

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2024

Štěpán Pichl

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Zkušenost českých seniorů s dezinformacemi

Bakalářská práce

Autor práce: Štěpán Pichl

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Radim Wolák

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.
4. Při přípravě této práce autor použil nástroje umělé inteligence ChatGPT a Descript za účelem rešerše, korektury textu a převodu audio nahrávek na text. Po použití tohoto nástroje/služby autor obsah podle potřeby zkontroloval a upravil a přebírá plnou odpovědnost za obsah publikace.

V Praze dne
29. 4. 2024

Štěpán Pichl

Bibliografický záznam

PICHL, Štěpán. *Zkušenost českých seniorů s dezinformacemi*. Praha, 2024. 96 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Radim Wolák

Rozsah práce: 144 047 znaků

Abstrakt

Tato bakalářská práce zkoumá vztah českých seniorů k dezinformacím, jejich schopnost kriticky analyzovat informace, metody ověřování informací a možnosti zlepšení jejich mediální gramotnosti. V teoretické části je práce rozdělena do tří segmentů: popis fenoménu dezinformací, pozice dezinformací v českém mediálním kontextu a specifika seniorů v České republice, včetně souvislostí mezi stářím a kognitivními zkresleními. Praktická část se opírá o kvalitativní analýzu polostrukturovaných rozhovorů s deseti seniorními respondenty. Výzkum ukázal, že většina seniorů považuje dezinformace za vážný problém. Někteří ovšem vykazují ve vztahu k tématu apatii nebo rezignaci a jejich názory na vládní opatření proti dezinformacím se odrážejí v politických postojích. Přestože mnozí vidí mediální vzdělávání jako užitečné, pouze menšina má o něm jasnou představu a mnozí senioři účast na vzdělávacích programech odmítají. Výzkum doporučuje vyšší socializaci seniorů a iniciativy na podporu mediálního vzdělávání, které by měly být zaměřeny na efektivnější práci s technologiemi a novými médii.

Abstract

This bachelor's thesis examines the relationship of Czech seniors to disinformation, their ability to critically analyze information, methods of verifying information, and possibilities for improving their media literacy. The theoretical part of the work is divided into three segments: a description of the phenomenon of disinformation, the position of disinformation in the Czech media context, and the specifics of seniors in the Czech Republic, including the connections between aging and cognitive biases. The practical part is based on a qualitative analysis of semi-structured interviews with ten senior respondents. The research showed that most seniors consider disinformation a serious problem. However, some display apathy or resignation regarding the topic, and their views on government measures against disinformation reflect their political attitudes. Although many see media education as beneficial, only a minority have a clear understanding of it, and many seniors refuse participation in educational programs. The research recommends increased socialization of seniors and initiatives to support media education, which should be focused on more effective use of technologies and new media.

Klíčová slova

senioři, dezinformace, mediální vzdělávání, mediální gramotnost, kognitivní zkreslení

Keywords

seniors, disinformation, media education, media literacy, cognitive bias

Title/název práce

The experience of Czech seniors with disinformation

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl především poděkovat vedoucímu mé práce PhDr. Radimu Wolákovi za jeho odborné vedení, projevenou důvěru a hodnotné rady. Dále děkuji všem účastníkům výzkumu, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout a kteří projevili vysokou míru ochoty. Také bych chtěl poděkovat Šimonu Charvátovi za přínosné konzultace a revizi této práce. Nakonec bych rád poděkoval svým přátelům a rodině, kteří mi během psaní poskytli podporu.

Obsah

Úvod	10
TEORETICKÁ ČÁST	12
1. Dezinformace	12
1.1. Základní rozdělení informačních poruch	13
1.2. Formy informačních poruch	15
1.3. Metodika k určení důvěryhodnosti sdělení	23
2. Dezinformace v České republice	25
2.1. Češi jako příjemci dezinformačních sdělení	25
2.2. Dezinformační narativy v České republice.....	28
2.3. Společenská diskuse o boji proti dezinformacích v České republice	32
3. Senioři a dezinformace	35
3.1. Senioři v České republice.....	36
3.2. Kognitivní zkreslení a proces stárnutí	37
3.3. Senioři a média.....	39
3.4. Senioři jako oběti dezinformací.....	43
PRAKTICKÁ ČÁST	45
4. Metodologie	45
4.1. Cíl práce a výzkumné otázky	45
4.2. Metodologický postup práce	45
4.3. Výběr výzkumného vzorku.....	55
4.4. Etika výzkumu.....	56

5. Analýza rozhovorů	57
5.1. Demograficko-sociologický rozbor respondentů	57
5.2. Úvodní diskuse na téma dezinformace	59
5.3. Ukázka č. 1 - Deepfake video.....	64
5.4. Ukázka č. 2 - Zavádějící příspěvek o vývoji České republiky.....	65
5.5. Ukázka č. 3 - Hoax/Misinformace o výbuchu pod Afrikou	66
5.6. Ukázka č. 4 - Konspirační teorie chemtrails	68
5.7. Co by podle respondentů pomohlo společnosti v boji proti dezinformacím ...	69
5.8. Pohled respondentů na mediální vzdělávání.....	70
5.9. Odpovědi na výzkumné otázky	71
5.10. Diskuse	75
Závěr	79
Summary	80
Použité zdroje	82
Teze bakalářské práce	92
Seznam obrázků	95
Seznam příloh	96

Úvod

Informace vždy byla, je a bude nejcennější komoditou. V dnešní době informačního přetížení, kdy se svět stává stále více propojeným díky pokročilým technologiím, se společnost potýká s přebytkem jak pravdivých, tak bohužel i nepravdivých informací. Následkem neúmyslných chyb ale i úmyslné manipulace čelí společnost problému, který může neblaze ovlivnit život na všech úrovních. Pro generaci, která v době svého produktivního věku neměla tak rozsáhlý přístup k informacím, je orientace v mediálním světě a nových technologiích obzvláště složitá. Senioři, jako nevyhnutelná sociální skupina v každé společnosti, se tak stávají středem zájmu výzkumů týkajících se medií, informací a dezinformací.

Existující poznatky o vztahu seniorů k dezinformacím jsou sice rozsáhlé, ale stále je zde řada kritických mezer, které je třeba probádat pro hlubší porozumění problému. Tato bakalářská práce si proto klade za cíl prozkoumat, jaký mají čeští senioři názor na dezinformace, jak jsou schopni je kriticky analyzovat, jaké kroky podnikají pro ověření informací a co by jim mohlo pomoci zlepšit jejich mediální gramotnost.

Teoretická část práce je strukturována do tří segmentů. První část se věnuje fenoménu dezinformací a představuje nejnovější poznatky o různých formách informačních poruch. Druhá část se zaměřuje na postavení dezinformací v českém mediálním a informačním kontextu a zahrnuje analýzu dezinformačních publik a debat o dezinformacích v České republice. Třetí část se věnuje samotným seniorům a jejich postavení v České republice. Dále popisuje souvislost stáří a kognitivních zkrslení a zkoumá jejich vztah k médiím a nebezpečným dezinformacím.

Praktická část bude založena na kvalitativní analýze. Ta bude pomocí polostrukturovaných rozhovorů s deseti respondenty v seniorním věku zkoumat jejich postoje k dezinformacím v souladu se stanovenými cíli. Získaná data z rozhovorů budou následně podrobně analyzována a porovnávána, aby byla zasazena do širšího kontextu. Výsledky této práce by mohly přispět k lepšímu pochopení vztahu seniorů k dezinformacím a mohly by tak sloužit k efektivnějšímu boji proti těmto nežádoucím informačním poruchám.

Celkově je struktura a zaměření práce v souladu s původní tezí s mírnými odchylkami, které byly způsobeny postupným prohloubením porozumění zkoumanému tématu. Tyto změny vedly k mírné úpravě struktury teoretické části práce s cílem udržet optimální bilanci mezi zahrnutím relevantní teoretické základny a rozsahem práce, která i tak přesahuje běžný rozsah bakalářské práce.

TEORETICKÁ ČÁST

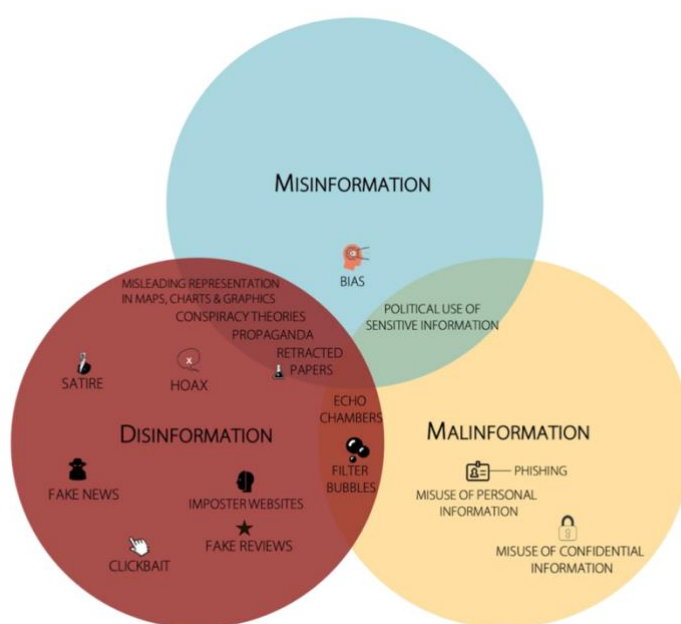
1. Dezinformace

Historie dezinformací sahá tisíce let zpět. Již starověcí myslitelé si byli vědomi síly lži a manipulace, které mohou mít na společnost. Sun-c', autor známé knihy Umění války, napsal: „*Válka je především důmyslná lest: tak jsi-li schopný předstírej neschopnost, jsi-li připraven předstírat nepřipravenost tak, jsi-li nablízku dělej, žes daleko, tak jsi-li daleko dělej, žes nablízku.*“ (Sun-c', 2022). Citát dokazuje, že již před 500 let před Kristem si lidé uvědomovali jakou moc informace představují. Pro další příklad nemusíme chodit daleko. České dějiny jsou přímo propleteny mnoha nepravdivými tvrzeními. Po náhlé smrti Ladislava zvaného Pohrobka se kupříkladu rozšířila pomluva, že by za smrti mohl stát jeho nástupce Jiří z Poděbrad. Až v roce 1986 bylo po kosterní expertíze zjištěno, že Ladislav Pohrobek nezemřel na následky travičství, nýbrž na akutní leukémii (Ramba, 2020). V průběhu 20. století s rychlým technologickým pokrokem, vynálezem telegrafu, rozhlasu, televize a v neposlední řadě internetu se objem informací, a tím pádem i dezinformací, mnohonásobně zvýšil.

