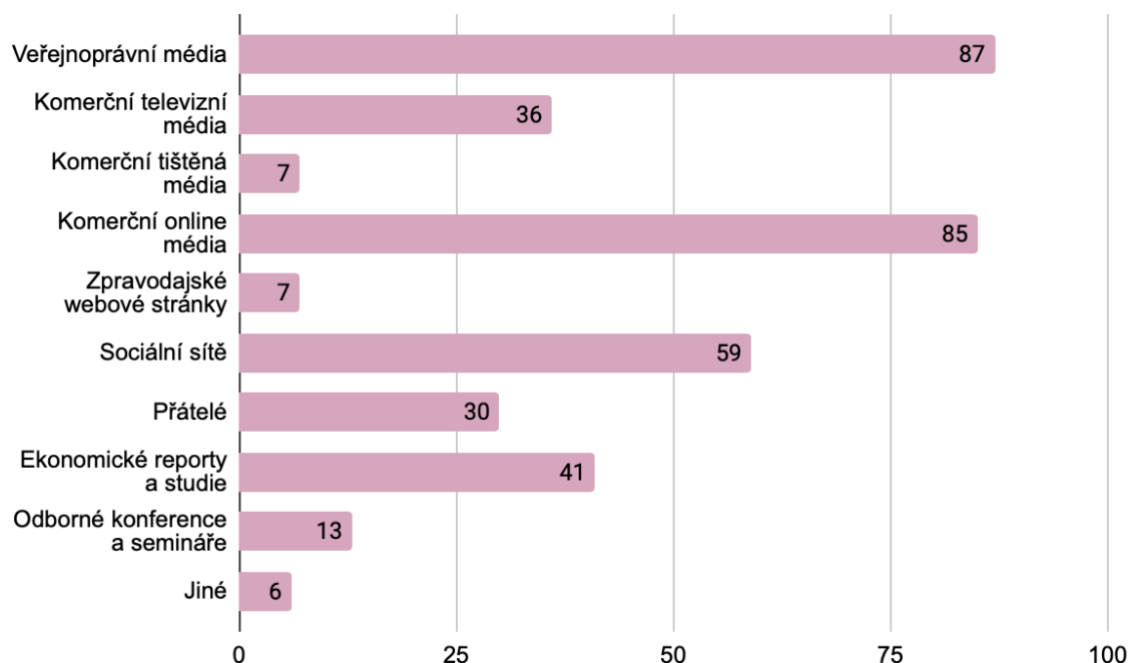
v %



Zdroj: vlastní zpracování

Z dotazníkového šetření vyšlo najevo hned několik zjištění ohledně frekvence sledování médií ve vztahu k věku respondentů. Data v grafu 13 ukazují, že nejvyšší frekvence sledování médií, tedy denně, se vyskytuje z největší části u nejmladších skupin respondentů, kteří jsou ve věkovém rozmezí 18–23 let a 24–29 let. Tyto odpovědi tvoří 11,7 % a 9,7 % z celkového vzorku dotázaných. U skupin dotázaných v produktivním a středním věku míra sledovanosti médií znatelně klesá, kdežto s důchodovým věkem naopak zase stoupá. Hlavní příčinou tohoto jevu, která se nabízí, by mohla být časová vytíženost prací. Studenti a senioři mohou mít patrně více času na sledování médií, kdežto lidé vytížení zaměstnáním médiím mohou věnovat přirozeně méně času, byť se v případě tohoto výzkumu nejedná o dostatečně velký vzorek na to, aby bylo možné tento výsledek s jistotou aplikovat na větší vzorek populace.

Graf 14 Preference získání informací o ekonomické situaci České republiky



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 14 mapuje preference respondentů v získávání informací o ekonomice České republiky a její situaci. Z výsledků vyplývá, že veřejnoprávní média, zejména Česká televize, jsou s 87 (n = 154) preferencemi nejčastějším zdrojem informací o ekonomice. Komerční online média následují s 85 preferencemi, což naznačuje jejich význam jako jednoho z hlavních zdrojů informací v digitální době. Sociální sítě, jako Facebook, X (dříve Twitter), Instagram a TikTok, jsou také významným kanálem pro získávání ekonomických informací s 59 preferencemi. Naopak, komerční tištěná média a zpravodajské webové stránky mají relativně nižší preference, což naznačuje snižující se zájem veřejnosti. Přátelé¹⁵, ekonomické reporty a studie, odborné konference a semináře také hrají určitou roli, ale ve srovnání s digitálními médii a veřejnoprávními kanály mají menší vliv. Tyto výsledky naznačují, že digitální média a veřejnoprávní zdroje dominují v oblasti získávání ekonomických informací, což odráží trendy současného informačního prostředí.

Ačkoliv dle studie Česko v datech (2022) vyjádřila veřejnoprávními médii důvěru polovina populace, neprojevuje se tento fakt na jejich sledovanosti, jelikož ve sledovanosti vedou komerční televize. Je však nutné podotknout, že veřejnoprávní média nemusí být

¹⁵ viz kapitola 3.1.4

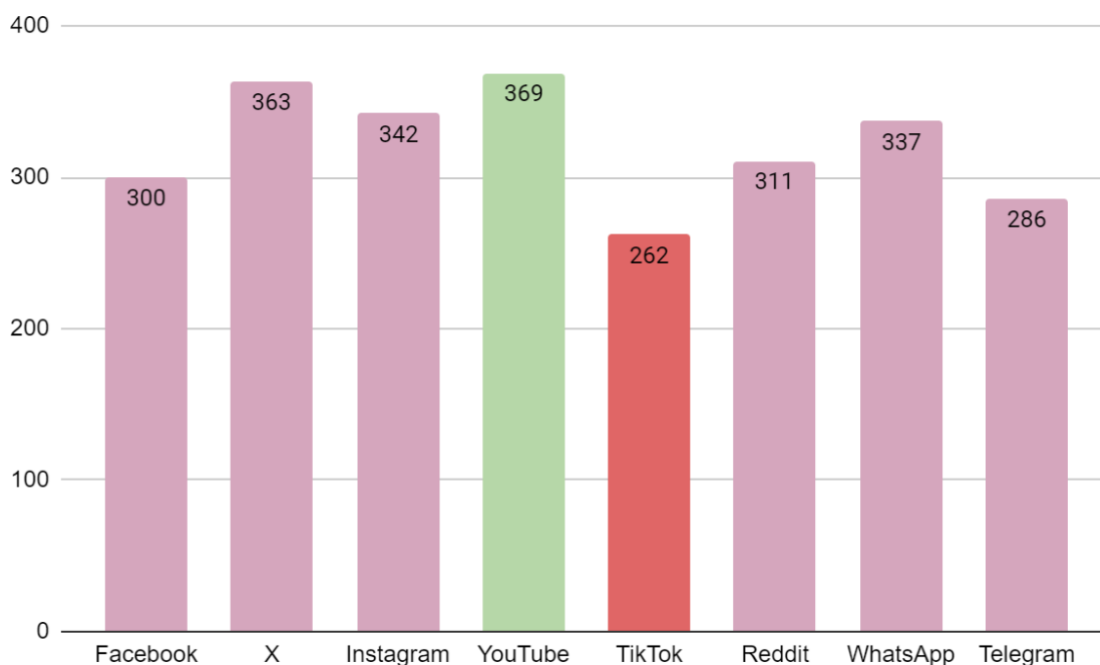
nutně omezena pouze na televizní vysílání. Dnes se už jedná i o jejich webové zpravodajství, podcasty či účty na sociálních sítích, které také sdílejí zpravodajský obsah.

Samotný výzkum dále ukázal, že mnoho respondentů vyjadřuje silné pochybnosti o důvěryhodnosti tradičních médií. Označili je za hlavní zdroj dezinformací, což naznačuje hlubokou nedůvěru v institucionální média a jejich schopnost poskytovat objektivní informace. Tato nedůvěra pramení z dojmu, že tradiční média často nereflektují skutečnosti, nebo že selektivně prezentují informace podle svých politických nebo ekonomických preferencí. Vytváří se tak atmosféra skepticismu a nedůvěry vůči mainstreamovým zpravodajským kanálům, což může podkopávat důvěru veřejnosti v demokratické instituce a procesy.

Dále, respondenti zdůrazňují výskyt úmyslné manipulace informací nejen ze strany politických představitelů, ale i prostřednictvím médií. Tato manipulace je vnímána jako vážný problém, který může mít škodlivé důsledky na formování veřejného mínění a politické diskurzy. Zmiňují se o sklonu politiků a médií prezentovat selektivní informace, které podporují jejich vlastní agendu, bez ohledu na objektivitu a pravdivost.

Graf 15 **Důvěryhodnost sociálních sítí**

v bodech



Zdroj: vlastní zpracování

Z dat zobrazených v grafu 15 lze vyčíst subjektivní hodnocení důvěryhodnosti různých sociálních sítí a online platform. Respondenti hodnotili důvěryhodnost médií na stupnici od 1 do 5, kde nižší hodnota znamená nižší důvěryhodnost a vyšší hodnota značí vyšší důvěryhodnost. Výsledné hodnoty byly posléze sečteny. YouTube s hodnocením 369 bodů je vnímáno jako nejvíce důvěryhodná platforma. To naznačuje, že respondenti považují YouTube za spolehlivý zdroj informací a obsahu. Nicméně, v roce 2022 čelila platforma YouTube intenzivní kritice. Přes osmdesát organizací specializujících se na ověřování faktů kolektivně podepsalo dopis¹⁶ adresovaný výkonné ředitelce společnosti, Susan Wojcicki. V tomto dopise byla platforma popsána jako „hlavní kanál“ pro šíření nepravdivých informací, a zvláště byl zdůrazněn vliv YouTube při šíření dezinformací týkajících se pandemie COVID-19, volebních narativů a konspiračních teorií. Jako odpověď na tyto obavy zavedl YouTube různá opatření zaměřená na boj proti dezinformacím. V souvislosti s tím se předpokládá, že požadavky na hlášení podle Směrnice o digitálních službách (DSA) poskytnou vhodný nástroj k posouzení, zda tato opatření měla patrný dopad. Tento kontrast mezi vnímáním YouTube respondenty jakožto důvěryhodné platformy a kritikou, které čelila v souvislosti s šířením nepravdivých informací, zdůrazňuje složitost situace okolo důvěryhodnosti a kontroly obsahu na internetu (Serrano, 2024).

Platforma X (dříve Twitter) s hodnocením 363 bodů následuje jako druhá nejdůvěryhodnější platforma. Respondenti jí tedy také přikládají vysokou míru důvěry.

Po převzetí Twitteru Elonem Muskem v roce 2022 došlo k radikálním změnám, které zpochybnily důvěryhodnost platformy. Zrušení týmů pro důvěru a bezpečnost a odstranění zákazů extremistických účtů přispělo k rostoucímu šíření dezinformací, extremismu a propagandě autoritářských režimů. Muskova snaha generovat nové zdroje příjmů vedla k odstranění klíčových prvků proti dezinformacím, jako byla např. modrá značka ověřených účtů. Tato značka sloužila k identifikaci autentických osob a institucí, avšak byla zrušena a nahrazena placenou službou Twitter Blue. Twitter Blue paradoxně posílil šíření dezinformací, zejména ohledně konfliktu na Ukrajině. Tato situace naznačuje, že nový systém nejenže podporuje šíření falešných zpráv, ale také umožňuje dezinformacím získat větší pozornost a dosah na platformě (Hammond-Errey, 2023; O'Carroll, 2023; Rutenberg & Conger, 2024).

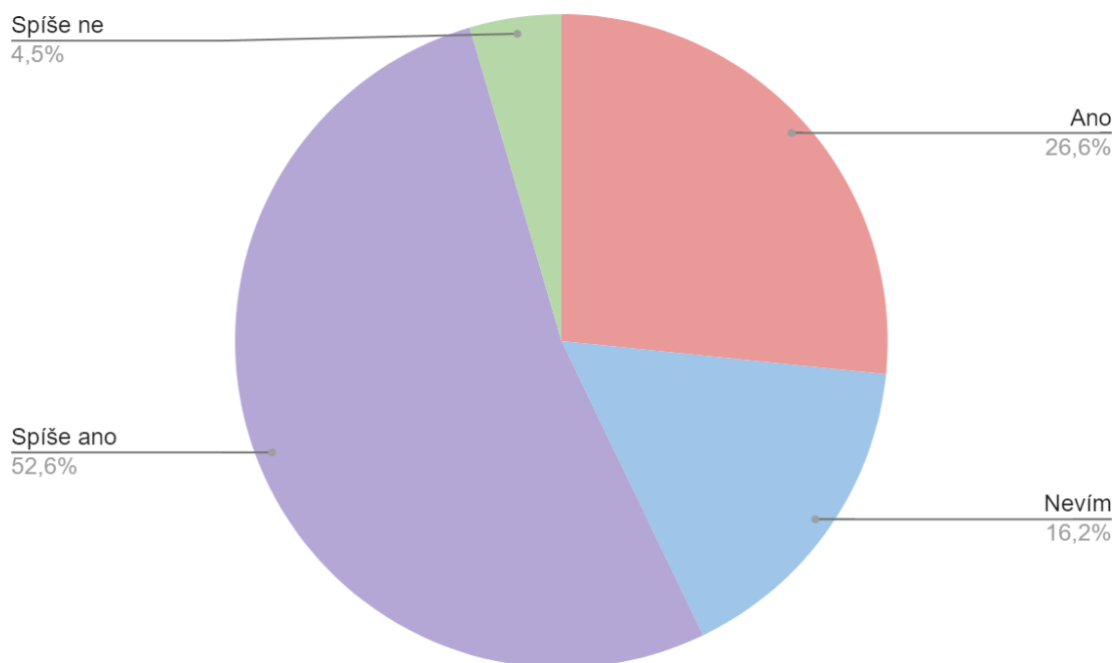
¹⁶ Příloha CH

Instagram s hodnocením 342 bodů a WhatsApp s hodnocením 337 bodů jsou vnímány jako středně důvěryhodně platformy a Reddit s 311 body je na pátém místě. Facebook byl ohodnocen 300 body, z čehož vyplývá průměrná důvěra. Telegram je s 286 body vnímán jako méně důvěryhodná platforma z této skupiny a za ním následuje už jen TikTok s hodnocením 262 bodů. Ten je považován za nejméně důvěryhodnou platformu. K tomuto výsledku přispívají varování a opatření ohledně používání aplikace TikTok ve veřejných institucích a soukromých firmách, která se stala důležitým tématem v rámci bezpečnosti informačních systémů. Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost (NÚKIB) v České republice vydal varování ohledně možných rizik spojených s používáním TikToku, zejména na zařízeních s přístupem k důležitým informačním systémům. V reakci na varování NÚKIB zavedla řada veřejných institucí a soukromých firem opatření zakazující používání TikToku na pracovních zařízeních. Evropská komise zakázala svým zaměstnancům používání TikToku, stejně jako česká vláda, ministerstva, Senát a další instituce včetně státních energetických společností, bank a mobilních operátorů. Tyto instituce a firmy zavedly technická opatření a kontroly dodržování zákazu s cílem minimalizovat bezpečnostní rizika. Varování a opatření vyvolaly širokou diskuzi o bezpečnosti digitálních platforem a ochraně dat. Tento případ také ukázal vliv kybernetických hrozeb na rozhodování veřejných institucí i soukromých firem ohledně používání moderních sociálních médií (iROZHLAS, 2023a).

Nicméně v Česku má TikTok již přes dva miliony aktivních uživatelů. Varování Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost v březnu 2023 týkající se užívání této platformy veřejností nepřineslo očekávaný účinek (iDnes, 2023).

Je nutné podotknout, že důvěryhodnost jednotlivých sociálních sítí a online platforem je vnímána subjektivně a závisí na zkušenostech a preferencích jednotlivých uživatelů.

Graf 16 Rozpoznání dezinformací



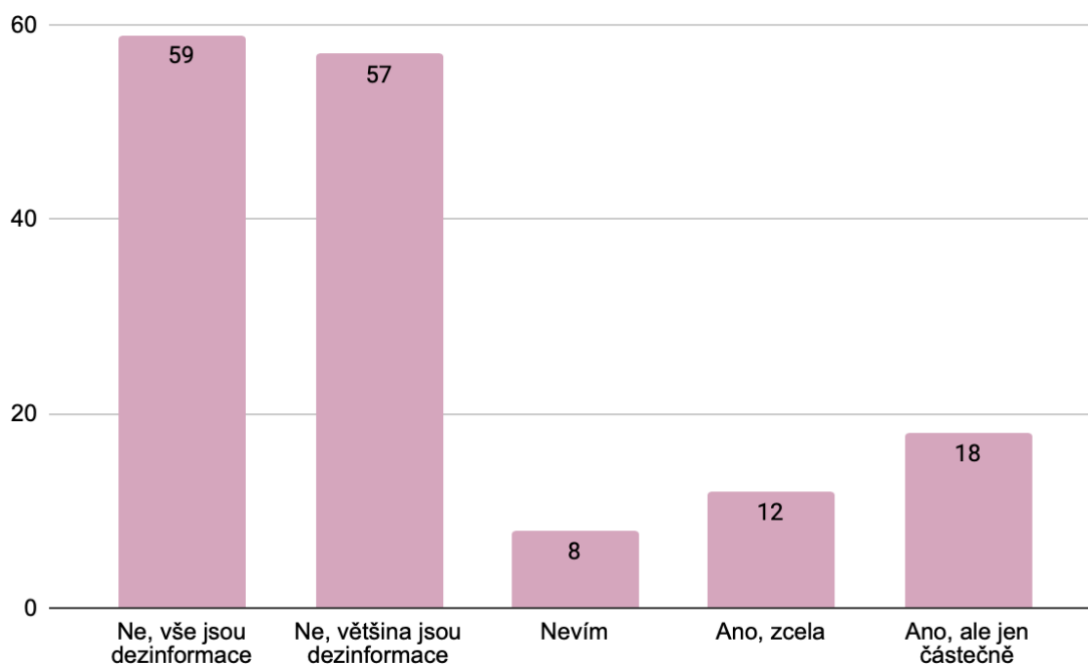
Zdroj: vlastní zpracování

Výsledky grafu 16 nabízejí názorný obraz postojů respondentů k otázce, zda se domnívají, že jsou schopni rozpoznat dezinformaci. Největší část, 52,6 %, odpověděla, že „spíše ano“, což ukazuje na určitou míru sebevědomí v jejich schopnosti kriticky posuzovat informace a identifikovat dezinformaci. Dalších 26,6 % respondentů odpovědělo „ano“, což naznačuje, že mají důvěru ve svou schopnost rozpoznat dezinformaci. Naopak, 4,5 % respondentů vyjádřilo spíše nedůvěru v tuto schopnost. Nejistotu ohledně schopnosti rozpoznat dezinformaci vyjádřilo 16,2 % respondentů. Tento výsledek naznačuje, že část účastníků tohoto výzkumu pocítuje nejistotu nebo nedostatek jistoty ohledně svých schopností v této oblasti. Lze konstatovat, že i když většina respondentů má důvěru ve svou schopnost rozpoznat dezinformaci, stále existuje určitý počet lidí, kteří se cítí nejistí a možná potřebují další podporu a vzdělávání v oblasti kritického myšlení a mediální gramotnosti.

Výzkum, který se zabýval schopností detekovat sdílení falešných zpráv v Německu a Spojeném království od Arin et al. (2023) ukázal, že faktory jako věk, politická orientace, příjem a pohlaví hrají roli ve schopnosti lidí rozpoznat falešné zprávy. Tato poznání mohou být využita k vytvoření vhodných intervencí a vzdělávacích programů, které by zlepšily mediální gramotnost a kritické myšlení jednotlivců, což by pomohlo potlačit šíření dezinformací ve společnosti. Výsledky výzkumu podporují závěry grafu 17, který naznačuje, že i když většina respondentů má důvěru ve svou schopnost rozpoznat dezinformaci, stále

existuje určitý podíl lidí, kteří se cítí nejistí a možná potřebují další podporu a vzdělávání v oblasti kritického myšlení a mediální gramotnosti.

Graf 17 **Subjektivní zhodnocení**

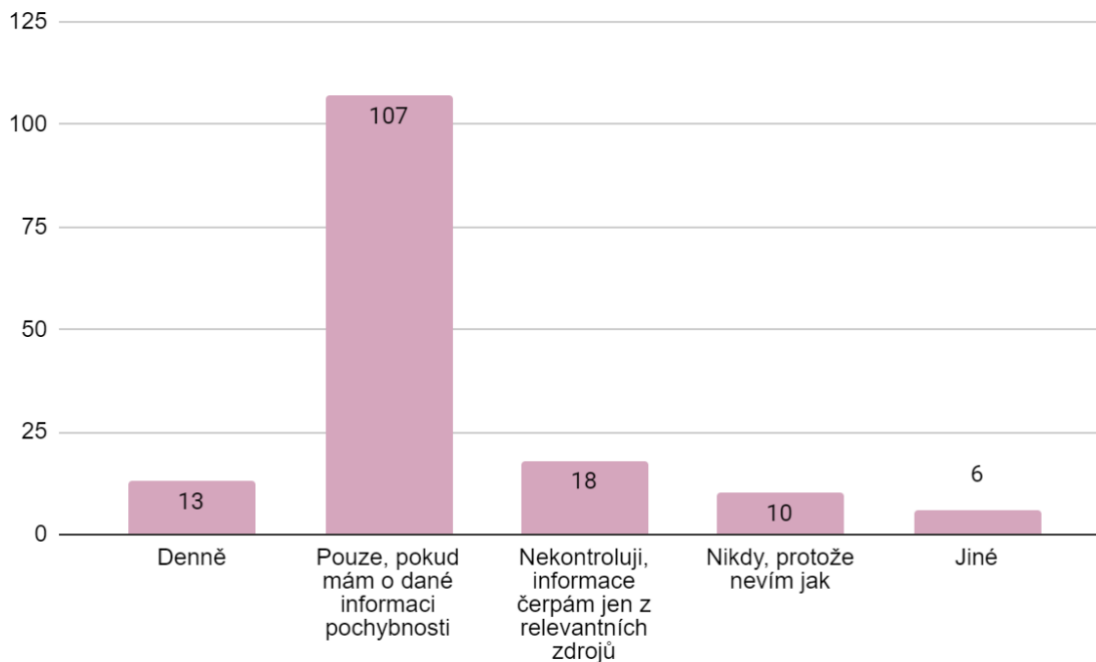


Zdroj: vlastní zpracování

Graf 17 zobrazuje dynamiku odpovědí respondentů na tvrzení uvedená v dotazníku¹⁷. Z grafu je patrné, že většina respondentů, konkrétně 116, odmítá veškerá tvrzení jako dezinformace anebo kategoricky popírá pravdivost tvrzení. Tímto způsobem vykazuje většina respondentů vysokou míru nedůvěry k prezentovaným informacím. Naopak, menší část respondentů, přibližně 18 uvádí, že částečně považují tvrzení za pravdivá, zatímco 12 respondentů tvrdí, že tvrzení jsou zcela pravdivá. Je důležité zdůraznit, že 8 respondentů uvádí, že neví, co si o tvrzeních myslet. To naznačuje možnou potřebu dalšího informování nebo také pochybnosti o věrohodnosti prezentovaných údajů. Celkově lze graf interpretovat jako projev skepse vůči informacím a schopnosti rozpoznat a kriticky posoudit dezinformace, které mohou být prezentovány veřejnosti.

¹⁷ Příloha A

Graf 18 **Kontrola informací**

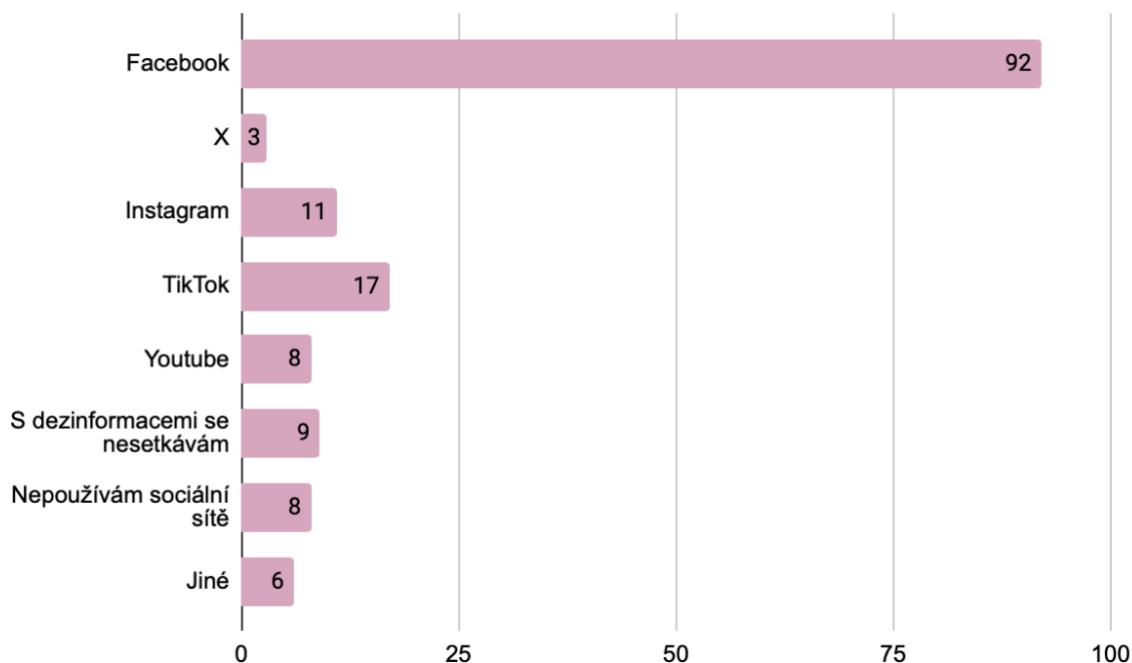


Zdroj: vlastní zpracování

Graf 18 poskytuje náhled na frekvenci, s jakou respondenti kontrolují pravdivost informací získaných z médií. Výsledky naznačují různorodost postojů k ověřování informací. Je pozoruhodné, že většina respondentů (107) provádí kontrolu informací pouze v případě, že mají pochybnosti o jejich pravdivosti. Menší skupina respondentů (18) nekontroluje informace a spoléhá se pouze na relevantní zdroje, což naznačuje důvěru v určité zdroje informací. Odpovědi „Denně“ a „Nikdy, protože nevím jak“ jsou zastoupeny méně, což může signalizovat různé úrovně povědomí a postojů k ověřování informací. Celkově lze říci, že existuje různorodost přístupů k ověřování pravdivosti informací, přičemž mnoho lidí reaguje na získané informace s kritickým pohledem, zatímco jiní se spoléhají na konkrétní zdroje nebo přistupují k problematice ověřování informací neaktivně.