Historie dezinformací sahá tisíce let zpět. Již starověcí myslitelé si byli vědomi síly lži a manipulace, které mohou mít na společnost. Sun-c', autor známé knihy Umění války, napsal: „*Válka je především důmyslná lest: tak jsi-li schopný předstírej neschopnost, jsi-li připraven předstírat nepřipravenost tak, jsi-li nablízku dělej, žes daleko, tak jsi-li daleko dělej, žes nablízku.*“ (Sun-c', 2022). Citát dokazuje, že již před 500 let před Kristem si lidé uvědomovali jakou moc informace představují. Pro další příklad nemusíme chodit daleko. České dějiny jsou přímo propleteny mnoha nepravdivými tvrzeními. Po náhlé smrti Ladislava zvaného Pohrobka se kupříkladu rozšířila pomluva, že by za smrti mohl stát jeho nástupce Jiří z Poděbrad. Až v roce 1986 bylo po kosterní expertíze zjištěno, že Ladislav Pohrobek nezemřel na následky travičství, nýbrž na akutní leukémii (Ramba, 2020). V průběhu 20. století s rychlým technologickým pokrokem, vynálezem telegrafu, rozhlasu, televize a v neposlední řadě internetu se objem informací, a tím pádem i dezinformací, mnohonásobně zvýšil.

1.1. Základní rozdělení informačních poruch

Klasifikace informačních poruch jako jsou dezinformace je ve vědeckých kruzích stále poněkud vágní. Následující klasifikaci jsem tak postavil na interpelaci studie z roku 2021, která na základě kompilace definic více autorů klasifikovala informační poruchy do tří hlavních skupin – dezinformace, misinformace a malinformace. Pod těmito hlavními kategoriemi studie vymežila 16 hlavních druhů informačních poruch a dalších psychologicko-sociologických fenoménů podporujících chybovost v úsudku. (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021).



Obrázek 1 - Dezinformace, misinformace a malinformace

Na diagramu (Obrázek 1) je patrné, že mnohé informační poruchy nalezneme ve více polohách. Nejvíce jich můžeme nalézt mezi kategoriemi misinformace a dezinformace. Ukazuje se tak, že stejná informace může být zároveň účelně vytvořenou dezinformací, ale také může jako misinformace vzniknout nedopatřením a bez postranního úmyslu šířitele/tvůrce. Z tohoto poznatku tak vyplývá, že je potřeba každou informaci zkoumat v kontextu situace, motivace zúčastněných a dalších okolnostech.

1.1.1. Dezinformace

Etymologicky vychází pojem dezinformace z francouzského désinformation (tedy z lat. dis- = negace významu a informare = informovat) (Nešpor, 2017). Největšího rozmachu pojem

zaznamenává v 50. letech 20. století, kdy je v ruském znění „dezinformatsiya“ hojně užíván Sovětskými plánovači s cílem ovlivňovat veřejné mínění (Jackson, 2017).

Ačkoliv je pojem dezinformace užíván dennodenně širokou veřejností, je její význam interpretován poněkud mnohoznačně. Nahlédneme-li do jakékoliv odborné práce, knihy či vědeckého článku, dostane se nám často nejen odlišného významu, ale i názvu. Pro příklad uvedu několik možností definice tohoto pojmu. Schutz a Godson pojem definují jako „Nepravdivé, neúplné nebo zavádějící informace, které jsou cíleně podněcovány a předávány jednotlivci, skupině nebo obyvatelům země“ (Shultz & Godson, 1984, str. 37). Ministerstvo vnitra České republiky pojem vysvětluje jako „*šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.*“ (MVČR, 2023). („*Informace týkající se legislativy | Vláda ČR - vlada.cz*“) Abych demonstroval neukotvenost pojmu, uvedu definici Petra Nutila. Ten totiž, ačkoli z kontextu díla popisuje ten stejný jev jako autoři předešlých ukázek, používá naopak označení „hoax“, který definuje jako „...*záměrně vytvořený podvod, vydávající se za pravdu*“ (Nutil, 2018, str. 137).

Seznamem interpelací pojmu by se dalo pokračovat na několik dalších stránek, abychom se však dobrali k alespoň nějakému závěru, označím definici Oxfordského slovníku jako tu pravděpodobně nejuniverzálnější: „*záměrně uváděné nepravdivé informace*“ (Oxford Dictionary, 2023). V definici je tak klíčový právě prvek záměru. S touto definicí bychom tak mohli nabít dojem, že pojem dezinformace je zastřešující pojem pro všechny nepravdivé informace. Tuto domněnku nám ale vyvrací další pojem – „*misinformace*“. Ta je sice také nepravdivou informací, nicméně je rozšiřována nesystematicky a bez vědomí její nepravdivosti (MVČR, 2023).¹ V tomto smyslu tak logicky nelze pojem dezinformace chápat jako pojem nadřazený, leč souřadný. Na tuto kolizi jsem narazil v mnoha odborných i laických textech, proto pojem dezinformace dále chápeme v závislosti na kontextu právě probíraného tématu jako nadřazený název ke všem druhům informačních poruch nebo jako jeden z druhů informačních poruch.

¹ Šíření misinformací ve velkém měřítku může vést k podobnému výsledku jako v případě dezinformací

1.1.2. Misinformace

Jak již bylo zmíněno, misinformace jsou takové informace, které jsou šířeny nesystémově a neúmyslně. (MVČR, 2023) Stejně jako v celé kategorizaci informačních zkreslení i zde se definice liší. Například podle studie z roku 2013, která zkoumala rozlišení dezinformací a misinformací, je dezinformace taková informace, která je klamná/lživá záměrně, zatímco misinformace je nesprávná z důvodu nevědomého pochybení (Lewandowsky, 2013, str. 1). Další interpretace říká, že misinformace mohou být nejasné, vágní a mohou umožňovat vícero výkladů. Zároveň však mohou plnit informativní funkci a mohou se zakládat na pravdě, vždy ale záleží na celkovém kontextu, v jakém jsou prezentovány (Karlova & Lee, 2012).

Šíření misinformací napomáhá nynější podoba mediálního prostředí. Tlak na aktuálnost společně s možností publikace a spoluúčasti široké veřejnosti na tvorbě mediálních obsahů otevírají prostor pro chybovost a šíření mylných zpráv, které často vznikají nedopatřením.

1.1.3. Malinformace

Malinformace jsou takové informace, které se na rozdíl od dezinformací a misinformací zakládají na pravdě, nicméně jsou použity záměrně v takovém kontextu, aby poškodily jednotlivce, skupinu nebo organizaci či stát (Wardle & Derakhshan, 2018).

Typickým příkladem malinformace jsou kupříkladu očeřující zprávy objevující se během volebních kampaní. Takové informace se často i zakládají na pravdě, jsou ale zveřejňovány ve specifickou dobu s cílem poškodit protikandidáta či konkurující politickou stranu/hnutí.

1.2. Formy informačních poruch

Jak jsem již zmínil, dezinformační problematika je natolik fluidní, expanzivní a neustále se měnící, že jedna, zcela jasná kategorizace, na které by panovala obecná shoda, neexistuje. V průběhu rešerše jsem narazil na mnoho výkladů, abychom se ale dokázali dobrat alespoň nějaké orientace v dezinformačních sděleních, poslouží pro účely této práce struktura kategorizace vychází ze studie Karlova a Lee z roku 2012 (Karlova & Lee, 2012). Tuto strukturu jsem dále doplnil a jednotlivé formy informačních poruch pro účely této práce ještě prohloubil.

1.2.1. Dezinformační poruchy

Fake news – podle Barclého jsou fake news informace, které jsou zcela vymyšlené za účelem finančního zisku nebo prosazení/potlačení politického proudu (Barclay, 2018). Článek v časopise Science z roku 2018 definuje Fake News jako vymyšlené informace, které se prezentují formou zpravodajských obsahů, avšak nevznikají v rámci organizačního procesu nebo s úmyslem poskytnout korektní a pravdivé informace. Tyto dezinformace postrádají redakční normy a procesy, typické pro zpravodajská média. Fake news je také složité odhalit, jelikož jsou maskovány jako seriózní zpravodajství, přičemž se odvolávají k důvěryhodným zdrojům. Autoři připouštějí, že je velice těžké měřit účinek takovýchto informačních poruch. Dále uvádí, že ačkoliv prvotní náznaky ukazují, že reálný dopad samostatných sdělení je omezený, přesídlení velké části Fake news prostřednictvím sociálních médií může jejich účinek ještě zvýraznit kvůli implicitnímu souhlasu, který je se sdílením spojen. (Lazer & a kol., 2018). Slovo se dostalo do širokého povědomí během voleb prezidenta USA v roce 2016 a o rok později bylo vyhlášeno slovem roku (American Dialect Society, 2018).