4.3.3 Identifikace dezinformací na sociálních sítích

Graf 19 Nejčastější výskyt dezinformací



Zdroj: vlastní zpracování

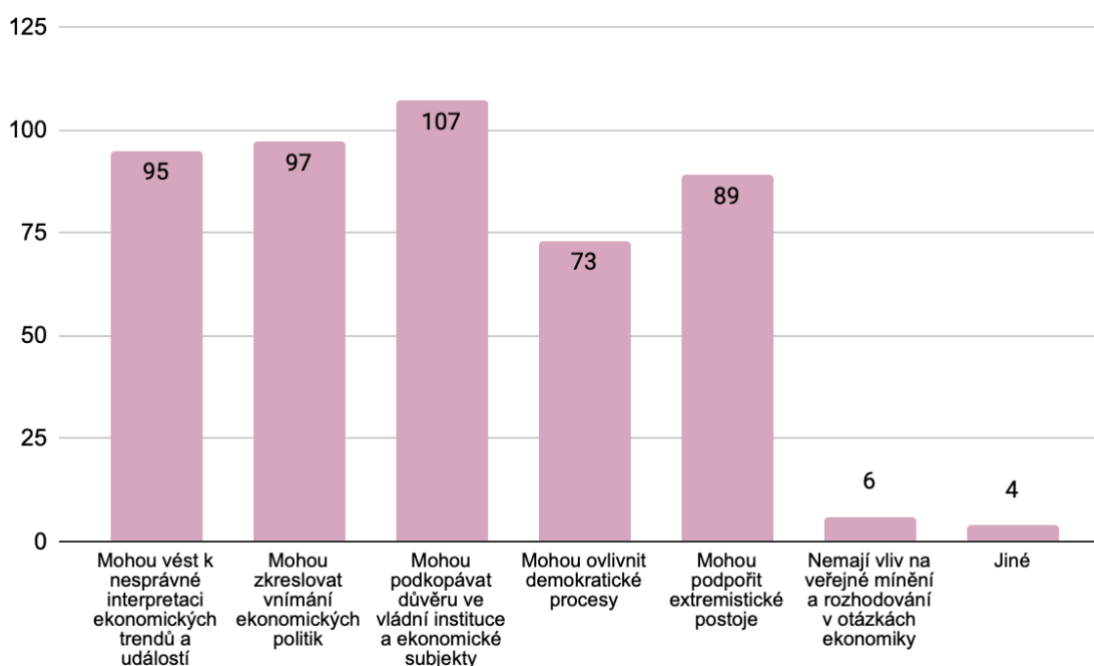
Z grafu 19 vyplývá, že nejvyšší podíl respondentů (92) uvádí Facebook jako sociální síť, na které se nejčastěji setkávají s dezinformacemi. Naopak, pouze 3 respondenti označili síť X (dříve známou jako Twitter) za místo, kde se často setkávají s dezinformacemi. Instagram byl uveden 11 respondenty, zatímco TikTok získal 17 zmínek. YouTube zmiňuje v odpovědi 8 respondentů, kteří uvádějí, že se zde setkávají s dezinformacemi. 9 respondentů tvrdí, že se s dezinformacemi neseťkávají, zatímco 8 nepoužívá žádné sociální sítě. Jiné sociální sítě, které nebyly specifikovány, uvádí 6 respondentů. Celkově lze z grafu vyčíst, že Facebook je nejčastěji vnímán jako prostředí, kde se šíří dezinformace oproti jiným platformám. Zároveň podle výzkumu Kopeckého et al. (2022: 9), který se zaměřil na české dezinformační prostředí, je Facebook hlavní platformou, kde se aktivně šíří dezinformace. Ve výzkumu 84,82 % respondentů uvedlo, že právě na této sociální síti se setkávají s nepravdivými informacemi.

Analýza respondentů naznačuje, že dezinformace týkající se ekonomické situace České republiky jsou poměrně rozšířeným jevem v různých médiích a ve veřejném prostoru. Z jejich odpovědí vyplývá, že existuje několik oblastí, ve kterých se dezinformace nejčastěji vyskytují. První zmiňovanou dezinformací je tvrzení, že stát dotuje ukrajinské uprchlíky na

úkor českých občanů. I když toto tvrzení není podloženo daty, objevuje se ve veřejném prostoru a může ovlivnit vnímání imigrační politiky. Další často uváděnou dezinformací je přisuzování drahých cen pohonných hmot a potravin vládě. Respondenti zdůrazňují, že tyto ceny jsou spíše důsledkem chování výrobců, dodavatelů a dalších aktérů na trhu. Někteří respondenti také uvádějí příklady, které se týkají vlády premiéra Fialy, přičemž je viněna za inflaci a špatnou ekonomickou situaci v zemi. I když konkrétní příklady nejsou uvedeny, tato obvinění jsou pravděpodobně ovlivněna politickými názory a vnímáním aktuálních událostí. V analýze také figuruje zmínka o dezinformacích spojených s ČEZem a využitím známých tváří v propagaci. To poukazuje na rizika manipulace veřejností prostřednictvím marketingových kampaní a reklamy. Důležitým bodem je také zjištění, že někteří respondenti vnímají dezinformace i v tradičních médiích a oficiálních zdrojích informací, což může zpochybnit důvěryhodnost těchto kanálů.

4.3.4 Vliv dezinformací na společnost

Graf 20 Vliv dezinformací



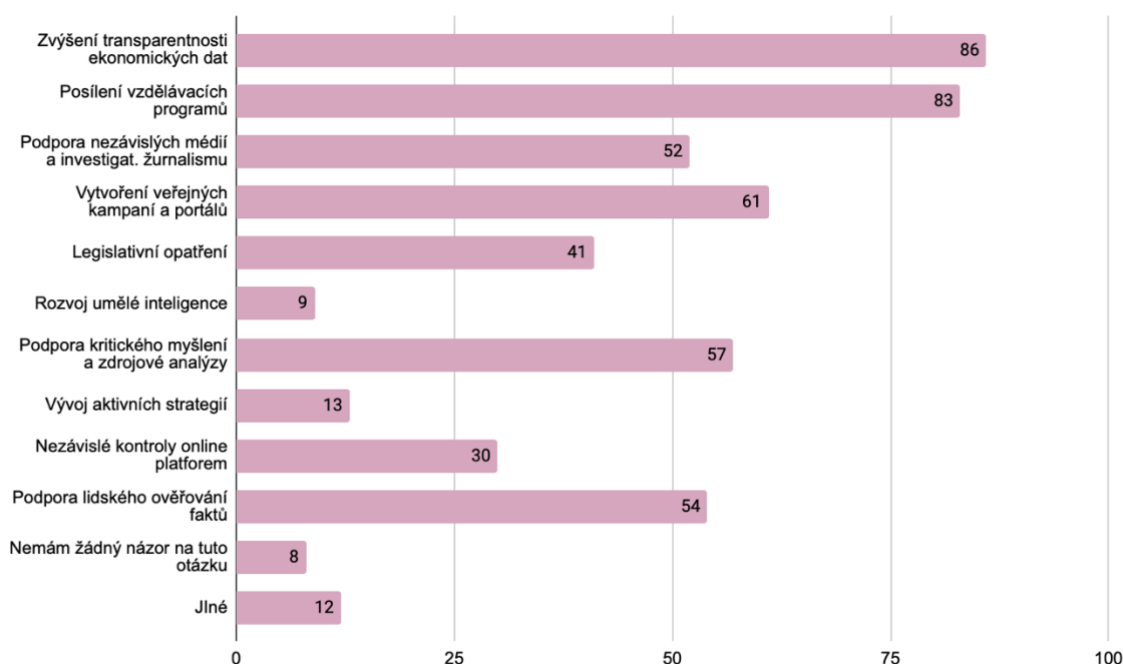
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 20 poskytuje důležitý pohled na to, jak respondenti vnímají dopady dezinformací na veřejné mínění a rozhodování v otázkách ekonomiky. Výsledky ukazují, že většina respondentů uznává vážné důsledky dezinformací v ekonomickém kontextu.

Například 107 respondentů vnímá, že dezinformace mohou podkopávat důvěru ve vládní instituce a ekonomické subjekty, což může zásadně ovlivnit ekonomické prostředí a důvěryhodnost vládních opatření. Další zjištění ukazuje, že 97 respondentů se obává, že dezinformace mohou zkreslovat vnímání ekonomické politiky (vládních institucí), což může vést k chybným rozhodnutím a nepřesnému porozumění ekonomickým trendům. Důležitým aspektem je také to, že 89 respondentů vidí možnost, že dezinformace mohou podpořit extremistické postoje, což může mít škodlivé důsledky pro společnost a politickou stabilitu. Pouze 6 respondentů míní, že dezinformace nemají vliv na veřejné mínění a rozhodování v otázkách ekonomiky.

4.3.5 Prevence a snižování vlivu dezinformací

Graf 21 Prevence

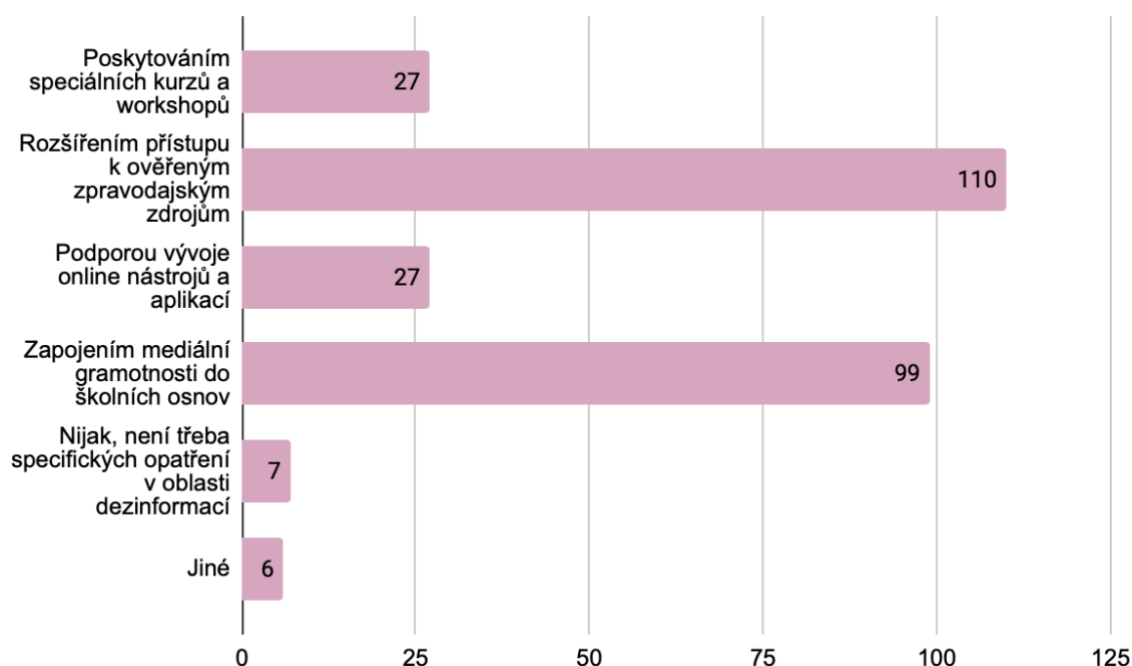


Zdroj: vlastní zpracování

Graf 21 znázorňuje různé strategie, které respondenti považují za důležité pro prevenci a snížení vlivu dezinformací týkajících se ekonomické situace v České republice. Nejvíce podporovanou strategií je zvýšení transparentnosti ekonomických dat a informací, které získalo 86 hlasů, což poukazuje na akutní potřebu transparentnosti a otevřenosti veřejných ekonomických informací. Dále bylo hojně zastoupeno také posílení vzdělávacích programů zaměřených na ekonomickou gramotnost (83 hlasů), což ukazuje na snahu zvýšit

informovanost a povědomí veřejnosti o ekonomických otázkách. Další navržené strategie, jako je vytvoření veřejných kampaní a informačních portálů s 61 hlasy, podpora nezávislých médií a investigativního žurnalistu s 52 hlasy a podpora kritického myšlení a zdrojové analýzy s 57 hlasy, ukazují na snahu o diverzifikaci informačních zdrojů a podporu aktivního myšlení. Vývoj aktivních strategií s 13 hlasy a rozvoj umělé inteligence s 9 hlasy poukazují na nižší důvěru respondentů v technologická řešení.

Graf 22 Rozvoj mediální gramotnosti



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 22 ilustruje názory respondentů na zlepšení informační gramotnosti veřejnosti s cílem rozpoznávat dezinformace. Nejvíce podporovanou strategií je rozšíření přístupu k ověřeným zpravodajským zdrojům a faktickým informacím, které obdrželo 110 hlasů. Tato strategie klade důraz na důvěryhodné zdroje a získávání informací z ověřených zdrojů. Zapojení mediální gramotnosti do školních osnov s 99 hlasy je další významnou strategií. Respondenti podporují včasné a systematické vzdělávání veřejnosti v oblasti rozpoznávání a kritického hodnocení informací. Poskytování speciálních kurzů a workshopů s 27 hlasy a podpora vývoje online nástrojů a aplikací s opět 27 hlasy se jeví jako méně podporované strategie. Pouze 7 respondentů se vyjádřilo, že není třeba specifických opatření v oblasti dezinformací, jedná se tedy o menšinový názor.

Respondenti kladli důraz na potřebu posílení informační gramotnosti a kritického myšlení ve společnosti. Navrhovali začlenění výuky o pravdivých informacích do základních škol, aby se předešlo šíření dezinformací a pomohlo se občanům kriticky posuzovat informace, které obdrží. Tímto způsobem by se mohla zvýšit schopnost veřejnosti rozlišovat mezi pravdivými a manipulativními informacemi a aktivně přispívat k demokratické diskusi a rozhodování.

Podle Ivanović (2014: 438–442) integrace současného prostředí do vzdělávacího systému prostřednictvím výuky a elektronických médií je klíčová pro efektivní přenos znalostí a dovedností nezbytných pro přežití v moderním prostředí. Začlenění médií do vzdělávacího procesu může poskytnout žákům a studentům přístup k bohaté škále informací a zdrojů, což může podporovat jejich kritické myšlení a schopnost vyhodnocovat informace. Média také umožňují interaktivní a multimediální vzdělávací procesy, které mohou být pro studenty atraktivnější a zapamatovatelnější. Začlenění současného prostředí do vzdělávacího systému může zahrnovat studium aktuálních událostí, práci s reálnými příklady a problémy současného světa a propojení s profesionály a experty v různých oblastech. To může pomoci studentům pochopit, jaké jsou výzvy a příležitosti v moderním prostředí a jak mohou využít své vzdělání k řešení reálných problémů.

5 Výsledky a diskuse

Analýza dat ukazuje, že problematika dezinformací a vnímání ekonomické situace v České republice prostřednictvím médií a sociálních sítí je významným tématem současné společnosti. Zaměření na klíčová slova a jejich výskyt poskytuje důležité informace o tom, jak jsou tato témata diskutována a šířena v online prostředí. Z analýzy klíčových slov je zřejmé, že pojmy spojené s politickými událostmi, jako je například Protest zemědělců v Praze, mají výrazný vliv na frekvenci a dynamiku diskusí. Klíčová slova jako „přetidemolice“, „fialova chudoba“, „fialova drahota“ a „fialovej hnus“ dominují diskusím, a to zejména na sociálních sítích jako X, Facebook, TikTok a Instagram. Tato slova vyvolávají silné emoce a mohou být spojena s určitými politickými postoji nebo událostmi. Důležitým aspektem analýzy je také identifikace nejčastěji používaných negativních klíčových slov a jejich vztah k aktuálním událostem. Například spojení s premiérem Petrem Fialou a jeho názory na Protest zemědělců ukazuje, jak moc mohou politické události ovlivnit veřejné diskuse a vnímání konkrétních politiků. Grafy zobrazující počet shlédnutí a interakcí s klíčovými slovy dávají možnost nahlédnout do dynamiky online debat. Vrcholy v těchto grafech často korespondují s významnými událostmi nebo mediálními pokrytím, což naznačuje, že veřejnost intenzivně diskutuje právě v těchto obdobích.

V rámci tohoto výzkumu byla provedena analýza postojů a názorů respondentů k médiím, důvěryhodnosti informací, identifikace dezinformací na sociálních sítích a vlivu dezinformací na společnost. V následující diskusi a analýze budou probírány klíčové závěry a významné trendy získané z průzkumu. Charakteristika vzorku ukázala rozmanitost účastníků podle věku, pohlaví a úrovně vzdělání. Ačkoli bylo dosaženo poměrně diverzního vzorku respondentů, co se týče věkových kategorií, nepodařilo se získat vzorek dokonale vyvážený. Ve vzorku převažovali respondenti ve věku 24–29 let, což naznačuje aktivní participaci mladých dospělých v dotazníkovém šetření. Tento jev byl také dán strukturou uživatelů sociální sítě Facebook, na které byli respondenti z většiny osloveni, a mohl zapříčinit mírné zkreslení obdržených dat v neprospěch početně méně zastoupených starších uživatelů sociálních sítí. Jejich zastoupení však ani přesto nebylo marginální. Pokud jde o pohlaví, ženy tvořily většinu respondentů, což může odrážet rozdílné zájmy a vnímání informací napříč pohlavím. Co se týče úrovně vzdělání, vysokoškolsky vzdělaní respondenti tvořili nejpočetnější skupinu, což může naznačovat jejich rozvinutější schopnost kriticky posuzovat informace a vyhledávat relevantní zdroje. Tato schopnost je obecně jednou

z priorit vysokoškolského vzdělání, dle výzkumů by však bylo nepřesné tvrdit, že vyšší vzdělání má zásadní vliv na kritické myšlení (Van Damme & Zahner, 2022).

Kromě analýzy dat z vlastního průzkumu byly také zkoumány rozdíly v postojích a názorech lidí vůči dezinformacím týkajících se Covidu a války na Ukrajině. Podle studie provedené Psychologickým ústavem Akademie věd ČR a Národním institutem SYRI (2023: 1–3) existují rozdílné mentální profily, které mapují diverzitu postojů respondentů k těmto tématům. Expertní analýza identifikovala pět převažujících profilů, mezi které patří „nevyhranění“, „pro-ukrajnští demokraté“, „pro-ruští postkomunisté“, „obecně dezinformovaní“ a „anti-ruští demokraté“. „Nevyhranění respondenti“ projevují průměrné názory na všechny aspekty, zatímco „pro-ukrajnští demokraté“ vykazují silné odmítání ruských politik a ekonomických postojů souvisejících s konfliktem, avšak mírnější tendenci při přisuzování viny většině Rusů. Naopak „anti-ruští demokraté“ zdůrazňují vinu většiny Rusů a nesouhlasí s covidovými konspiracemi, kdežto „pro-ruské postkomunisty“ charakterizuje vysoká podpora ruských politických narativů a anti-ukrajinských ekonomických názorů. Respondenti označení jako „obecně dezinformovaní“ vykazují nejvyšší míru uvěření v konspirační teorie ohledně Covidu, vysokou míru souhlasu s pro-ruskými politickými narativy a určitou míru souhlasu s anti-ukrajinskými ekonomickými postoji.

Frekvence sledování médií ukázala, že většina respondentů sleduje média denně nebo několikrát týdně, což svědčí o jejich aktivním zájmu o aktuální události a informace. Z výzkumu také vyplynula určitá souvislost s frekvencí sledování médií a věkem, kdy nejčastěji média sledovali mladší respondenti a ti, kteří byli v seniorním věku. Veřejnoprávní média a komerční online platformy byly nejčastějšími zdroji informací o ekonomické situaci České republiky, což ukazuje na důvěru v tyto kanály.

Nicméně je důležité zmínit, že několik respondentů vyjádřilo určitou míru nedůvěry zejména vůči tradičním médiím. Existuje u nich zjevná obava z manipulace informací a nedostatečné objektivity. Toto postavení naznačuje potřebu zvýšené transparentnosti a snazšího přístupu k pravdivým informacím. Z hlediska důvěryhodnosti sociálních sítí bylo zjištěno, že YouTube a platforma X (dříve Twitter) byly považovány za nejvíce důvěryhodné. Rozdíl mezi výsledky dotazníkového šetření a realitou, která nastala po převzetí Twitteru Elonem Muskem, je vskutku překvapivý. Převzetí této platformy vedlo k rostoucímu šíření dezinformací, extremismu a propagandy autoritářských režimů. Jak uvedli Hammond-Errey (2023), O'Carroll (2023) a Rutenberg & Conger (2024),

důvěryhodnost platformy klesla a její role v šíření dezinformací se zvýšila. Fakt, že Twitter zachoval faktické ověřování, může i přes změny, které nastaly po převzetí platformy X Elonem Muskem, hrát klíčovou roli v tom, proč někteří respondenti stále považují Twitter za důvěryhodnou platformu. Faktické ověřování, nebo také „*fact-checking*“, je funkce, díky které mohou uživatelé přidat kontext k zavádějícím informacím. Jedná se o důležitý nástroj v boji proti dezinformacím a šíření nepravdivých informací online. Když uživatelé vidí, že platforma aktivně pracuje na ověřování faktů a snaží se minimalizovat šíření nepravdivých informací, může to posílit jejich důvěru v danou platformu. Je patrné, že se jedná o žádanou funkci, jejíž přítomnost by jistě zlepšila uživatelský prospěch i na dalších platformách. To je zvláště důležité v době, kdy se online prostředí stává zamořenějším dezinformacemi a falešnými zprávami.

Naopak TikTok byl vnímán jako nejméně důvěryhodný zdroj informací, ale pouze 17 respondentů uvádí, že na této platformě nejčastěji narazí na dezinformace. Vysoká míra nedůvěry i přes relativně nízký výskyt dezinformací je dána především unikátním algoritmem, jaký platforma využívá při doručování personalizovaného obsahu. Uživatelé je totiž nabízen obsah na základě jeho preferencí, které jsou určeny především tím, jaký obsah vyhledává a u kterého tráví nejvíce času. Pokud tedy uživatel kladně reaguje na určitý obsah, platforma mu jej bude nabízet častěji. Díky tomu na TikToku vzniká potenciál pro větší umocnění efektu „*echo chambers*“, co se týče politického obsahu, než tomu je u jiných platform (Gao et al., 2023; Valenzuela, 2022). Pan (2023: 1193–1194) dodává, že personalizovaný algoritmus platformy TikTok úzce koresponduje s návyky a preferencemi uživatelů během sledování krátkých videí. Uživatelé často využívají platformu nejen k relaxaci a zábavě, ale i k aktivnímu vyhledávání relevantních informací a učení se novým věcem. Mnoho jedinců preferuje sledování obsahu, který je zajímavý, přičemž nesledují obsah, který je pro ně nezajímavý. Tento trend vede k rychlému přecházení přes nepřitažlivý obsah a opakovanému sledování videí, které je oslovují.

Za platformu, na které se nejvíce setkávají s dezinformacemi, respondenti označili Facebook. Toto zjištění potvrzuje i průzkum Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky (2019), který zkoumal, jaké weby jsou asociovány s dezinformacemi v očích české internetové populace. Výsledky naznačily, že část respondentů považovala bulvární média za hlavní zdroj dezinformací. Na vrcholu seznamu se tak umístil web bulvárního deníku Blesk, následovaný Parlamentními listy, Facebookem, a dalšími alternativními zpravodajskými weby.

Respondenti vyjádřili různé úrovně sebevědomí v rozpoznávání dezinformací, přičemž většina projevila důvěru ve své schopnosti kriticky posuzovat informace. Podobný výsledek prezentuje i studie projektu Česko v datech (2022) dle které byla také nadpoloviční většina dotázaných přesvědčena, že jsou schopni dezinformace rozpoznat. Studie ale navíc poukázala na klesající trend tohoto poměru, jelikož v roce 2018 to bylo 67 % obyvatel, v roce 2022 tento podíl klesl na 56 %. Jedná o znepokojující trend, zejména s ohledem na rostoucí množství dezinformačního obsahu, který klade vyšší nároky na mediální gramotnost lidí. V porovnání s ostatními zeměmi Evropské unie se navíc Česko dle studie umístilo na 4. nejnižší pozici.

Vliv dezinformací na společnost byl vnímán jako závažný, přičemž dezinformace byly spojovány s oslabením důvěry ve vládní instituce a podporou extremistických postojů. Závažnost, s jakou občané vnímají šíření dezinformací, potvrzuje i průzkum agentury STEM (2022), dle kterého 76 % Čechů souhlasí s tvrzením, že šíření dezinformací představuje hrozbu pro bezpečnost České republiky. Bylo zjištěno, že závažnost, s jakou dotazovaní tuto hrozbu vnímají, souvisela s jejich politickými preferencemi. Voliči vládní koalice vyjadřovali nejvyšší míru znepokojení, voliči opozičních táborů taktéž, kdežto příznivci mimoparlamentních a antisystémových hnutí prokázali nejmenší úroveň obav z destabilizace republiky způsobené dezinformacemi.

V této souvislosti studie Českého rozhlasu (2023b) zjistila, že lidé v Česku příliš nevěří dezinformacím a konspiračním teoriím týkajícím se Ruska a jeho odůvodnění agrese na Ukrajině. Tento závěr vyplývá z výzkumu, který testoval reakce téměř 4 000 respondentů na vybrané příběhy často šířené na třiceti antisystémových a konspiračních webech. Například pouze 11 % respondentů souhlasilo s tvrzením, že Rusko bylo k válce proti Ukrajině dotlačeno chováním států NATO, a dalších deset procent vyjádřilo částečný souhlas. Přesto že se jedná o relativně malou část populace, neznamená to, že by se stát neměl zabývat konspiracemi a dezinformacemi.

Respondenti navrhovali různé strategie pro prevenci a snižování vlivu dezinformací. Nejčastěji navrhovanými strategiemi byly: zvýšení transparentnosti ekonomických dat a informací, posílení vzdělávacích programů zaměřených na ekonomickou gramotnost a podpora nezávislých médií a investigativního žurnalismu. V rámci rozvoje mediální gramotnosti bylo zdůrazněno rozšíření přístupu k ověřeným zpravodajským zdrojům, zapojení mediální gramotnosti do školních osnov a poskytování speciálních kurzů a workshopů. Celkově lze konstatovat, že výsledky tohoto výzkumu poukazují na významné

obavy ohledně dezinformací a potřebu posílení mediální gramotnosti a kritického myšlení ve společnosti. Získané poznatky mohou sloužit jako základ pro formulaci strategií pro boj proti dezinformacím a posílení důvěryhodnosti informací v digitálním prostředí.

Mohlo by se zdát, že zvyšování mediální gramotnosti je jediným možným přístupem k boji proti dezinformacím, Česko v datech (2022) však navrhuje metodu nazývanou „*prebunking*“, která se liší od tradičního „*debunkingu*“. „*Prebunking*“ spočívá v tom, že část populace je vystavena informacím o manipulativních sděleních a metodách, které dezinformátoři využívají, předtím, než se s těmito dezinformacemi setkají, kdežto při „*debunkingu*“ probíhá konfrontace s dezinformacemi a jejich vyvracení až posléze. Alžběta Houzarová (cit. dle Česko v datech 2022), manažerka komunikace společnosti Google, zdůrazňuje význam „*prebunkingu*“ a oznámila spuštění pilotní „*prebunkingové*“ kampaně v České republice, na Slovensku a v Polsku, která je zaměřena na prevenci šíření dezinformací týkajících se válečných uprchlíků z Ukrajiny.

Budoucí výzkum by se měl zaměřit na zhodnocení účinnosti tzv. "*prebunkingových*" kampaní a jejich schopnosti posilovat mediální gramotnost a kritické myšlení v rámci společnosti. Klíčovým cílem je také identifikovat nejučinnější metody integrování těchto kampaní do školních osnov a širšího vzdělávacího prostředí. Vzhledem k tomu, že systematický a aktivní přístup k mediální gramotnosti a kritickému myšlení může výrazně přispět k ochraně společnosti před škodlivými dopady dezinformací a posílit důvěryhodnost informací v digitálním prostředí.

6 Závěr

V dnešním světě nejsou dezinformace pouhým negativním jevem internetu či médií, jsou prostředkem ovlivňování veřejnosti, prosazování politiky, a dokonce jedním z prostředků vedení válek. Jak tato práce ukazuje, mají nezpochybnitelný vliv na společnost a její vnímání vládních rozhodnutí a opatření. Cílem této práce byla analýza vybraných sociálních sítí, v jejichž zpravodajství či obsahu se objevují dezinformace a jejich následná analýza. Dílčím cílem bylo zároveň posouzení vlivu dezinformací na českou společnost v kontextu energetické krize, kterou si prošla nejen Česká republika, a která v zemi jako jedna z příčin způsobila nepříznivou ekonomickou situaci.