Deepfake – ačkoliv tento termín původní struktura rozřazení informačních poruch neobsahovala, dovolil jsem se jí kvůli její stále se zvyšující aktuálnosti do výčtu zařadit. Deepfake je technologie vytvářející realistické video (či audio obsah), ve kterém jsou za pomoci umělé inteligence a algoritmu hlubokého učení (deep learning) modifikovány tváře, mimika, hlas, nebo dokonce celé scény. Výsledkem této technologie je, že postavy, jež jsou tvůrcem vybírány často z řad reálných lidí, mohou na videu nebo v audio nahrávce říkat nebo vykonávat cokoli dle vůle autora. (Kopecký K., Deep fake - stručný úvod do problematiky, 2019) Technologie deepfake zažila v posledních letech prudký rozvoj. Dnes je možné vytvářet neobvykle realistická videa, které lze jen těžko rozpoznat od skutečnosti. Příkladem mohou být satirická videa, kde jsou známé osobnosti umístěny do nečekaných kontextů, nebo vznik videí s nikdy neexistujícími postavami – tzv. „fake fakes“ (Zavadilová, 2020)

Hlavní problémy s deepfake videi vycházejí z jejich potenciálu k zneužití. Značná část deepfake obsahu se objevuje v kontextu pornografie, kde jsou tváře celebrit bez jejich svolení vkládány do explicitních scén. Dalším vážným problémem je šíření dezinformací

a manipulace s veřejným míněním, kdy jsou vytvářeny falešné zprávy nebo politické projevy s cílem ovlivnit volby nebo zdiskreditovat veřejné osoby. V českém mediálním prostoru bylo jednu dobu probíráno například deepfake video, ve kterém politický lídr hnutí ANO 2011 Andrej Babiš lákal na podvodnou investiční platformu. (Krupka, 2023) Takové případy bohužel nejsou ojedinělé a jejich počet a důvěryhodnost s rozvojem strojového učení neustále roste. Jak uvedla Česká asociace umělé inteligence, za rok 2023 došlo ve světě k desetinásobnému meziročnímu nárůstu bezpečnostních incidentů spojených s deepfake technologií, přičemž v Evropě byl zaznamenán nárůst o 780 %. (Česká asociace umělé inteligence, 2024)

Z hlediska obrany proti deepfake obsahu již existují nástroje a techniky založené na umělé inteligenci, které se snaží detekovat a identifikovat podvržený materiál. Tyto metody zahrnují analýzu nekonzistencí v obličejových výrazech, neobvyklé pohyby nebo nesrovnalosti ve světle a stínech. (Rana, Nobi, Murali, & Sung, 2022) Použití deepfake technologie nicméně není omezeno pouze na vytváření falešných videí slavných osobností či tvorbě závadného obsahu. Technologie deepfake a strojového učení je široce užívána například ve filmovém průmyslu. Pravděpodobně prvním a nejznámějším použitím této technologie je sedmý snímek ze série Rychle a zběsile, kdy byl na obličej amerického herce Codyho Walkera dosazena digitální kopie jeho bratra Paula Walkera, jež tragicky zemřel v průběhu natáčení. (Faciaai, 2023)

Hoax – tento pojem opět není jasně definován a vymezen od ostatních. Ukázkou mnohoznačnosti tohoto pojmu je již zmíněný citát Nutila². O něco přesnější interpretaci nabízí Santos-d’Amorim, Miranda a Fernandes de Oliveira: „Příkladem jsou fámy, falešné grafy nebo tabulky, falešné připisování autorství nebo dramatické obrázky“ (Santos-D’Amorim & Miranda, 2021). Známým českým hoaxem je zpráva o nebezpečných

² viz. 1.2.1. Dezinformace

injekčních stříkačkách (Obrázek 2).



Obrázek 2 – Hoax, injekční jehly

Z definic tak můžeme usuzovat, že hoax je taková informace, jejíž stěžejní část je zcela nebo z větší části kompletně smyšlená. Aby autor zvýšil důvěryhodnost informace, je hoax (stejně jako další dezinformační sdělení) často podpořen reálnou skutečností nebo falešně zaštitěn autoritou v oboru.

Falešné recenze – dle autorů Kumar a Shah mezi dezinformační nástroje jsou i falešné recenze (Kumar & Shah, 2018). Jedná se o informace vytvořené pro oklamání potencionálního zákazníka za účelem finančního zisku nebo poškození dobrého jména konkurence.

1.2.2. Mis/dez-informační poruchy

Předpojatost – Předpojatost je již dlouho zkoumaným pojmem v mnoha oborech po celém světě. Termín představuje jednání, které podporuje nebo oponuje určité informaci, osobě nebo věci na základě osobních názorů a postojů (Cambridge Dictionary, 2023). Druhů předpojatostí existuje celá řada. Mezi nejznámější řadíme například **konfirmační zkreslení**, tedy tendenci lidí nehledat informace, které by mohli vyvracet jejich názory a postoje, ale naopak vyhledávat takové, které je v jejich názorech pouze utvrdí. (McRaney, 2011) **Efekt kotvení** – tendence přiklánět se k předkládanému názoru či hodnotě. (Kahneman, 2012).

Propaganda – Pojem propaganda měl ještě během 19. století neutrální charakter a označoval užívání obchodní reklamy. Například v ruštině se pod tímto výrazem myslelo šíření jakýchkoliv myšlenek a znalostí, včetně těch vědeckých. V průběhu 20. století, po

obou světových válkách a později studené válce, nabil výraz spíše negativních konotací. Aktuální definice propagandy se dá vyjádřit následovně: „...používá metod, jejichž jedinou nebo hlavní funkcí je informovat příjemce tak, aby byli přesvědčeni o pravdivosti a správnosti hlediska obsaženého v propagandistické zprávě, ...“ (Steiner, 2013). Čtyřmi hlavními pilíři propagandy Koukolík označuje jednoduchost, oslovení mocí, oslovení představivosti a opakování (Koukolík, 2020).

Na druhou stranu záměr a účinky propagandy nemusí být vždy jen negativní. Propagandu řadíme do tří hlavních skupin (Nutil, 2018):

- 1) **Bílá propaganda** – jedná se o nejméně nebezpečný typ propagandy. Tvůrce nemá v úmyslu nikomu škodit. Jeho záměrem může být prospěch jednotlivce, skupiny nebo širší masy. Sdělení nebývá zkresleno vůbec, případně jen minimálně, avšak stále používá základní nástroje propagandy – jasně vymezuje co je špatné a co dobré, nedává prostor pro spekulace, útočí na emoce a hlavní sdělení předává jasnými a ráznými hesly (myšlenkami). Typickým případem mohou být kupříkladu kampaně na snížení nehodovosti v silničním provozu nebo kampaně na podporu etnických/sexuálních menšin.
- 2) **Černá propaganda** – je opakem bílé. Jde o onu negativně vnímanou formu propagandy, která se zaměřuje na šíření lží, dezinformací a nepodložených tvrzení, s cílem poškodit reputaci nebo diskreditovat určitou osobu, skupinu lidí nebo organizaci. Je to neetická a manipulativní forma propagandy, která se často používá k politickým, ideologickým nebo komerčním účelům.

Kromě veřejně známé politické propagandy může být příkladem i kampaň zaměřená proti určité značce nebo produktu, která se snaží šířit nepodložené tvrzení o škodlivosti nebo neúčinnosti produktu. Takovéto kampaně mohou být financovány konkurenčními firmami nebo skupinami, které mají zájem o diskreditaci daného produktu. V odborném díle "Propaganda and Persuasion" napsal autor Garth Jowett: „*Černá propaganda je založena na lži, dezinformaci a manipulaci. Je to forma*

propagandy, která se snaží poškodit reputaci, zdiskreditovat nebo zničit nepřátelskou stranu.“ (Jowett, 2011).

- 3) **Šedá propaganda** – stojí na pomezí mezi propagandou černou a bílou. Podle odborníka na propagandu Jasona Stanleyho lze šedou propagandu charakterizovat jako „*Propagandu, která se snaží skrýt svou identitu a účel, aby se zdála legitimní nebo dokonce nevinná.*“ (Stanley, 2016). Šedá propaganda často využívá různé techniky, jako jsou dezinformace, polopravdy a vytrhávání informací z kontextu, aby přesvědčila publikum o určitém názoru nebo záměru. Tento typ propagandy může být velmi účinný, protože se snaží maskovat své záměry, čímž získává důvěru publika.

Manipulace ve vědeckém prostředí – Jak ukázal výzkum z roku 2020, informační poruchy nejsou záležitostí pouze veřejné diskuse a laické veřejnosti. Chyby v odborných pracích (ať již úmyslné – plagiátorství, manipulace s daty) nebo neúmyslné (chybná interpretace dat) také naplňují dezinformační či misinformační charakter (Santos-D'Amorim & a kol., 2020).

Konspirační teorie – tyto teorie jsou založeny na představě, že nastalé situace jsou důsledkem konání mocných skupin (představitelů vlád, tajných složek nebo zámožných jedinců). (Goertzel, 1914). Termín "Konspirace" je složen z předpony "con-", ta latinsky znamená "společně/dohromady". Z toho vyplývá, že konspirace se musí týkat vícero lidí. Konspirační teorie se tak zaměřují na skupiny nebo organizace: CIA, vlády, zdravotnické systémy a podobně. Druhá část slova je odvozena z latinského "spirare", což může mimo jiné znamenat "dýchat". Jak uvádí Coady, když s někým "dýcháte", znamená to, že si šeptáte, protože si pravděpodobně říkáte něco, co není pravda nebo by mělo být utajeno (Coady, 2006). Kyša říká, že „...konspirace jsou záchranou pro určité vidění světa pro lidi, kteří si nechtějí nebo neumějí přiznat, že svět je neuvěřitelně složitý a že ho zkrátka nedokážeme řídit“ (Kyša, 2015).