Pomocí dotazníkového šetření bylo osloveno celkem 154 respondentů, a to dotazy souvisejícími s jejich vztahem a zkušeností s dezinformacemi. Získaná data ukazují na jasné rozdíly mezi tím, jaké sociální sítě jsou považovány za důvěryhodné a naopak. Největší důvěra je dle získaných dat vkládána do platformy YouTube, zatímco na nejvíce dezinformací uživatelé naráží na Facebooku, ten ale i přesto není považován za nejméně důvěryhodný, jelikož tuto příčku obsadil TikTok. Tato zjištění mohou sloužit nejen k lepší identifikaci prostředí, ve kterém se dezinformace nejvíce šíří, ale i k identifikaci nejrozšířenějších tvrzení, která jsou záměrně dezinterpretována a narušují suverenitu politických opatření a cílů na rozvrácení společnosti zejména v tématech týkajících se stavu ekonomiky České republiky. Ta je dle analýzy záměrně vykreslována hůře, než jaký je její skutečný stav. Podobný postup byl pozorován u energetických témat, jako je energetická bezpečnost a u dalších vládních ekonomických opatření či sociálních politik.

Většina respondentů vnímá dezinformace jako závažný problém v ekonomickém kontextu, který může podkopávat důvěru ve vládní instituce a podporovat extremistické postoje. Pouze malá část respondentů si myslí, že dezinformace nemají vliv. Tyto zjištění naznačují naléhavost potřeby řešení této problematiky pro zachování ekonomické stability a veřejné důvěry.

Získané poznatky naznačují, že mediální gramotnost a schopnost kriticky posuzovat informace jsou klíčové pro boj proti dezinformacím a pro posílení důvěryhodnosti informací v digitálním prostředí. Systémové blokování dezinformačních webů a postihování jejich majitelů se totiž neukázalo jako příliš efektivní metoda boje s dezinformací. Zkušenosti v České republice s tímto procesem ukazují, že jakékoliv mazání či blokování obsahu je vnímáno velmi citlivě a svoboda slova je brána velmi vážně. Byť k takovým případům došlo,

nezdá se, že by v krátkodobém horizontu bylo možné nalézt shodu na legislativním zakotvení procesu blokování dezinformačního obsahu na českém internetu.

Mnohem snadnějším nástrojem pro boj s manipulativním obsahem se tak zdá být vzdělávání jednotlivců k tomu, aby se s tímto obsahem dokázali vypořádat individuálně a rozpoznat ho.

Respondenti v průzkumu zdůraznili potřebu rozšíření přístupu k ověřeným zpravodajským zdrojům a zapojení mediální gramotnosti do školních osnov. To znamená, že vzdělávací programy by měly být zaměřeny na posilování dovedností, jako je schopnost rozlišit mezi spolehlivými a nepravdivými informacemi, identifikace manipulativních technik v médiích a schopnost kriticky hodnotit zpravodajské zdroje. Jak ale podotýká Syrovátka (cit. dle Plevák, 2023), občanské vzdělávání bychom neměli iniciovat pouze tehdy, máme-li problém s dezinformacemi. Měli bychom ho mít etablované mnohem dříve proto, abychom zajistili zdraví demokratické společnosti. Celkově lze tedy konstatovat, že investice do mediální gramotnosti je klíčová pro budoucnost, ve které se očekává rychlejší přístup k informacím. Posílení mediální gramotnosti může vést k informovanější a korektnější společnosti, schopné efektivně reagovat na výzvy spojené s dezinformacemi a zachovat tak důvěru v demokratické instituce a hodnoty.

7 Seznam použitých zdrojů

- AENews (2023). *Fialova pětikoalice chce důchodcům sebrat na valorizacích stejný objem peněz, který vynaložila na dodávky zbraní Ukrajině! Spočítali jsme to za vás a nestačili jsme se divit! Důchodci tak mají zaplatit nejen vyzbrojování Ukrajiny, ale dokonce i dopady mamutí inflace způsobené vládou Petra Fialy v důsledku uplatnění sankcí proti energiím a palivům z Ruské federace! Jaký je to pocit mít vládu, která pomáhá Ukrajině zbraněmi a municí na úkor vlastních důchodců? A proč Fialova vláda nezruší v ČR alespoň DPH na potraviny jako v Polsku?* [online]. [cit. 2024-02-01]. Dostupné z: <https://aeronet.news/fialova-petikoalice-chce-duchodcum-sebrat-na-valorizacich-stejny-objem-penez-ktery-vynalozila-na-dodavky-zbrani-ukrajine-spocitali-jsme-to-za-vas-a-nestacili-jsme-se-divit/>.
- Akademie věd ČR (2023). *Jak se rodí ideologie: vědci popsali pět českých dezinformačních profilů.* [online]. [cit. 2024-03-25]. Dostupné z: <https://www.avcr.cz/cs/pro-media/tiskove-zpravy/Jak-se-rodí-ideologie-vedci-popsali-pet-ceskych-dezinformacnich-profilu/>.
- ALLEN, J. (2022). *Misinformation Amplification Analysis and Tracking Dashboard.* [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: <https://integrityinstitute.org/blog/misinformation-amplification-tracking-dashboard>.
- ALMEIDA, F. et al. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*. 3. pp. 369–387. DOI: 10.5281/zenodo.887089.
- ARGUEDAS, R., et al. (2022). *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: a Literature Review.* Reuters Institute for the Study of Journalism.
- ARIN, K. P., et al. (2023). Ability of detecting and willingness to share fake news. *Scientific Reports*, 13(1), 7298. DOI: 10.1038/s41598-023-34402-6.
- BARCLAY, D. A. (2018). *Fake news, propaganda, and plain old lies: how to find trustworthy information in the digital age.* Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN 978-1-5381-0889-5.
- BARNER, J. E. (2021). *Russian Interference in 2020 Included Influencing Trump Associates, Report Says.* [online]. [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2021/03/16/us/politics/election-interference-russia-2020-assessment.html>.

- BAUER, J. M. (2022). *Ask the Expert: How do misinformation and disinformation influence elections?* [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: <https://msutoday.msu.edu/news/2022/how-misinformation-and-disinformation-influence-elections>.
- BELAND, F. (2023). *Recognizing the harmful effects of disinformation and how we can fight back*. [online]. [cit. 2023-11-25]. Dostupné z: <https://www.oasis-open.org/2023/05/17/recognizing-the-harmful-effects-of-disinformation-and-how-we-can-fight-back/>.
- BENTZEN, N. (2019). *How to spot when news is fake*. European Parliamentary Research Service.
- BITTMANN, L. (1985). *The KGB and Soviet disinformation: an insider's view*. Velká Británie: Pergamon-Brassey's.
- BrandMentions (2024). *Brand Monitoring Report*. [online]. [cit. 2024-02-20]. Dostupné z: <https://app.brandmentions.com/dashboard/index/index/project/81951125#page/all-mentions>.
- BRIANNA, S. (2020). The Impact of Fake News on the Society. *INOSR HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES* 6 (1). pp. 21–26, 2020. ISSN: 2705-1684.
- BUTCHER, P. (2019). *Disinformation and democracy: The home front in the information war*. The European Politics and Institutions Programme. European Policy Center.
- Capitol Technology University. *TikTok and the War on Misinformation*. [online]. [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: <https://www.captechu.edu/blog/tiktok-and-war-misinformation>.
- CEMPER, J. (2023). *Ne, Ukrajinci opravdu nebudou moci kupovat byty „bez zálohy“*. [online]. [cit. 2023-09-05]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/ne-ukrajinci-opravdu-nebudou-moci-kupovat-byty-bez-zalohy/>.
- CINELLI, M. et al. (2021) The Echo Chamber Effect on Social Media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 118, no. 9. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- CLAYBURN, Y. (1989). *Soviet Disinformation Strategy as Applied to Samora Machel Death Crash*. Německo: Institut für Afrikanische und Internationale Studien.
- COLOMINA C., SÁNCHEZ M. H. & YOUNGS, R. (2021). *The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world*. Trans

- European Policy Studies Association (TEPSA). Brussels © European Union. ISBN: 978-92-846-8014-6. DOI:10.2861/59161.
- Comparative Analysis of Conspiracy Theories. (2020). *GUIDE TO CONSPIRACY THEORIES*. European Cooperation in Science and Technology.
- Connected Papers (2024). *Explore connected papers in a visual graph*. [online]. [cit. 2024-03-26]. Dostupné z: <https://www.connectedpapers.com>.
- Česká národní banka (2023). *ČNB ponechala závazné limity pro hypoteční úvěry s výjimkou DSTI a snížila proticyklickou kapitálovou rezervu na 2,25 %*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/cnb-news/tiskove-zpravy/CNB-ponechala-zavazne-limity-pro-hypotecni-uvery-s-vyjimkou-DSTI-a-snizila-proticyklickou-kapitalovou-rezervu-na225/>.
- Česká národní banka (2024). *Zpráva o měnové politice – zima 2024* [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/zpravy-o-menove-politice/Zprava-o-menove-politice-zima-2024/>.
- Česko v datech (2022). *Dezinformace*. [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/176-dezinformace/>
- Český statistický úřad. (2023). *VÝVOJ EKONOMIKY ČESKÉ REPUBLIKY rok 2022*. [online]. [cit. 2023-09-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606736/32019322q4a.pdf/688f664f-6de0-4baa-91f0-35dd07a0a3cf?version=1.1>.
- DEL VICARIO, M. et al. (2016) Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook. *Scientific Reports*, vol. 6, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.1038/srep37825>.
- Deník (2022). *Neschopné Česko v čele EU? Lež šíří i neúspěšná kandidátka na senátorku*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/ceske-predsednictvi-v-eu-fake-news-petra-redova-milan-rokytka-alda-svoboda-pro.html.
- DONELLY, G. (2024). *74 Super-Useful Facebook Statistics for 2024*. [online]. [cit. 2024-03-09]. Dostupné z: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/11/07/facebook-statistics>.
- DOUGLAS, K. M. et al. (2019). Understanding Conspiracy Theories. *Political Psychology*, vol. 40, no. S1, pp. 3–35. DOI: <https://doi.org/10.1111/pops.12568>.

- E-Bezpečí (2022). *Sociálními sítěmi se šíří dezinformace o údajné kritice členů Evropského parlamentu směrem k českému předsednictví a Petru Fialovi. Vyvolávají vlny nenávisti a jsou aktivně šířeny dál.* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.ebezpeci.cz/index.php?view=article&id=2810&fbclid=IwAR0ofeJzgMXC-SscmwCJQr2zonCgMP7VhzLuv0m5cw-tLKb7vjMfDRaQp3M>.
- ENGDAHL, W. (1986). *A Classical KGB Disinformation Campaign: Who Killed Olof Palme?* This EIR Special Report. Německo: Executive Intelligence Review.
- ETH Library (2024). *Connected Papers.* [online]. [cit. 2024-03-26]. Dostupné z: <https://library.ethz.ch/en/locations-and-media/media-types/databases-standards-patents/connected-papers.html>.
- Eurostat (2024). *Real GDP per capita.* [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_10/default/table?lang=en. DOI: https://doi.org/10.2908/SDG_08_10.
- Evropská komise (2022). *Hospodářská prognóza z podzimu 2022: Ekonomika EU v bode zvratu.* [online]. [cit. 2023-09-05]. Dostupné z: https://czechia.representation.ec.europa.eu/hospodarska-prognoza-z-podzimu-2022-ekonomika-eu-v-bode-zvratu-2022-11-11_cs.
- Evropská rada a Rada EU (2023). *Zelená dohoda pro Evropu.* [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/green-deal/>.
- FRIEDL, T. (2024). *Celkové zásoby na území ČR.* [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.zasobyplynu.cz/?value=1>.
- GAO, Y. (2023). et al. Echo Chamber Effects on Short Video Platforms. *Scientific Reports*, vol. 13, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-023-33370-1>.
- GESAMI, B. (2021). THE IMPACT OF DISINFORMATION. *THE IMPACT of DISINFORMATION: A DEMOCRACY CHALLENGE in the AGE of COVID-19.* DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4086663>.
- GIERSON, J. et al. (2021). *Revealed: anti-vaccine TikTok videos being viewed by children as young as nine.* [online]. [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/08/revealed-anti-vaccine-tiktok-videos-viewed-children-as-young-as-nine-covid>.
- Google Books Ngram Viewer (2023a). *Frequency of Disinformation 1800-2019.* [online]. [cit. 2023-11-09]. Google Books Ngram Viewer. Google, n.d. Ngram

- Viewer. Dostupné z: https://books.google.com/ngrams/graph?content=disinformation&year_start=1800&year_end=2019&corpus=en-2019&smoothing=3.
- Google Books Ngram Viewer (2023b). *Frequency of Propaganda 1800-2019*. [online]. [cit. 2023-11-09]. Google Books Ngram Viewer. Google, n.d. Ngram Viewer. Dostupné z: https://books.google.com/ngrams/graph?content=propaganda&year_start=1800&year_end=2019&corpus=en-2019&smoothing=3.
- Google Books Ngram Viewer (2023c). *Frequency of Conspiracy Theory 1800-2019*. [online]. [cit. 2023-11-09]. Google Books Ngram Viewer. Google, n.d. Ngram Viewer. Dostupné z: https://books.google.com/ngrams/graph?content=conspiracy+theory&year_start=1800&year_end=2019&corpus=en-2019&smoothing=3.
- Google Books Ngram Viewer (2023d). *Frequency of Echo Chamber 1800-2019*. [online]. [cit. 2023-11-09]. Google Books Ngram Viewer. Google, n.d. Ngram Viewer. Dostupné z: https://books.google.com/ngrams/graph?content=echo+chamber&year_start=1800&year_end=2019&corpus=en-2019&smoothing=3.
- HAMMOND-EREY, M. (2023). *Elon Musk's Twitter Is Becoming a Sewer of Disinformation*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://foreignpolicy.com/2023/07/15/elon-musk-twitter-blue-checks-verification-disinformation-propaganda-russia-china-trust-safety/>.
- HEIKKINEN, D. (2021). *An analysis of fake news and its effects on the economy and society*. MPRA Paper No. 116027. [online]. [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/116027/1/MPRA_paper_116027.pdf.
- HERN, A. (2022). *TikTok algorithm directs users to fake news about Ukraine war, study says*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2022/mar/21/tiktok-algorithm-directs-users-to-fake-news-about-ukraine-war-study-says>.
- HORÁČEK, F. (2024). *Do Prahy přijede v pondělí až tisíc traktorů. Kde hrozí zácpy?* [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-finance-protesty-zemedelcu-praha-trasa-245984>.
- HROMKOVÁ, H. D. a KLÉZL, T. (2022). *Pomáháte Ukrajincům víc než nám, křičí na vládu Češi. Není to tak, ukazují tvrdá data*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/ukrajinci-cesi-pomoc-vlada/r~79ba25fc6cb711ed8980ac1f6b220ee8/>.