Příkladem může být konspirační teorie chemtrails – ta předpokládá, že kondenzační stopa za letadly jsou ve skutečnosti nebezpečné chemikálie. O této teorii se v českém veřejném prostoru mluvilo mimo jiné po odvysílání kontroverzní reportáže televize Prima. Ta v roce

2009 v hlavním vysílacím čase odvysílala nekritickou reportáž, která teorii podporovala (Malecký, 2019). Proti teorii se svého času ostře vymezila česká odborná veřejnost a ve společném tiskovém prohlášení konspiraci vyvrátili. (ČHMÚ, ÚFA AV ČR, MKOP MFF UK, & ČMeS, 2010). Přesto, že byla tato teorie mnohokrát vyvrácena předními odborníky, stále má ve světě mnoho příznivců.

1.2.3. Dez/mal-informační a mis/mal-informační poruchy

Phishing – Podobně jako u ostatních typů informačních poruch i u tohoto pojmu není z důvodu neustálého vývoje mediálního prostoru ustálena jednotná definice. Studie z roku 2005 definuje phishing jako „podvodnou činnost, spočívající ve vytváření repliky existující webové stránky, která má uživatele oklamat a přimět k odeslání osobních údajů, finančních údajů nebo údajů o heslech“ (Merwe, Marianne, & Marek, 2005). Web PishTank tento útok navíc definuje jako pokus o krádež osobních údajů povětšinou prostřednictvím e-mailu (Cisco Talos Intelligence Group, 2023).

Phishingový mail operuje s pocitem důležitosti a naléhavosti. Podněcuje tak psychologickou reakci příjemce, která jej nutí postupovat dle instrukcí ve zprávě, obvykle kliknutím na podvodný odkaz nebo vyplněním citlivých údajů. Vodítka, jak rozpoznat phishingový mail, jsou například informace o odesílateli. (Alkhalil, Hewage, Nawaf, & Khan, 2021). Ten se může pokoušet vyvolat v příjemci dojem, že odesílatelem je důvěryhodná instituce (např. příjemcova banka) nebo blízká osoba v nouzi. Souhrnně tak můžeme říci, že se jedná o kybernetický útok prostřednictvím mailu, SMS zprávy nebo obdobných textových médií s cílem finančního obohacení či vymámení citlivých osobních údajů. Tento kybernetický útok pak nezneužívá chyb v rovině technologické, nýbrž v psychologické.

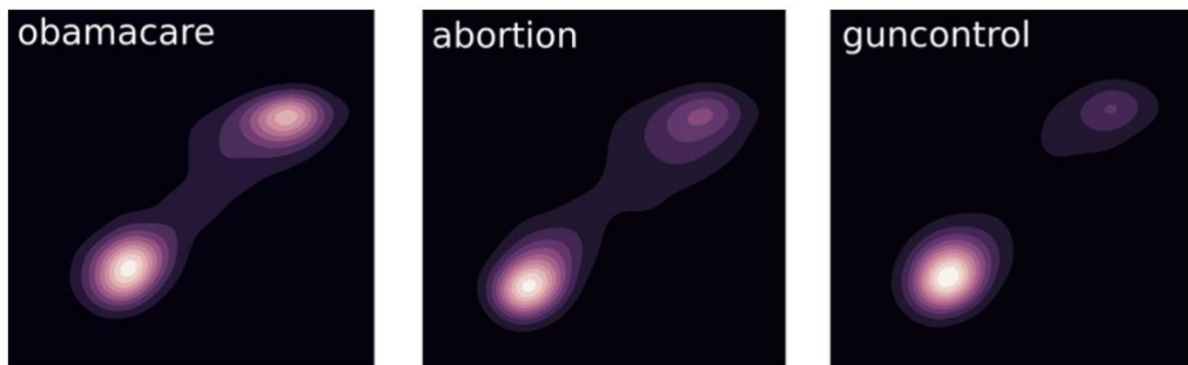
Podle dat Policie ČR se počet phishingových útoků v posledních letech neustále zvyšuje. Téměř 100% nárůst zaznamenala policie během roku 2020, který byl celosvětově ovlivněn pandemií covidu-19. Podle zprávy Policie ČR také narůstá počet tzv. vishingových útoků. Robert Šuman ze společnosti ESET podstatu útoku vysvětluje následovně: „...útočník pomocí zmíněných technik sociálního inženýrství v podstatě oběť přiměje k tomu, aby sama překonala veškeré bezpečnostní bariéry. Pod vlivem strachu, stresu a časové tísně máme bohužel přirozenou tendenci vyhovět hlasu na druhé straně.“ (Policie ČR, ESET, ČBA, 2021).

Filtrační bubliny – (anglicky filter bubbles) je pojem, označující druh dis/malinformačního informačního zkreslení založeného na algoritmech webových stránek a sociálních sítí. Tyto algoritmy dokážou zesilovat a izolovat názory a narativy v digitálním prostoru (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021). Jak uvádí Gleick, filtrační bubliny poskytují personalizovaný obsah prostřednictvím neviditelných algoritmů, které jsou používány při webovém vyhledávání. Tyto algoritmy dokážou analyzovat uživatelské chování a preference a na základě toho personalizovat výsledky vyhledávání tak, aby co nejlépe odpovídaly uživatelským zájmům (Gleick, 2011).

Toto personalizované vyhledávání může pak posilovat úzce související fenomén komnat ozvěn (echo chambers). Pokud uživatel konzumuje pouze určitý typ informací, algoritmy vyhledávání mu budou nabízet pouze podobné informace, což může vést k izolaci od jiných názorů a perspektiv. To může být problematické zejména v době, kdy se objevuje mnoho nepravdivých informací a dezinformací, a kdy je důležité mít přístup k co nejširšímu spektru informací a názorů (Bruns, 2019).

Satira a parodie – mezi informační poruchy zařazují autoři v určitých případech (!) také satirické stránky založené na ironii. Obsah těchto, často mainstreamových, médií si totiž někteří čtenáři mohou vykládat jako pravdivá. Autoři ale také zdůrazňují, že je potřeba satirická média striktně oddělit od těch, s účelně podvodným obsahem. Vždy je totiž nutné hledět na aspekt záměru autorů.

Komnaty ozvěn – (anglicky echo chambers) je termín označující situaci, kdy se skupina osob (typicky uživatelů internetu) vzájemně utvrzuje ve vlastních názorech (University of Pennsylvania, 2019). Výsledkem takového chování je ideologická polarizace společnosti, šíření falešných informací a posilování nesnášenlivosti (Kumar & Shah, 2018). Dle sociologa Zygmunta Baumana je toto prostředí pro lidi pohodlné a je pochopitelné, že do něho spadají. V takovém prostředí se jedinec vyhne konfrontacím a především nemusí obhajovat a vysvětlovat své myšlenky (Bauman, 2015).



Obrázek 3 – Echo chambers

Tento fenomén byl zkoumán nejen v teoretické rovině mnohými studii. Pro ilustraci uvedu studii Baumana a kol. z roku 2020. Ta na základě analýzy tisíce příspěvků na sociální síti Twitter vizualizovala výsledná data do následující podoby (Obrázek 3). Výzkumníci zjistili, že ačkoli by celkový konsenzus uživatelů byl možný, komory ozvěn způsobují destabilizaci diskuse a její polarizaci, za předpokladu, že se téma setká s určitou mírou kontroverze. Jakmile se diskuse polarizuje, následná výměna informací komory ozvěn posiluje a obě skupiny se na pomyslné názorové mapě od sebe vzdalují a saturují (Baumann & a kol., 2020).

1.3. Metodika k určení důvěryhodnosti sdělení

Metodika užívaná organizací Jeden svět na školách pro určení a ověření pravdivosti a relevance tvrzení je založena na pěti základních otázkách mediálního literárního zkoumání: Kdo? Co? Komu? Jak? Proč? (Králová, a další, 2018)

KDO stojí za mediálním sdělením?

Pochopení, kdo je autorem sdělení, kdo má kontrolu nad jeho vznikem a šířením, je klíčové. Autoři a mediální domy mívají specifické životní zkušenosti, profesní dovednosti a osobní či komerční zájmy, které mohou ovlivnit charakter sdělení. Identifikace zdroje informace a jeho možných motivací nám pomáhá lépe pochopit a interpretovat obsah sdělení.

CO sdělení obsahuje?

Analýza obsahu mediálního sdělení by měla rozlišovat mezi fakty, názory a propagandou. Je důležité zjistit, z jakých zdrojů informace pocházejí, zda jsou tyto zdroje důvěryhodné, a co sdělení vynechává. Tvůrci by měli jasně oddělovat objektivní zpravodajství od subjektivních komentářů a reklamy, aby předešli možným nedorozuměním a manipulacím.

KOMU je sdělení určeno?

Každé mediální sdělení má svou cílovou skupinu, a tvůrci sdělení používají specifické techniky, aby tuto skupinu oslovili. Výzkumy publika a analýza online aktivit pomáhají tvůrcům přizpůsobit sdělení tak, aby rezonovalo s preferencemi a očekáváními cílové skupiny. Pochopení, kdo je adresátem sdělení, nám umožní lépe interpretovat jeho formu a obsah.

JAK je sdělení prezentováno?

Forma a styl prezentace mohou mít významný vliv na to, jak je sdělení přijímáno. Použití výrazných titulků, emotivního jazyka, specifického úhlu záběru nebo zvukového doprovodu jsou techniky, které mohou ovlivnit naši percepci sdělení. Vnímání může být také ovlivněno formátem, v jakém je sdělení nabízeno – články, videa, infografiky atd.

PROČ bylo sdělení vytvořeno?

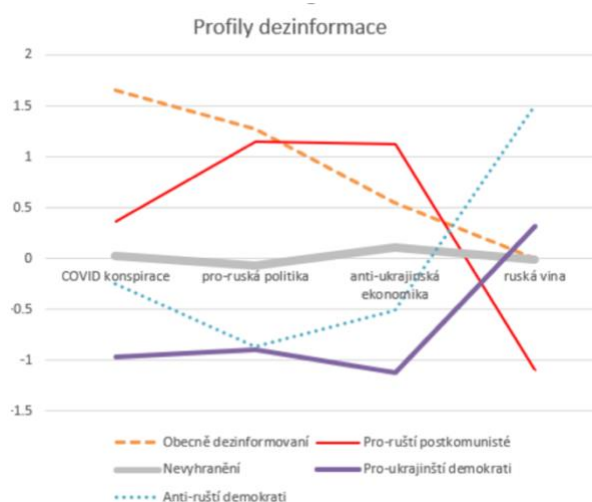
Záměry za vytvořením mediálního sdělení mohou být různorodé, od osobních motivací tvůrců, přes komerční zisky z prodeje reklamy, až po snahy o politický vliv. Rozpoznání těchto motivací nám umožní lépe pochopit potenciální zkreslení nebo cíle sdělení. Vědomí, kdo a proč sdělení vytvořil, nám pomůže odhalit skryté agendy a odolat manipulaci.

2. Dezinformace v České republice

2.1. Češi jako příjemci dezinformačních sdělení

V digitální éře, kdy se informace šíří rychleji než kdy jindy, se dezinformace staly významnou hrozbou pro demokratické společnosti. Česká republika, podobně jako mnohé jiné země, čelí výzvám spojeným s rostoucím vlivem dezinformací na veřejné mínění. Pro pochopení tohoto fenoménu je klíčové zkoumat, jak dezinformace ovlivňují různé segmenty obyvatelstva a jak se tyto vlivy promítají do sociopolitického chování a postoje veřejnosti k médiím.

V posledních letech se na problematiku vztahu dezinformací a publika zaměřila celá řada studií, každá zkoumající problém z jiné perspektivy. Výzkum realizovaný Psychologickým ústavem AV ČR a Národním institutem SYRI se na základě deseti průzkumů společnosti



Obrázek 4 – Profily dezinformace

Median od roku 2020 pokusil identifikovat a rozřadit české příjemce mediálních obsahů do skupin, dle psychologického profilu, politických preferencí a názory na narativy kolem onemocnění Covid-19 a války na Ukrajině. Výzkum tak identifikoval pět hlavních dezinformačních profilů českých občanů: nevyhraněné (téměř polovina populace), pro-ukrajínští demokraté, pro-ruští postkomunisté, obecně dezinformovaní a anti-ruští demokraté. Sloučením profilů, které výzkum obecně označuje jakožto demokraty a jejich protipólů (dezinformovaných a postkomunisté), získáme dva myšlenkové tábory s pouze lehkou převahou „demokratické“ skupiny. Souhrnně výzkum popisuje

nevyhraněné jako občany s nerozhodným postojem a opatrností. Zároveň se ale u této skupiny ukázala schopnost společenské mobilizace v krizových situacích. Pro-ukrajínští demokraté, více než pětina populace, se vyznačuje silným odmítnutím pro-ruské propagandy a vysokými demokratickými hodnotami. Pro-ruští postkomunisté jsou odolní vůči covidovým hoaxům, ale nakloněni ruské propagandě, s nižším vzděláním a větší finanční ohrožeností. Skupina obecně dezinformovaných je silně přesvědčena o covidových konspiracích, vykazuje podporu pro-ruské politice, má nižší vzdělání a projevuje vysokou politickou odcizenost (Akademie věd ČR, 2023)

Postřehy z výzkumu Psychologického ústavu AV ČR a Národního institutu SYRI naznačují, že česká společnost je ve vztahu k dezinformacím rozdělena do několika charakteristických skupin. Ačkoliv by se dalo konstatovat, že předešlá kategorizace publika bude mít dlouhotrvající charakter, je neméně potřebné také zkoumat, jak se publikum v čase vyvíjí. Následné porovnání korelace událostí ve společnosti a postojů konzumentů obsahu může být klíčové pro pochopení chování publik a určování pravděpodobnosti jeho dalšího vývoje.

Právě takovou studii, zkoumající postoje českého publika ke vztahu k dezinformacím, je výzkum Univerzity Karlovy realizovaný agenturou Median, která srovnává rozdíly mezi studii publika v čase. Sedmá vlna průzkumu z října roku 2023 poukazuje na významné změny ve vnímání dezinformací mezi českými příjemci obsahu. Prvním klíčovým zjištěním, který z průzkumu vyplývá, je obecný nárůst počtu lidí, kteří se necítí být vystaveni dezinformacím. Tento trend může signalizovat zlepšení kritického myšlení a mediální gramotnosti mezi obyvatelstvem, nebo naopak může poukazovat na rostoucí rezignaci a apatii vůči mediálnímu obsahu, kdy lidé již nejsou schopni rozlišovat pravdivé informace od nepravdivých. Druhým důležitým zjištěním je pokles počtu lidí, kteří se domnívají, že šíření dezinformací představuje výraznější bezpečnostní riziko. Tento trend může být interpretován jako znak sníženého vnímání hrozby, které dezinformace představují pro společnost, nebo jako důkaz toho, že veřejnost začíná dezinformace vnímat jako stále běžnější a nevyhnutelnou součást informačního prostoru. Pokles celkového povědomí o pravdivých i nepravdivých informacích, jak bylo zjištěno v části průzkumu zaměřené na informovanost o aktuálních narativěch, je zvláště znepokojivý. (Univerzita Karlova & MEDIAN, 2023)

Tento trend naznačuje, že i přes snahu o zlepšení mediální gramotnosti a kritického myšlení veřejnosti, dochází k dlouhodobému poklesu schopnosti lidí orientovat se v informačním prostoru a rozlišovat mezi pravdivými a nepravdivými informacemi. Na jedné straně pozorujeme určitý pokrok v oblasti odolnosti vůči dezinformacím, na straně druhé však stále existuje významná část populace, která se potýká se sníženou schopností orientace v mediálním obsahu. Tato zjištění také podporuje stanovisko Mezinárodních vztahů Praha, které ve svém Desateru pro lepší porozumění a čelení dezinformacím uvádí: „většina české populace má sice vágní povědomí o existenci dezinformací, ale nerozumí mechanismu a motivacím jejich šíření, ani jejich dopadům.“ (Hořejš, a další, 2022).

Další studie vedena pod hlavičkou institutu CEDMO se zaměřila na zkoumání schopnosti dekódování a percepce informací konzumentů dle jejich mediálních preferencí. Ačkoliv je studie spíše podkladem pro další zkoumání a nelze její výsledky zcela zobecňovat, jsou její výstupy pro chápání chování konzumentů dezinformačních webů přínosné. Studie například došla k závěrům, že schopnost dekódování informací a dezinformací u pravidelných konzumentů dezinformačních zpravodajských webů je ovlivněna hned několika klíčovými faktory. Především se ukazuje, že tato skupina konzumentů má tendenci vyhledávat a favorizovat informace, které potvrzují jejich předem stanovené názory a ideologie (již zmiňovaný jev echo chambers). Studie dále upozorňuje na fakt, že náchyllost k podléhání dezinformačním sdělením je umocněna silnou nedůvěrou v orgány státu a v mainstreamová média. Tato nedůvěra je navíc podpořena narativy, které jsou předkládány na dezinformačních platformách, a vede k dalšímu zesílení jejich přesvědčení bez ohledu na faktickou pravdivost poskytovaných informací. (Volek, Macková, & Turková, 2023)

V souvislosti s novými výzkumy je patrné jednoznačné odmítnutí tradičního přesvědčení, že zvýšená dostupnost informací automaticky vede k vyšší úrovni povědomí ve společnosti. I přes obrovský objem informací, které jsou dnes k dispozici, dochází k postupnému úbytku schopnosti jednotlivců efektivně tyto informace zpracovávat. Tento jev, známý jako informační zahlcení, nejenže snižuje obecné povědomí o aktuálním dění, ale způsobuje také kognitivní přetížení, což výrazně napomáhá šíření dezinformací. (Chiappetta, 2017)

V posledních letech je české publikum v oblasti mediálního a informačního obsahu stále více vystaveno vlivu dezinformací, což má významné dopady na veřejné mínění

a sociopolitické chování. Závěrem lze shrnout, že přibližně polovinu populace tvoří nevyhraněná skupina a druhá polovina se dělí na dva názorově polarizované tábory. Výzkumy rovněž zaznamenávají dlouhodobý trend poklesu schopnosti rozlišovat pravdivé a nepravdivé informace v mediálním prostoru a navyšující se míru apatie vůči dění ve společnosti.