- CHASAN, A. (2023). *TikTok cracks down on posts about Osama bin Laden's "Letter to America" amid apparent viral trend*. [online]. [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: <https://www.cbsnews.com/news/tiktok-removing-osama-bin-laden-letter-to-america-posts-amid-apparent-viral-trend/>.
- CHEN, J. (2021). Research on the Echo Chamber Effect. *Atlantis press. Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 638. pp. 874–877. DOI: 10.2991/assehr.k.220110.165.
- CHRÁSKA, M. (2016). *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualiz. vyd. Pedagogika. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5326-3.
- iDnes (2023). *I přes varování TikTok v Česku raketově vzrostl, pro prezidenta je to hrozba*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/tiktok-aplikace-cesko-bezpecnost-nku.A230710_124926_domaci_nema.
- iROZHLAS (2022). *OVĚŘOVNA: Zvýšila Ukrajina Česku tranzitní poplatek za ropu? Nemůže to být pravda, říká odborník*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ropa-dodavka-tranzitni-poplatek-ukrajina-rusko-cena_2204220500_pik.
- iROZHLAS (2023a). *TikTok je bezpečnostní hrozba, 'zaměstnancům ho zakazují státní úřady i soukromé firmy*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/tiktok-zakaz-vladni-urady-firmy-bezpecnost-hrozba_2303171110_elev.
- iROZHLAS (2023b). *Společnost nedůvěry: ruským dezinformacím věří v Česku jen tvrdé konspirační jádro*. [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/spolecnost-neduvery-serial-rusko-dezinformace-konspirace-vyzkum-weby-telegram_2306140500_pik.
- IVANOVIĆ, M. (2014). Development of Media Literacy – An Important Aspect of Modern Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 149, pp. 438–442. ISSN 1877-0428. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.284>.
- JACKSON, D. (2018). *ISSUE BRIEF: HOW DISINFORMATION IMPACTS POLITICS AND PUBLIC*. [online]. [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2018/06/How-Disinformation-Impacts-Politics-and-Publics.pdf>.
- JAYAKUMAR, S. et al. (2021). *Disinformation and fake news*. Singapore: Palgrave Macmillan, Palgrave pivot. ISBN 978-981-15-5875-7.

- JONES, M. D. (2021). *Disinformation and you: identify propaganda and manipulation*. Detroit: Visible Ink Press. ISBN 1578597404.
- JONES, T. L. et al. (2013). A quick guide to survey research. *Ann R Coll Surg Engl.* 95(1). pp. 5–7 DOI. 10.1308/003588413X13511609956372. PMID: 23317709; PMCID: PMC3964639.
- KANG, E. & HWANG H. J. (2023). The Importance of Anonymity and Confidentiality for Conducting Survey Research. *Journal of Research and Publication Ethics* 4. pp. 1–7. DOI: 10.15722/jrpe.4.1.202303.1.
- KARIPIDIS, K. et al. (2021) 5G Mobile Networks and Health—a State-of-The-Science Review of the Research into Low-Level RF Fields above 6 GHz. *Journal of Exposure Science & Environmental Epidemiology*, vol. 31, no. 4. pp. 585–605, DOI: <https://doi.org/10.1038/s41370-021-00297-6>.
- KITCHENS, B. et al. (2020). Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS Quarterly*, vol. 44, no. 4. pp. 1619–1649, DOI: <https://doi.org/10.25300/misq/2020/16371>.
- KOPECKÝ, K. et al. (2021). *Disinformation and Its Negative Impact in The Changing World of Mass Media (Specifically Focused on the COVID-19 Pandemic in the Czech Republic)*. Libri 72 (4). DOI: 10.1515/libri-2021-0048.
- KOZEL, Roman et al. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Expert (Grada). Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.
- KRYŠTOFOVÁ, V. (2023). *Právně definovat dezinformaci je nemožné. Platí ,když ji vidím, tak ji poznám‘, říká redaktor Koubský*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-novy-zakon-koubsky_2303242250_krp.
- LATKOVKIJ, T. M. & POPOVSKA, M. B. (2020). Online research about online research: advantages and disadvantages. *E-methodology*. 6. pp. 44–56. DOI: 10.15503/emet2019.44.56.
- LEVY, G. & RAZIN, R. (2019). *Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes*. Annual Reviews. DOI: <https://doi.org/10.1146/>.
- LISKOVÁ, N. (2024a). [příspěvek na síti X] 16. 1 2024. Dostupné z: https://twitter.com/liskova_nela/status/1747268628821819540.

- LISKOVÁ, N. (2024b). [příspěvek na síti X] 25. 1 2024. Dostupné z: https://twitter.com/liskova_nela/status/1750457711240614033.
- LOPÉZ, N. D. et al. (2021). Beyond Challenges and Viral Dance Moves: TikTok as a Vehicle for Disinformation and Fact-Checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA. *Anàlisi* 64 (64). pp. 65–84. DOI: 10.5565/rev/analisi.3411>.
- MACK, N. et al. (2011). *Qualitative Research Methods: A DATA COLLECTOR'S FIELD GUIDE*. Family Health International. ISBN: 0-939704-98-6.
- MAREŠ, P. (2022). *Kyberkultura, hackeri a digitální revoluce: informace chce být svobodná*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3358-1.
- MENŠÍK, J. (2024). *Původní protest zemědělců se zvrhl v politickou frašku*. [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-on-line-traktory-najizdeji-do-prahy-40461118>.
- Ministerstvo financí ČR (2023a). Makroekonomická predikce České republiky. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/rozpocetova-politika/makroekonomika/makroekonomicka-predikce/2023/makroekonomicka-predikce-listopad-2023-53576>. ISSN 1804-7971.
- Ministerstvo financí ČR (2023b). *STÁTNÍ ROZPOČET 2023 V KOSTCE*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: https://www.mfcr.cz/assets/cs/media/2023-03-28_Statni-rozpocet-2023-v-kostce_v02.pdf.
- Ministerstvo práce a sociálních věcí (2023a). *Jednorázový příspěvek 5000 Kč na dítě*. [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/jednorazovy-prispevek-na-dite>.
- Ministerstvo práce a sociálních věcí (2023b). *Humanitární dávka*. [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/humanitarni-davka>.
- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2023). *ČR s předstihem splnila evropské nařízení o naplněnosti plynových zásobníků*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/cr-s-predstihem-splnila-evropske-narizeni-o-naplnenosti-plynovych-zasobniku--275808/>.
- Ministerstvo vnitra České republiky (2023). *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám*. [online]. [cit. 2023-08-31]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/centrum-proti-terorismu-a-hybridnim-hrozbam.aspx>.

- Ministerstvo vnitra České republiky (2024a). *Trestněprávní úprava*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/dezinformacni-kampane-trestnepravni-uprava-trestnepravni-uprava.aspx>.
- Ministerstvo vnitra České republiky (2024b). *Analýza připravenosti České republiky čelit závažné dezinformační vlně*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/analyza-pripravenosti-ceske-republiky-celit-zavazne-dezinformacni-vlne.aspx>.
- MUDAVATH, N. & NARAYAN, K.A. (2019). Strengths and Weakness of Online Surveys. 24. *Journal of Humanities and Social Sciences*. Volume 24, Issue 5. pp. 31–38. DOI: 10.9790/0837-2405053138.
- Myšička Mária (2022). [příspěvek na síti Facebook] 23. 11. 2022. Dostupné z: <https://www.facebook.com/marie.oravcova/posts/pfbid0UMgtnQYA5RRoktDXHwoJNmHNsiRCMqvAG1yd2MjZrPZKYFkEpQYizqsLGcwtV4Ufl>.
- Nadační fond nezávislé žurnalistiky (2019). *Tisková zpráva – Dezinformační weby a zpravodajství v ČR*. [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/aktuality/tiskova-zprava-dezinformacni-weby-a-zpravodajstvi-v-cr/>.
- Národní ústav duševního zdraví (2023). *V České republice loni přibylo sebevražd. V předchozích letech jejich počet naopak klesal*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.nudz.cz/pro-media/tiskove-zpravy/v-ceske-republice-loni-pribylo-sebevrazd-v-predchozich-letech-jejich-pocet-naopak-klesal-1>.
- NUTIL, P. (2018). *Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0716-2.
- O'CARROLL, L. (2023). *EU warns Elon Musk after Twitter found to have highest rate of disinformation*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2023/sep/26/eu-warns-elon-musk-that-twitter-x-must-comply-with-fake-news-laws>.
- OH O. et al. (2013). *Community intelligence and social media services: a rumor theoretic analysis of tweets during social crises*. MIS Q. Manag. Inf. Syst. 37(2). pp. 407–426. DOI: 10.25300/MISQ/2013/37.2.05.
- OKAMURA, T. (2024). [příspěvek na síti TikTok] 9. 3. 2024. Dostupné z: <https://www.tiktok.com/@tomiospd/video/7344270242685668641>.

- OLAN, F. et al. (2022). Fake news on Social Media: the Impact on Society. *Inf Syst Front*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>.
- PAMMENT, J. (2020). *The EU's Role in Fighting Disinformation: Taking Back the Initiative*. Carnegie Endowment for International Peace.
- PAMMENT, J. (2021). *RESIST: příručka pro boj s dezinformacemi*. Government Communication service.
- PAN, Y. (2023). Study on the Influence of Personalized Algorithm of Social Media TikTok upon College Students. *Advances in Humanities Research*, vol. 4, no. 1, 17 pp. 1186–1197. DOI: <https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/2022860>.
- PIKA, T. (2022). *OVĚŘOVNA: Zvýšila Ukrajina Česku tranzitní poplatky za ropu? Nemůže to být pravda, říká odborník*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ropa-dodavka-tranzitni-poplatek-ukrajina-rusko-cena_2204220500_pik.
- PIKA, T. (2023). *OVĚŘOVNA: Valorizace důchodů a církevních restitucí. Obrázek manipuluje na sítích i v e-mailech*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/overovna-valorizace-cirkevni-restituce-duchody-retezovy-e-mail-manipulace_2304070500_pik.
- PLEVÁK, O. (2023). *Syrovátka: Důvěra v jednu konspirační teorii z vás ještě nedělá antisystémového člověka*. [online]. [cit. 2024-03-26]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/digitalni-agenda/interview/syrovatka-duvera-v-jednu-konspiracni-teorii-z-vas-jeste-nedela-antisystemoveho-cloveka/>.
- Princeton University Library (2024). *Literature Mapping*. [online]. [cit. 2024-03-26]. Dostupné z: <https://libguides.princeton.edu/c.php?g=1171670&p=8559773>.
- Pražská plynárenská (2022). *Aktuální situace na trhu s plynem a elektřinou*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.ppas.cz/aktuality/aktualni-situace-na-trhu-s-plynem-elektrinou>.
- Rada Evropské unie (2022). *EU imposes sanctions on state-owned outlets RT/Russia Today and Sputnik's broadcasting in the EU*. [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rt-russia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/>.
- RAHMAN, Md. (2016). The Advantages and Disadvantages of Using Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Language “Testing and Assessment”

- Research: A Literature Review. *Journal of Education and Learning*. 6. 102. pp. 102–112. DOI: 10.5539/jel.v6n1p102.
- REICHEL, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Sociologie. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3006-6.
- RUSU, M-L. & HERMAN, R. (2018). THE IMPLICATIONS OF PROPAGANDA AS A SOCIAL INFLUENCE STRATEGY. *Scientific Bulletin*. Vol. XXIII No 2 (46). pp. 118–125.
- RUTENBERG, J. AND CONGER, K. (2023). *Elon Musk Is Spreading Election Misinformation, but X's Fact Checkers Are Long Gone*. [online]. [cit. 2024-03-05]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2024/01/25/us/politics/elon-musk-election-misinformation-x-twitter.html>.
- RUTHERFORD, N. (2023). *About mis-disinformation, its potential impacts, and the challenges to finding effective countermeasures*. [online]. University of Ottawa [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.pdinstitute.uottawa.ca/common/Uploaded%20files/PDI%20files/About-Mis-disinformation-and-its%20Potential-Impacts-Nicolas-Rutherford.pdf>.
- Scribd (2022). *An Open Letter To YouTube's CEO From The World's Fact-Checkers (With Filipino Version)*. [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.scribd.com/document/552347416/An-Open-Letter-to-YouTube-s-CEO-From-the-World-s-Fact-checkers-with-Filipino-version>.
- SERRANO, R. M. (2024). *DISINFORMATION ON YOUTUBE: RESEARCH AND CONTENT MODERATION POLICIES*. [online]. [cit. 2024-02-27]. Dostupné z: <https://www.disinfo.eu/publications/disinformation-on-youtube/>.
- Seznam Zprávy (2023). *Dopady války: Jak ovlivnila společnost i ekonomiku*. [online]. [cit. 2023-09-05]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-dopady-valky-jak-ovlivnila-spolecnost-i-ekonomiku-226306>.
- SHU, K. et al. (2020). *Disinformation, misinformation, and fake news in social media: emerging research challenges and opportunities*. Cham: Springer. Lecture notes in social networks. ISBN 978-3-030-42698-9.
- Statista (2023). *Distribution of Facebook users worldwide as of January 2023, by age and gender*. [online]. [cit. 2024-03-09]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>.

- STEM (2022). *Dezinformace ohrožují naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů.* [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuji-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlasí-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>.
- STEM (2023). *Česká společnost je rozpolcená na tématu podpory ukrajinských uprchlíků. Vnímání Ruska jako hlavního viníka války neklesá.* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: https://ustavstem.sharepoint.com/sites/work_share/Sdilene%20dokumenty/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2Fwork%5Fshare%2FSdilene%20dokumenty%2Fweb%2F2023%2D10%2D10%5FSTEM%5Fpostoje%5Fk%5Fvalce%5Fa%5FUA%5Fuprchlikum%5Fzprava%5F09%2D2023%2Epdf&parent=%2Fsites%2Fwork%5Fshare%2FSdilene%20dokumenty%2Fweb&p=true&ga=1.
- SUDOVÁ, K. (2023). *Cena plynu na burze 2023: Aktuální graf, zásoby a dodavatelé v Česku.* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/cena-plynu-burza-graf-aktualne>.
- ŠVIHEL, P. (2023). *Ukrajinců, kterým stát platí nouzové ubytování, výrazně ubylo.* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-ukrajincu-kterym-stat-hradi-nouzove-ubytovani-radikalne-ubylo-236991>.
- SVOBODA, T. (2023). *Ministerstvo financí odmítlo platit humanitární dávku pro uprchlíky. Potřebné miliardy nedáme, vzkázal Stanjurův resort.* [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://ekonomickydenik.cz/ministerstvo-financi-odmitlo-platit-humanitarni-davku-pro-uprchliky-potrebne-miliardy-nedame-vzkazal-stanjuruv-resort/>.
- TÁBORSKÝ, J. (2020) *V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2014-7.
- The Cybersecurity and Infrastructure Security Agency. (2022). *Tactics of Disinformation.* [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.cisa.gov/resources-tools/resources/tactics-disinformation>.
- TOLENTINO, D. (2023). *TikTok removes hashtag for Osama bin Laden's 'Letter to America' after viral videos circulate.* [online]. [cit. 2023-11-28]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/news/osama-bin-laden-letter-to-america-tiktok-hashtag-removed-viral-videos-rcna125534>.

- USCINSKI, J. et al. (2022). Cause and Effect: On the Antecedents and Consequences of Conspiracy Theory Beliefs. *Current Opinion in Psychology*, vol. 47. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101364>.
- VACCARI, CH. & CHADWICK A. (2020) Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, vol. 6, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>.
- VALENZUELA, B. (2022) The Weapon of the Century: Contemporary Politics through the TikTok Algorithm. [online]. [cit. 2024-03-09]. *Harvard Political Review*. Dostupné z: harvardpolitics.com/tiktok-politics-algorithm/.
- VAN DAMME, D. & ZAHNER, D. (2022). *Does Higher Education Teach Students to Think Critically?* OECD. DOI: <https://doi.org/10.1787/cc9fa6aa-en>.
- VASKE, J. (2011). Advantages and Disadvantages of Internet Surveys: Introduction to the Special Issue. *Human Dimensions of Wildlife*. 16. pp. 149–153. DOI: [10.1080/10871209.2011.572143](https://doi.org/10.1080/10871209.2011.572143).
- VOSOUGHI, S. et al. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, vol. 359, pp. 1146–1151. DOI: [10.1126/science.aap9559](https://doi.org/10.1126/science.aap9559).
- WANG, C. C. (2020). Fake News and Related Concepts: Definitions and Recent Research Development. *Contemporary Management Research*, 16 (3), pp. 145–174. DOI: <https://doi.org/10.7903/cmr.20677>.
- XIONG, X. (2022). Critical Review of Quantitative and Qualitative Research. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 670. pp. 956–959. DOI: [10.2991/assehr.k.220704.172](https://doi.org/10.2991/assehr.k.220704.172).
- ZELENKA, J. (2023). *Zákon proti dezinformacím nebude. Téma by opozice zneužila u voleb, říká poradce premiéra*. [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/zakon-proti-dezinformacim-nebude-tema-by-opozice-zneužila-u-voleb-rika-poradce-premiera-1412048>.

8 Seznam obrázků, tabulek a grafů

8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Vizualizace sítě.....	16
----------------------------------	----

8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Prognóza	47
---------------------------	----

8.3 Seznam grafů

Graf 1: Výskyt pojmu „disinformation“ v letech 1800–2019.....	18
Graf 2: Výskyt pojmu „propaganda“ v letech 1800–2019.....	21
Graf 3: Výskyt pojmu „kospirační teorie“ v letech 1800–2019.....	23
Graf 4: Výskyt pojmu „echo chamber“ v letech 1800–2019	24
Graf 5: Výskyt klíčových slov	39
Graf 6: Počet shlédnutí klíčových slov	40
Graf 7: Počet interakcí	41
Graf 8: HDP na obyvatele za rok 2023	48
Graf 9: Věk respondentů	49
Graf 10: Pohlaví.....	50
Graf 11: Distribuce uživatelů Facebooku po celém světě podle věku a pohlaví za rok 2023	50
Graf 12: Vzdělání respondentů	52
Graf 13: Frekvence sledování médií podle věku	53
Graf 14: Preference získání informací o ekonomické situaci České republiky	54
Graf 15: Důvěryhodnost sociálních sítí	55
Graf 16: Rozpoznání dezinformací	58
Graf 17: Subjektivní zhodnocení	59
Graf 18: Kontrola informací	59
Graf 19: Nejčastější výskyt dezinformací.....	61
Graf 20: Vliv dezinformací	62
Graf 21: Prevence.....	63
Graf 22: Rozvoj mediální gramotnosti.....	64

Přílohy

Příloha A	Dotazník
Příloha B	Příspěvek na Twitteru
Příloha C	Příspěvek na Twitteru
Příloha D	Příspěvek na Facebooku
Příloha E	Příspěvek na Facebooku
Příloha F	Zásoba plynu
Příloha G	Příspěvek na Facebooku
Příloha H	Příspěvek na TikToku
Příloha CH	Dopis ředitele YouTube

Příloha A Dotazník

Dezinformace v českých médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky

Vážení respondenti,

jsem studentkou magisterského studijního oboru Veřejná správa a regionální rozvoj Provozně ekonomické fakulty ČZU v Praze.

Tímto bych vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku, který je určen ke zpracování mé diplomové práce na téma Dezinformace v českých médiích ve vztahu k ekonomické situaci České republiky. Cílovou skupinou tohoto výzkumu jsou občané České republiky starší 18 let. Dotazník zabere přibližně 10 minut.

Před vyplněním dotazníku bych vás ráda informovala o tom, že vaše účast na tomto výzkumu je dobrovolná. Vaše odpovědi budou zpracovány anonymně a použity pouze pro účely tohoto výzkumu.

Velice vám děkuji za váš čas, který jste věnovali vyplňování dotazníku.

Thi Lan Anh Ngoová

1. Myslíte si, že rozpoznáte dezinformaci?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne

Fialova pětikoalice chce důchodcům sebrat na valorizacích stejný objem peněz, který vynaložila na dodávky zbraní Ukrajině! Spočítali jsme to za vás a nestačili jsme se divit! Důchodci tak mají zaplatit nejen vyzbrojování Ukrajiny, ale dokonce i dopady mamutí inflace způsobené vládou Petra Fialy v důsledku uplatnění sankcí proti energiím a palivům z Ruské federace! Jaký je to pocit mít vládu, která pomáhá Ukrajině zbraněmi a municí na úkor vlastních důchodců? A proč Fialova vláda nezruší v ČR alespoň DPH na potraviny jako v Polsku?

Zdroj: AENews (2023)

2. Jsou podle Vašeho názoru tvrzení uvedená na obrázku č. 1 pravdivá?

- a) Ano, zcela
- b) Ano, ale jen částečně
- c) Nevím
- d) Ne, většina jsou dezinformace
- e) Ne, vše jsou dezinformace

Okruh č. 1: Postoje k médiím a důvěryhodnost informací

3. Jaká je Vaše frekvence sledování médií?

- a) Denně
- b) Několikrát týdně
- c) 1x týdně
- d) Méně

4. Jakým způsobem preferujete získávat informace o ekonomické situaci České republiky?

- a) Veřejnoprávní média (Česká televize)
- b) Komerční televizní média (TV Nova, Prima TV,...)
- c) Komerční tištěná média (Blesk, Mladá Fronta DNES,...)
- d) Komerční online média (Novinky.cz, iDNES.cz, Seznam Zprávy,...)
- e) Zpravodajské webové stránky (AC24.cz, Aeronet.cz, Sputniknews.cz, Parlamentní listy,...)
- f) Sociální sítě (např.: Facebook, X (dříve Twitter), Instagram, TikTok)

- g) Přátelé
- h) Ekonomické reporty a studie
- i) Odborné konference a semináře
- j) Jiné:

5. Na stupnici 1-5 označte, jak důvěryhodné považujete vybrané sociální sítě a online platformy.

1 = nejméně

5 = nejvíce

Facebook

X (dříve Twitter)

Instagram

YouTube

TikTok

Reddit

WhatsApp

Telegram

Facebook

X (dříve Twitter)

Instagram

YouTube

TikTok

Reddit

WhatsApp

Telegram

6. Jak často kontrolujete pravdivost informací, které získáváte z médií?

- a) Denně
- b) Pouze, pokud mám o dané informaci pochybnosti
- c) Nekontroluji, informace čerpám jen z relevantních zdrojů
- d) Nikdy, protože nevím jak
- e) Jiné:

Okruh č. 2: Identifikace dezinformací na sociálních sítích

7. Na které sociální sítě se nejčastěji setkáváte s dezinformacemi?

- a) Facebook
- b) X (dříve Twitter)
- c) Instagram
- d) TikTok
- e) YouTube
- f) S dezinformacemi se neseťkávám
- g) Nepoužívám sociální sítě
- h) Jiné:

8. Máte pocit, že jste v poslední době narazili na nějaké dezinformace týkající se ekonomické situace České republiky? Pokud ano, uveďte příklady a kdy se tak stalo.

*pokud ne, pokračujte prosím na další otázku

Okruh č. 3: Vliv dezinformací na společnost

9. Jak si myslíte, že mohou dezinformace ovlivnit veřejné mínění a rozhodování v otázkách ekonomiky?

- a) Mohou vést k nesprávné interpretaci ekonomických trendů a událostí
- b) Mohou zkreslovat vnímání ekonomických politik
- c) Mohou podkopávat důvěru ve vládní instituce a ekonomické subjekty
- d) Mohou ovlivnit demokratické procesy
- e) Mohou podpořit extremistické postoje
- f) Nemají vliv na veřejné mínění a rozhodování v otázkách ekonomiky
- g) Jiné:

Okruh č. 4: Prevence a snižování vlivu dezinformací

10. Co si myslíte, že by mohlo přispět k prevenci a snížení vlivu dezinformací týkajících se ekonomické situace v České republice?

- a) Zvýšení transparentnosti ekonomických dat a informací
- b) Posílení vzdělávacích programů zaměřených na ekonomickou gramotnost
- c) Podpora nezávislých médií a investigativního žurnalismu
- d) Vytvoření veřejných kampaní a informačních portálů, které prezentují objektivní a ověřené informace o ekonomické situaci
- e) Legislativní opatření
- f) Rozvoj umělé inteligence
- g) Podpora kritického myšlení a zdrojové analýzy
- h) Vývoj aktivních strategií
- i) Nezávislé kontroly online platforem
- j) Podpora lidského ověřování faktů
- k) Nemám žádný názor na tuto otázku
- l) Jiné:

11. Jak by měla být zlepšena informační gramotnost veřejnosti, aby byla schopna rozpoznat dezinformace?

- a) Poskytováním speciálních kurzů a workshopů
- b) Rozšířením přístupu k ověřeným zpravodajským zdrojům a faktickým informacím
- c) Podporou vývoje online nástrojů a aplikací
- d) Zapojením mediální gramotnosti do školních osnov
- e) Nijak, není třeba specifických opatření v oblasti dezinformací
- f) Jiné:

Okruh č. 5: Základní informace respondentů

12. Jaký je Váš věk?

- a) 18–23
- b) 24–29
- c) 30–35
- d) 36–41
- e) 42–47
- f) 48–53
- g) 54–59
- h) 60+

13. Jaké je Vaše pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž
- c) Jiné
- d) Nechci odpovídat na tuto otázku

14. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) Základní škola
- b) Střední vč. vyučení (bez maturity)
- c) Úplné střední všeobecné (s maturitou)
- d) Úplné střední odborné (s maturitou)
- e) Vyšší odborné
- f) Vysokoškolské

Shrnutí a další poznámky

15. Máte nějaké další poznámky nebo připomínky týkající se tématu dezinformací v českých médiích a jejich vztahu k ekonomické situaci České republiky?

Příloha B Příspěvek na Twitteru

Nástupem vlády Fialy máme nejen extrémní nárůst chudoby a sebevražd, díky jejich podpoře ukrajinských nacistů na úkor českých občanů, ale taky fenomén v podobě NEústavního soudu a soudního systému, který protěžuje kriminalitu a současně kriminalizuje režimu nepohodlné občany.



↻ 5

♥ 58

📊 767



Příloha C Příspěvek na Twitteru

75 mld. korun získají církve v letošní valorizaci.

19 mld. pro seniory je ovšem obrovský problém.

Od této "vlády", s vývojem událostí, očekávám už jen další úsporný balíček s názvem "udej se sám"...



↻ 20

♥ 146

📊 1.3K



Příloha D Příspěvek na Facebooku

Ukrajina nám zvedla od 1.4.2022 tranzitní poplatek o třetinu za průchod ropy skrz jejich republiku.