2.2. Dezinformační narativy v České republice

Dezinformační kampaně a narativy v českém informačním prostředí představují komplexní fenomén, který je úzce svázán s aktuálním společenským, politickým, ekonomickým a mezinárodním kontextem. Dezinformační narativy jsou často odrazem převládajícího diskurzu a jsou zaměřeny na vyvolání negativních emocí, jako jsou strach, odpor a rozepře, s cílem podkopávat sociální soudržnost, morální integritu společnosti a důvěru veřejnosti v institucionální struktury a autority. Podle studie zveřejněné v *Journal of Communication*, dezinformační kampaně často využívají témata se silným emočním nábojem, které jsou schopné vyvolat silné reakce v cílové populaci. Tyto narativy jsou navrženy tak, aby rezonovaly s předsudky, obavami nebo očekáváními konkrétních sociodemografických skupin, čímž zvyšují jejich šíření a dopad na veřejné mínění. (Wooley & Howard, 2016)

Jako největší impulsy pro dezinformační snahy se již mnohokrát (nejen v České republice) ukázala volební období. Příkladem tak může být manipulativně sestříhané video, ve kterém je tehdejší prezidentský kandidát Petr Pavel prezentován jako vyzývající k válce (Žabka, 2023), nebo šíření nepravdivých tvrzení o automatickém postupu Miloše Zemana do druhého kola prezidentských voleb v roce 2018. (Harzer, 2018). V posledním desetiletí český mediální prostor čelil několika vlnám dezinformací. Těmi největšími byla migrační krize a pandemie Covid-19. V průběhu migrační krize, která dosáhla vrcholu v roce 2015, byl mediální prostor zaplaven zprávami, které zpochybňovaly motivy migrantů, přeháněly rizika spojená s jejich příchodem a vytvářely falešný obraz o bezpečnostní situaci v Evropě. (Červenková, 2018). Pandemie koronaviru, počínající koncem roku 2019 a která se rychle rozšířila po celém světě v roce 2020, vyvolala další vlnu dezinformací. V tomto případě se dezinformace týkaly původu viru, jeho šíření, účinnosti a bezpečnosti vakcín a různých omezení zavedených vládami. (Ministerstvo vnitra, 2024)

Pro vymezení současných dezinformačních narativů použijeme výstupy z databáze Eldariel, spravovanou skupinou Čeští elfové, která dlouhodobě monitoruje obsahy řetězových mailů. Pro zobrazení nejčastějších narativů využijeme z databáze data v rozmezí od 1. ledna 2020 do 1. ledna 2024. (Čeští elfové, 2024) Přestože je monitorování primárně zaměřeno na klíčová slova identifikovaná v řetězcích dezinformačních e-mailů, budeme je díky mediální konvergenci považovat za směrodatná. Dle Jenkinse jsou v důsledku mediální konvergence obsahy, které se původně objevily v jednom mediálním kanálu, rychle šířeny a replikovány napříč různými platformami, včetně sociálních sítí a dezinformačních webů. (Jenkins, 2006). Tento jev tak potvrzuje, že klíčová slova získaná z e-mailů mohou být považována v omezené míře za reprezentativní, jelikož je většina obsahů v řetězových mailech převzata z dalších zdrojů, či na ně přímo odkazuje. Zadáním uvedeného časového rozpětí tak dostáváme tři kategorie klíčových slov: ty s negativní konotací, s pozitivní konotací a neutrální klíčová slova, která se v dezinformačních sdělení často objevují. Souhrnem těch nejčastějších tak získáváme následující soupis:

Negativní narativy:

- **Ukrajina:** V dezinformačních narativech je Ukrajina v posledních letech jedním z hlavních cílů dezinformačních obsahů s cílem zpochybnit legitimitu ukrajinské vlády, očerňovat její aktivity nebo šířit nepravdivé informace o vojenských operacích a mezinárodní podpoře. Tento narativ se zvláště zintenzivnil v souvislosti s ruskou invazí v roce 2022 a následnými událostmi.
- **Petr Fiala a česká vláda:** Jako předseda české vlády a politická osobnost je Petr Fiala cílem dezinformačních kampaní, které diskreditují jeho osobu a politiku. Podobně jako Petr Fiala, i celá česká vláda bývá v dezinformačních kampaních vykreslována jako neefektivní a korupční, s cílem vyvolat nespokojenost s vládnoucími elitami a podnítit znechucení a apatii ve společnosti.
- **USA a Evropská unie:** Spojené státy americké jsou v dezinformačních kampaních často zobrazovány jako zdroj mezinárodních konfliktů nebo domnělých spiknutí. Takové narativy mohou být využity k šíření anti-amerických sentimentů, které podporují protizápadní postoje nebo snahy o zmenšení důvěry v americkou zahraniční politiku. EU, jakožto další významná organizace je často terčem dezinformací, které ji prezentují jako byrokratickou a nedemokratickou instituci, jež ohrožuje národní suverenitu členských států. Tyto narativy jsou navrženy tak, aby

podpořily euroskeptické nálady a odpor k nadnárodním regulacím.

- Uprchlíci: Tato skupina je v dezinformačních narativech často vykreslována jako bezprostřední hrozba pro sociální a ekonomickou stabilitu země. Dezinformace mohou šířit falešné zprávy o kriminalitě, terorismu nebo ekonomickém zatížení, které mají uprchlíci představovat, což vyvolává strach a odpor ve společnosti.
- Mezi další, negativně vykreslované skupiny patří kupříkladu média, politici z převážně liberálního a pravicového spektra, různé etnické skupiny nebo samotní novináři.

Pozitivní narativy:

- Vladimír Putin a Andrej Babiš: Tito politici jsou v dezinformačních narativech často oslavováni jako silní a nezávislí lídři, kteří stojí v čele svých zemí v obtížných mezinárodních situacích. Propaganda ve prospěch Putina může prezentovat Rusko jako stabilizační sílu v globální politice, zatímco pozitivní zprávy o Babišovi mohou zdůrazňovat jeho ekonomické úspěchy nebo politickou obratnost.
- Miloš Zeman, Viktor Orbán a Tomio Okamura: Tyto figury jsou často vykreslovány jako ochránci tradičních hodnot a národní suverenity.
- Rusko a Čína: V dezinformačních narativech jsou tyto státy často oslavovány za jejich ekonomickou sílu, geopolitickou strategii nebo kulturní dědictví. Mohou být také prezentovány jako alternativy k západnímu modelu vlády nebo jako obhájci globální rovnováhy sil.
- Maďarsko: Maďarsko je často vyzdvižováno pro své odmítnutí určitých politik EU a za podporu národních zájmů, což je zpráva, která rezonuje s euroskeptickými a suverenistickými skupinami.
- Senioři: V kontextu dezinformací mohou být starší občané idealizováni jako klíčoví voliči, kteří si zasluhují zvláštní pozornost a ochranu. Jejich obavy a potřeby mohou být zneužity k podněcování strachu a získání podpory pro určité politické agendy.
- Hnutí ANO 2011: Toto hnutí může být v dezinformačních narativech pro svou populistickou politiku.
- Historické osobnosti, aktuální autority a instituce: Dezinformace často v pozitivním smyslu zmiňují různé historické postavy a současné autority jako například Jan Pirk, Michal Hašek, Jan Werich nebo Eduard Beneš. Tyto osobnosti jsou často zneužívány

k vytvoření spojení mezi minulostí a současností v obsazích, která manipulují s historickými událostmi. Aktuální autority nebo instituce z oblastí vědy a kultury jsou zmiňovány, aby apelem na autoritu podpořili věrohodnost předkládaného obsahu.

Jak si lze povšimnout, významná část z uvedených narativů koresponduje s cíli ruské propagandistické strategie. Tato strategie je součástí širšího konceptu ruské hybridní války, která je zaměřena proti západním demokraciím a Severoatlantické alianci (NATO). Vzhledem ke své geopolitické poloze a historickému kontextu se Česká republika stává jedním z prioritních cílů ruské dezinformační a propagandistické kampaně. Na tuto skutečnost již dlouhodobě upozorňuje Bezpečnostní informační služba (BIS) České republiky, která definovala Ruskou federaci jako přední hrozbu pro Českou republiku. (BIS, 2018)

Ve poslední zprávě z roku 2023 za rok 2022 BIS uvádí, že po invazi Ruské federace na Ukrajinu došlo k výraznému posunu narativů v dezinformačním prostředí, kde téma pandemie covid-19 ustoupilo v pozadí. Covidový dezinformátoři tak zaměřili svou aktivitu ve prospěch podpory Ruské federace, a naopak proti aktivitám USA, EU a NATO. Dezinformační aktivity se následně z důvodu omezeného počtu silně proruských sympatizantů zaměřily na spojování konfliktu na Ukrajině s lokálně citlivými tématy, jako jsou růst cen energií a potravin či otázky poskytování pomoci ukrajinským uprchlíkům. Tato strategie spolu s narativem „ukrajinizace“ české republiky umožňuje ruské propagandě zasáhnout daleko širší spektrum publika. (BIS, 2023)

V nedávné době se významně projevila expanze dezinformací v oblasti aplikace technologií deepfake pro účely manipulace s audiovizuálním obsahem. Specificky v kontextu českého mediálního prostředí bylo zaznamenáno několik incidentů, kdy byly techniky deepfake využity k vytváření zavádějících videí, která zneužívala obličeje prominentních osobností – mezi nimi bývalého premiéra Andreje Babiše a současného prezidenta Petra Pavla. Tato manipulativní videa zneužívají publicity známých českých osobností, za cílem podpořit legitimitu podvodných finančních nabídek. (Lánský, 2024). Na deepfake videích s ideologickým cílem se objevovali převážně zahraniční osobnosti. Na konci roku 2023 tak po dezinformačních kanálech kolovalo video s velitelem Ozbrojených sil Ukrajiny Valerije

Zalužného, jehož falešně generované projevy měly podněcovat k vojenskému puči. Podobné manipulace zahrnovaly i údajné telefonáty mezi Zelenským a jeho manželkou, kritizující západní státníky. (Demagog, 2023)

2.3. Společenská diskuse o boji proti dezinformacím v České republice

V posledních letech se dezinformace staly významným tématem veřejné a politické debaty, zejména v kontextu válečného konfliktu na Ukrajině, pandemie COVID-19 a očkování. Výsledky průzkumů ukazují určitou ambivalenci populace v otázce boje proti dezinformacím. Na jednu stranu průzkumy ukazují, že si Češi hrozbu dezinformací vesměs uvědomují a podporují boj proti nim, na druhou stranu mají zároveň obavy o možné cenzuře a omezování svobody projevu.

Jak ukázali výsledky průzkumu agentury STEM z května roku 2022, více než tři čtvrtiny populace souhlasí, že šíření dezinformací představuje ohrožení pro bezpečnost České republiky. O něco méně pak souhlasí s kroky státu, vedoucí k znemožnění působení médií šířících dezinformace na české scéně. Tento názor je prakticky stejný ve všech věkových kategoriích, pouze s lehce menší podporou u kategorie občanů nad 60 let. Nepřekvapivě s bojem proti dezinformacím nejvíce souzní právě jedinci, které můžeme označit za silné příznivce EU (77 %). Dále pak skupina lidí, která je svým postojem k Rusku a k válce na Ukrajině hodnotově orientovaná na Západ (79 %). Tento postoj sdílejí také lidé s kladným vztahem k migraci (78 %). Naopak malou podporu zaznamenal průzkum u voličů SPD a zcela nejmenší podporu pro zásahy státu proti dezinformacím ukázali voliči malých protestních stran (6 % populace) a těch občanů, kteří silně důvěřují oficiální ruské interpretaci války na Ukrajině. (STEM, 2022)

Výsledky průzkumu je nicméně nutné brát s rezervou, jelikož nálada ve společnosti je proměnlivá a je možné, že tato silná podpora byla způsobena akutním pocitem ohrožení vycházející z války na Ukrajině, která byla v době provádění průzkumu ve své rané fázi. To potvrzuje i jeden z autorů studie, Nikola Hořejš: „Míra souhlasu s omezením je překvapivá. Zdá se, že skutečně při válečném ohrožení nepovažujeme svobodu šířit svoje názory a nepravdy za absolutní.“ (STEM, 2022)

Na druhou stranu, fakt, že občané České republiky spíše dlouhodobě podporují boj proti dezinformacím, dokládá novější výsledek průzkumu agentury Median realizovaný pro Český rozhlas, ve kterém 63 % Čechů považuje vládní boj proti dezinformacím za nedostatečný. (MEDIAN, 2023)

Otázkou také je, co si lidé pod pojmem „dezinformace“ představují a koho považují za jejich největší původce. Z průzkumů agentury STEM mimo jiné vyplývá, že téměř polovina lidí si jako původce vybaví určité zájmové skupiny, které je vytvářejí zcela záměrně. Tento postoj nejčastěji zastávají voliči aktuálních vládních stran (SPOLU a Piráti a Starostové) vysokoškolsky vzdělaných a mladších lidí. Naopak jako druhé nejčastější původce dezinformací si až čtvrtina populace představuje „novináře velkých médií, kteří je vytvářejí na objednávku“. K tomuto výkladu se pak nejčastěji přiklání voliči starší 60 let, voliči SPD a protestních stran a obecně lidé nespokojeni s polistopadovým vývojem. (STEM, 2022)

Z tohoto výsledku lze vyvodit, že ačkoliv Češi podporují boj proti dezinformacím, je populace rozdělena na dva početné tábory, přičemž každá považuje za dezinformační sdělení často přesně opačné informace a sdělení než druhá strana.

Tento rozpor se nadále ukazuje ve výsledcích agentury SANEP, ze kterého vyplývá, že více než polovina českých občanů se bojí otevřeně vyjádřit svůj názor a více než polovina považuje za nebezpečné šíření „provládní propagandy bagatelizující energetickou a ekonomickou krizi“. Průzkum dále ukazuje jisté rozpory v otázce strategie boje proti dezinformacím. Téměř dvě třetiny dotázaných uvedlo, že vidí větší přínos v podpoře společenské diskuse a vzdělávání než v legislativních krocích. (SANEP, 2023)

K výsledkům průzkumu je nutno dodat, že zadavatelem průzkumu byla Společnost pro obranu svobody projevu, v jejímž čele je kupříkladu senátorka Jana Zwyrtková Hamplová nebo velvyslanec Petr Drulák, kteří jsou považováni za šířitele prokemelské propagandy. Výsledky průzkumu zpochybnil také sociolog Jan Herzmann, který ve výsledcích vidí určité motivace zadavatele. Budeme-li ale brát průzkum s rezervou, můžeme konstatovat, že přinejmenším ukazuje různorodost postojů vůči strategii boje proti dezinformacím. (Machová, 2023)

Na problematiku strategie boje proti dezinformacím ale poukazují i výzkumníci z agentury STEM. Ti upozorňují na to, že počet lidí, kteří se k dezinformačním zdrojům dostávají přímo, je poměrně malý. Například server Aeronet, který patří mezi přední dezinformační weby, zná pouze 5 % populace. Větší zásah mají podle výzkumníků organicky se šířící obsahy na sociálních sítích, nebo ty zprávy, které se šíří kanály na pomezí dezinformačního a mainstreamového média – typickým příkladem je server Parlamentní listy. Jak dodává Nikola Hořejš: „Skoro veškerá debata se otáčí k tomu, zda je potřeba nějak vypínat dezinformační zdroje. Když si ale uvědomíme, že je zde asi 10 % občanů, kteří pravidelně sdílejí konspirační teorie, tak je jasné, že ty vypnuté zdroje brzy něco nahradí, protože lidé se k informacím nedostávají přímo.“ (STEM, 2022)

Podobný názor má i přední český mediální analytik Josef Šlerka. Ten v rozhovoru pro Český rozhlas uvedl, že aktuální legislativa je již dostatečná a není potřeba ji rozšiřovat. Problém spíše spočívá v přístupu využívání právních nástrojů ze strany policie a soudů. Zároveň také upozorňuje, že je vždy potřeba vytvářet legislativní prostředí, které bude nezávislé na vládnoucích uskupeních – optikou některých, by mohlo být na jeho rozšiřování pohlíženo jako na nárůst cenzurních nástrojů, což může být zneužito v politických bojích. (Očenášková, 2023)

3. Senioři a dezinformace

V této kapitole se zaměřím výhradně na seniory jakožto příjemce obsahu mediálního a dezinformačního. Tato kapitola bude stěžejní pro pochopení vztahu senior – dezinformace, který zkoumá praktická část této práce. V první řadě je potřeba definovat, co je to stáří a kdo to je „senior“.

Podle Saka a Kolesárové je stáří životní fáze člověka ohraničena dvěma časovými body. Zatímco horní hranice je vymezena jednoznačně – smrtí, spodní hranice je rozmazána tím, jak procesy a jevy spojené se stářím do člověka vstupují postupně. Tyto jevy do každého jedince prostupují v různém stádiu života a jsou ovlivněny zejména genetickým základem jedinců, společenským vlivem, životní historií a kulturními faktory (Sak & Kolesárová, 2012).

Stále zůstává otevřenou otázkou, jak by společnost měla vnímat stáří a seniory. V současné době se v politické reprezentaci a v médiích prosazuje pohled na starší generace jako na něco, co pro ekonomiku a společnost představuje zátěž a je zbytečné, ale s čím je nutné se vyrovnat. Zvláště, pokud jsou starší lidé vnímáni jako něco, co postrádá svůj smysl, a nyní je na mladých, aktivních, produktivních a konkurenceschopných jedincích, aby se o tyto osoby postaraly. Tvrdit, že kdyby nebyli starší lidé, společnost by neměla problémy a státní rozpočet by byl vyrovnaný, je příliš zjednodušené (Sak & Kolesárová, 2012).

Průzkum z roku 2011 zkoumající pohled české veřejnosti na fenomén stáří a seniorů ukázal, že pomyslný věk, od kterého jedince označujeme za seniora není jednoznačný. Souhrnně však můžeme říct, že podle drtivé většiny respondentů se v České republice stává jedinec seniorem mezi 60. a 70. rokem života v závislosti na svých individuálních charakteristikách. (Sak & Kolesárová, 2012). Je nicméně zajímavé, že odpovědi se často vztahovali k letům definovaných v zákoně o důchodovém pojištění (Zákon č. 155/1995 Sb.) – nejčastěji tedy 60 a 65 roků života. To nás opět dovádí k poznatku, že pojem stáří a seniority je spíše individuálního charakteru, přičemž většinová populace uvádí konkrétní věk odvozováním od státem stanovených milníků.

3.1. Senioři v České republice

V České republice dochází k trvalému nárůstu počtu obyvatel ve věku 65 let a více, což je trend pozorovatelný již od poloviny 80. let 20. století. Tento demografický vývoj se značně zrychlil v prvním desetiletí 21. století, kdy do věku seniorů přestoupily početně silné generace narozené ve 40. letech. Během desetiletí 2001 až 2011 se počet seniorů zvýšil o 226 tisíc, zatímco v následujícím desetiletí mezi lety 2011 a 2021 tento nárůst dosáhl až 515 tisíc. V letech 2020 a 2021 byl růst počtu seniorů dočasně zpomalen v důsledku pandemie COVID-19, což vedlo ke snížené mortalitě a k menšímu počtu osob přecházejících do věku nad 65 let. I přes tyto překážky však počet seniorů v roce 2022 opět vzrostl o 1,8 %, čímž dosáhl celkového počtu 2,21 milionu. (Český statistický úřad, 2023)

Struktura seniorské populace se liší v závislosti na konkrétních věkových skupinách. Nejpočetnější pětiletou skupinu tvoří jedinci ve věku 65–69 let. Tato skupina tradičně zahrnuje nejvíce lidí, zatímco každá další starší věková skupina je méně početná. Důvodem jsou nejen přirozené demografické procesy, ale také historické proměny v porodnosti, které ovlivnily početnost jednotlivých generací. V roce 2022 bylo téměř 30 % všech seniorů ve věku 65–69 let, což odpovídá přibližně 653 tisícům osob. Další 28 %, tedy 613 tisíc, připadlo na věkovou skupinu 70–74 let. Ve věku 75–79 let bylo zaznamenáno více než pětina seniorů s počtem 476 tisíc, zatímco skupina 80 let a starší čítala 466 tisíc osob, z nichž většina patřila mezi osmdesátníky. (Český statistický úřad, 2023)