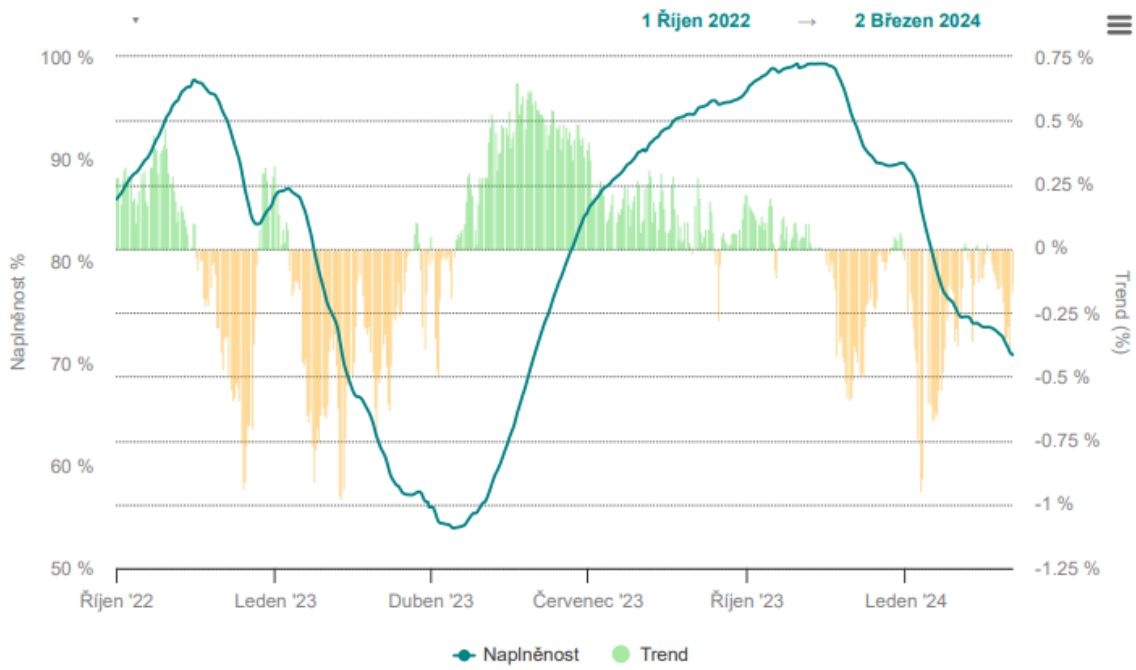
To je zřejmě poděkování od Zelenského za to, že jsme jim poslali jim požadované zbraně a že pomáháme ukrajinským uprchlíkům je zde zabezpečit finančně, zdravotně, ubytovat, atd.

Ovšem tuhle informaci vám zaprodána média neřeknou.

Příloha E Příspěvek na Facebooku

Takže když to shrnu. Po 33 letech nové "svobody" budeme bez bytů, bez tepla, bez elektriky, bez osobní dopravy, bez peněz, bez drobného podnikání, bez práce a bez jídla. V zemi nám nic nepatří, vládne tyranie, korupce, cenzura, udávání a hloupost.
Co tedy bylo horší?

Příloha F Zásoba plynu



Zdroj: Friedl (2024)

Příloha G Příspěvek na Facebooku



Alda Svoboda

6 d. · 🌐

...

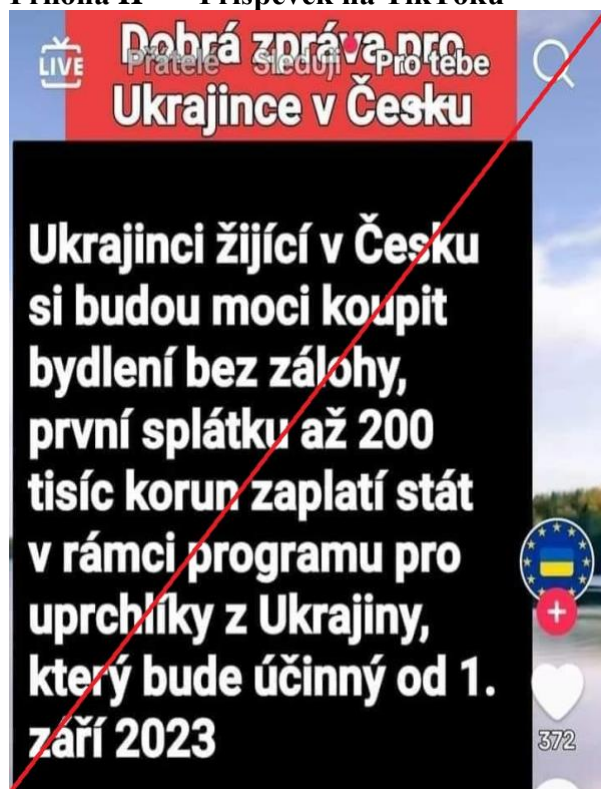
Z Evropského parlamentu: Italští europoslanci v čele s Matteo Adinolfi označili EU pod vedením Fialy za nejhorší od vzniku. Německý poslanec Gunnar Beck a jeho strana o Českém předstnictví řekli, že je naprosto chaotické, a může vést díky neschopnosti Českého premiéra až k rozpadu EU (To by zase tolik nevadilo). Slovenský premiér Heger Fialovi rovnou vzkázal, že jeho (Fialu) Slovensko poslouchat nebude, není prý důstojný partner. Řecko v čele s EU poslankyní Evou Kaili pohrozilo Fialovi blokadou jakýchkoliv jím sjednaných opatření z důvodů naprosté ignorace při řešení Řecko-Tureckých sporů. Francie nebude v případě nouze nikomu dohazovat žádnou energii, Španělsko a Portugalsko se naprosto distancují od úsporných opatření nařízená z EU pod Fialovým vedením. O Maďarsku a jejich názorech na Fialu ani nemusíme psát. Pobaltské státy jsou zděšeny nicneděláním České vlády v oblasti energetiky (jejich EU poslanci o Fialovi řekli, že je možná dobrý politolog, ale naprosto neschopný politik). Jedno se Fialovi musí uznat. Je schopen zlikvidovat naprosto vše. ČR počínaje a Evropou konče. Takže svým způsobem, pokud on bude ten, kdo zlikviduje EU a kvůli němu se rozpadne (což je docela pravděpodobné) ještě mu na pozdrav zamáváme. Takže Fialo - Já vím, dle tebe je vše v pořádku, nic se neděje, že? České firmy krachují po stovkách, lidem kterým už přišlo vyúčtování jsou žalí na sebevraždu, ale nic se neděje, vše OK, že? Však titul, ten kdo zlikviduje vše na co sáhne ti právem patří. Jsem velice rád, že ti nadávají snad všichni, kromě tvých ovcí.



👍❤️ 8 tis.

2,9 tis. komentářů 13 tis. sdílení

Příloha H Příspěvek na TikToku



Příloha CH Dopis ředitele Youtube

An open letter to YouTube's CEO from the world's fact-checkers

January 12th, 2022

Ms. Susan Wojcicki,

It's been almost two years since the COVID-19 pandemic started. The world has seen time and time again how destructive disinformation and misinformation can be for social harmony, democracy, and public health; too many lives and livelihoods have been ruined, and far too many people have lost loved ones to disinformation. As an international network of fact-checking organizations, we monitor how lies spread online — and every day, we see that YouTube is one of the major conduits of online disinformation and misinformation worldwide. This is a significant concern among our global fact-checking community.

What we do not see is much effort by YouTube to implement policies that address the problem. On the contrary, YouTube is allowing its platform to be weaponized by unscrupulous actors to manipulate and exploit others, and to organize and fundraise themselves. Current measures are proving insufficient. That is why we urge you to take effective action against disinformation and misinformation, and to elaborate a roadmap of policy and product interventions to improve the information ecosystem — and to do so with the world's independent, nonpartisan fact-checking organizations.

In the last year, we have seen conspiracy groups thriving and collaborating across borders, including an international movement that started in Germany, jumped to Spain and spread through Latin America, all on YouTube. Meanwhile, millions of other users were watching videos in Greek and Arabic that encouraged them to boycott vaccinations or treat their COVID-19 infections with bogus cures. Beyond COVID-19, YouTube videos have been promoting false cures for cancer for years.

In Brazil, the platform has been used to amplify hate speech against vulnerable groups, reaching tens of thousands of users. Elections are not safe either. In the Philippines, false content with over 2 million views denying human rights abuses and corruption during the Martial law years are being used to burnish the reputation of the late dictator's son, one of the candidates in the 2022 elections. In Taiwan, the last election was marred by unsubstantiated accusations of fraud. The whole world witnessed the consequences of disinformation when a violent mob assaulted the U.S. Capitol last

year. From the eve of the U.S. presidential election to the day after,

The examples are too many to count. Many of those videos and channels remain online today, and **they all went under the radar of YouTube's policies**, especially in non-English speaking countries and the Global South. We are glad that the company has made some moves to try to address this problem lately, but based on what we see daily on the platform, we think these efforts are not working — nor has YouTube produced any quality data to prove their effectiveness.

Your company platform has so far framed discussions about disinformation as a false dichotomy of deleting or not deleting content. By doing this, **YouTube is avoiding the possibility of doing what has been proven to work**: our experience as fact-checkers together with academic evidence tells us that surfacing fact-checked information is more effective than deleting content. It also preserves freedom of expression while acknowledging the need for additional information to mitigate the risks of harm to life, health, safety and democratic processes. And given that a large proportion of views on YouTube come from its own recommendation algorithm, YouTube should also make sure it does not actively promote disinformation to its users or recommend content coming from unreliable channels.

With all this in mind, **we propose some solutions** that would make a great deal of difference in reducing the dissemination of disinformation and misinformation on YouTube.

1. A commitment to **meaningful transparency** about disinformation on the platform: YouTube should support independent research about the origins of the different misinformation campaigns, their reach and impact, and the most effective ways to debunk false information. It should also publish its full moderation policy regarding disinformation and misinformation, including the use of artificial intelligence and which data powers it.
2. Beyond removing content for legal compliance, YouTube's focus should be on **providing context and offering debunks**, clearly superimposed on videos or as additional video content. That only can come from **entering into a meaningful and structured collaboration taking the responsibility and systematically investing in independent fact-checking** efforts around the world that are working to solve these issues.
3. **Acting against repeat offenders** that produce content that is constantly flagged as disinformation and misinformation, particularly those monetizing that content on and outside the platform, notably by preventing its recommendation algorithms from promoting content from such sources of misinformation.
4. Extend current and future efforts against disinformation and misinformation **in languages different from English**, and provide country- and language-specific data, as well as transcription services that work in any language.

We hope you will consider implementing these ideas for the public good and to make YouTube a platform that truly does its best to prevent disinformation and misinformation being weaponized against its users and society at large. **We are ready and able to help YouTube. We wish to meet with you to discuss these matters and find ways forward on a collaboration, and look forward to your response to this offer.**

Signatories

Africa Check (Senegal, Nigeria, Kenya, South Africa) / Animal Político – El Sabueso (Mexico) / Aos Fatos (Brazil) / Bolivia Verifica (Bolivia) / BOOM (India, Myanmar and Bangladesh) / Check Your Fact (USA) / Code for Africa – PesaCheck (Burkina Faso, Burundi, Cameroon, Central African Republic, Côte d'Ivoire, Ethiopia, Ghana, Guinea, Kenya, Mali, Niger, Nigeria Senegal, South Africa, Sudan, Tanzania, Uganda and Zimbabwe) / Colombiacheck (Colombia) / CORRECTIV (Germany) / Cotejo.info (Venezuela) / Chequeado (Argentina) / Delfi Lithuania (Lithuania) / Demagog Association (Poland) / Doğruluk Payı (Turkey) / Dubawa (Nigeria, Ghana, Sierra Leone, Liberia and The Gambia) / Ecuador Chequea (Ecuador) / Ellinika Hoaxes (Greece) / Fact Crescendo (India) / Fact-Check Ghana / FactCheck.org (USA) / FactSpace West Africa / Facta (Italy) / Factcheck.NI (UK) / Factly (India) / Factual.ro (Romania) / FactWatch (Bangladesh) / Fakenews.pl (Poland) / Faktisk.no (Norway) / Faktograf.hr (Croatia) / Faktoje (Albania) / Fast Check CL (Chile) / Fatabyyano (Middle East and North Africa) / Full Fact (UK) / GRASS – FactCheck Georgia / India Today Group (India) / Istinomer (Serbia) / Istinomjer (Bosnia i Hercegovina) / Hibrid.info (Kosovo) / Knack Magazine (Belgium) / La Silla Vacía (Colombia) / Lead Stories (USA) / Les Surligneurs (France) / Logically (UK) / Lupa (Brazil) / Maldita.es (Spain) / MediaWise (USA) / Mongolian Fact-checking Center (Mongolia) / MyGoPen (Taiwan) / Myth Detector (Georgia) / NewsMobile (India) / Newschecker (India and South Asia) / Newtral (Spain) / Observador – Fact Check (Portugal) / Open Fact-checking (Italy) / OŠTRO (Slovenia) / Pagella Política (Italy) / Poligrafo (Portugal) / PolitiFact (USA) / Pravda (Poland) / Rappler (Philippines) / Raskrinkavanje (Bosnia i Hercegovina) / Re:Check/Re:Baltica (Latvia) / RMIT ABC Fact Check (Australia) / Rumor Scanner (Bangladesh) / Science Feedback (France) / StopFake (Ukraine) / Taiwan FactCheck Center / Tempo (Indonesia) / Teyit (Turkey) / The Healthy Indian Project/THIP Media (India) / The Journal FactCheck (Ireland) / The Logical Indian (India) / The Quint (India) / The Washington Post Fact Checker (USA) / The Whistle (Israel) / Univision – eDetector (USA) / VERA Files (Philippines) / Verificat (Spain) / Vishvas News (India) / Vistinomer (North Macedonia) / VoxCheck (Ukraine) / 15min (Lithuania)

Zdroj: Scribd (2022)