Genderové složení seniorské populace je rovněž zajímavé, neboť mezi staršími občany převládají ženy. Vyšší úmrtnost mužů v mladších věkových skupinách znamená, že ženy tvoří větší část starší populace. Tento trend se však v průběhu času mírně snižuje, což odráží zlepšení zdravotní péče a životních podmínek. (Český statistický úřad, 2023)

Vzdělání mezi seniory v České republice reflektuje historický vývoj a společenské změny v zemi. Data ukazují, že zatímco mladší generace vykazují rostoucí úroveň terciálního vzdělání, starší občané často dosáhli maximálně středoškolského vzdělání, což je dáno méně přístupnými vzdělávacími možnostmi v dobách jejich mládí. (OECD, 2022). Vzdělání osob starších 65 let se nicméně stále zvyšuje. Mezi 85letými v roce 2021 dosahovala míra vysokoškolsky vzdělaných 8,6%, zatímco mezi 65letými to bylo již 13,6%. Lze tak očekávat, že v příštích

letech se bude podíl vzdělanějších jedinců v nejstarší části populace nadále navyšovat. (Český statistický úřad, 2022)

V otázce volebních preferencí senioři v posledních letech ustupují od podpory tradičních levicových stran (ČSSD), namísto toho stále častěji volí spíše nová alternativní politická uskupení (ANO 2011). Dlouhodobě mezi seniory také klesá podpora komunistické strany. (KANTAR, 2020). Jak ukazují průzkumy agentury Centra pro výzkum veřejného mínění, voliči nad 65 let vykazují vysokou míru volební stability a účasti. S tendencí hlasovat opakovaně pro stejné politické uskupení, mají starší voliči zásadní vliv na výsledky voleb, zejména s ohledem na jejich vysokou volební aktivitu. Zásadní témata pro tuto voličskou skupinu jsou pak veřejné finance, zdravotnictví, sociální jistoty a zemědělství. (CVVM, 2021)

3.2. Kognitivní zkreslení a proces stárnutí

Lidský mozek denně zpracovává desetitisíce podnětů, podle studie z roku 2012 je dokonce schopen zpracovat denně po převedení na digitální hodnoty téměř 74 GB dat. (Bohn & Short, 2012). Mnoho z těchto dat, které mozek od smyslových orgánů během dne přijímá, jsou přitom pro jedince zcela nepodstatná. Některá data jsou ovšem často životně důležitá, mozek je proto nucen tyto podněty neustále vyhodnocovat a provádět odpovídající úkony. Tento neustálý přísun informací by ale při podrobné analýze každého stimulu vedl velice brzy ke kognitivnímu přetížení. Aby k takovému stavu nedošlo, vyvinul mozek řadu mentálních strategií a pravidel, které mu pomáhají tato kvanta dat efektivněji, a především úsporněji zpracovávat. Během těchto procesů může ovšem docházet k jistým chybám, které pak vedou k mylnému úsudku. Tyto chyby nazýváme „kognitivní zkreslení“. Daniel Kahneman rozlišuje dva typy myšlenkových procesů, známé jako Systém 1 a Systém 2. Systém 1 je charakterizován rychlým, intuitivním a automatickým způsobem myšlení, který probíhá s minimálním vědomým úsilím a je ovlivněný instinkty a předchozími zkušenostmi. Právě tento systém je pak náchylný k různým formám kognitivních zkreslení. Naopak, Systém 2 je pomalejší, vyžaduje více úsilí a je založen na vědomém a logickém rozhodování. Tento druhý systém je typicky zapojen při složitějších a důkladnějších úvahách. (Kahneman, 2012)

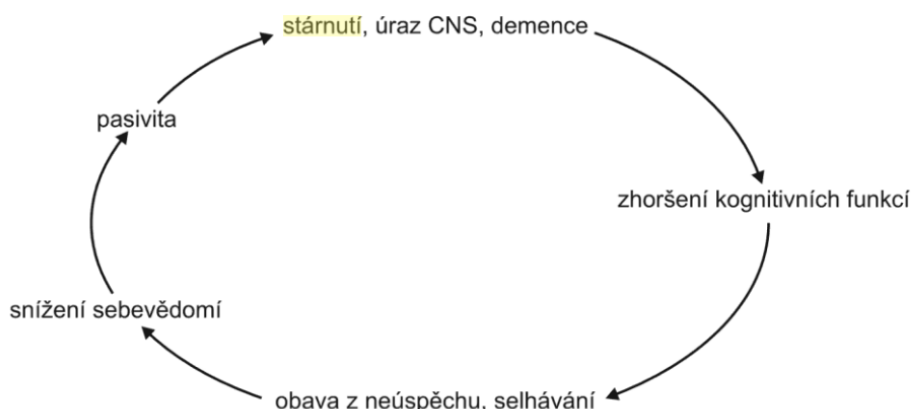
Jak uvádí Haselton, kognitivní zkreslení je charakterizováno především tím, že člověk si své předsudky obvykle neuvědomuje. Nejedná se tak o úmyslnou chybu, ale spíše o důsledek chybových myšlenkových procesů. Tento proces pak může být ovlivněn interními, nevědomými motivy, které vedou jedince k tomu, že přijímá nebo naopak odmítá určitá fakta či závěry. (Haselton, 2005) V kontextu dezinformací uvedu nyní několik klíčových kognitivních zkreslení. Prvním z nich je Dunning-Krugerův efekt, který ilustruje paradox, kdy méně kompetentní jedinci přeceňují své schopnosti, kvůli nedostatku schopnosti posoudit vlastní omezení, zatímco kompetentní jedinci mohou podceňovat své dovednosti, protože předpokládají, že ostatní mají srovnatelné nebo lepší znalosti. (Kahneman, 2012). Dalším významným zkreslením je efekt kotvení, kdy lidé přikládají přílišnou důležitost první informaci, kterou získají, bez ohledu na to, zda je relevantní nebo pravdivá. Tato "kotva" může následně výrazně ovlivnit jejich rozhodování, často k horšímu, pokud je informace zavádějící nebo nepravdivá. (Esgate & Groome, 2005). Heuristika dostupnosti zase popisuje tendenci lidí dávat větší význam myšlence, která se jim vybaví jako první, což může vést k přehlížení lepších nebo adekvátnějších alternativ, které nejsou tak snadno dostupné v paměti. (Kahneman, 2012). Efekt rámování pak způsobuje, že lidé mají tendenci být ochotnější riskovat, pokud je situace rámována jako potenciální zisk. Zatímco při vytvoření dojmu možné ztráty jsou naopak konzervativnější. (Plous, 1993).

V otázce vztahu mezi stárnutím a kognitivním úpadkem není odpověď komplikovaná. Výzkumy ukazují, že i když je celkový pokles určitých kognitivních funkcí s věkem nezpochybnitelný (jako je rychlost zpracovávání informací nebo zhoršení paměti), rozsah a povaha tohoto poklesu se může mezi jednotlivci výrazně lišit. (Deary, 2009). Sternberg poukazuje na to, že i když starší lidé nemusí zpracovávat informace s takovou rychlostí jako mladší generace, mají schopnost před učiněním rozhodnutí důkladně zvážit alternativy na základě svých předchozích zkušeností. Tuto schopnost lze často označovat jako moudrost. (Sternberg, 2009).

Jak uvádí Klucká a Volfová, negativní projevy stárání, zhoršení kognitivních funkcí a možný nástup demence je možné proaktivním přístupem značně oddálit. Klucká a Volfová vidí zhoršování kognitivních schopností jako bludný kruh (Obrázek 5), ve kterém se navzájem ovlivňují atributy jako obava z neúspěchu, nízké sebevědomí, pasivita, stárnutí a demence. Aby se jedinec z této smyčky vymanil, je nejjednodušší kruh přetrnout v bodě pasivity.

V takovém případě je totiž vysoká šance, že jedinec odhalí své schopnosti se znovu učit, což vede k utlumení všech negativních jevů v kruhu. (Klucká & Volfová, 2009). Tuto hypotézu pak podporuje i Lindenberger, který uvádí, že aktivní sociální život má pozitivní vliv na duševní zdraví a může dokonce zpomalit výskyt demence. (Lindenberger, 2009)

Bludný kruh zhoršování kognitivních schopností



Obrázek 5 - Bludný kruh zhoršování kognitivních schopností

3.3. Senioři a média

Podle výzkumu agentury STEM dávají senioři přednost zpravodajství z televize, což souvisí s jejich mediálními návyky a větší důvěrou v tato tradiční média. Pokud jde o důvěru ve zpravodajství, senioři nejvíce důvěřují veřejnoprávním médiím, jako je Česká televize nebo Český rozhlas. Tato důvěra ovšem není nezbytně způsobena hlubokým porozuměním mediálního světa nebo osobním pozitivním vztahem k těmto médiím, ale spíše jistou formou rutiny. Více jak 70% lidí ve věku nad 65 let totiž uvádí, že je pro ně obtížné najít médium, kterému by důvěřovali. Zajímavým zjištěním je, že senioři, kteří nedůvěřují svým schopnostem vybírat důvěryhodná média, se často spoléhají na informace od známých a přátel. Respondenti, kteří mají vysokou úroveň mediální gramotnosti, upřednostňují sledování veřejnoprávních médií, a jsou také častými uživateli webových stránek Seznam.cz, iDNES.cz a Novinky.cz (zajímavým poznatkem je, že tyto weby často nerozlišují a souhrnně je označují jako Seznam.cz). Tito respondenti jsou rovněž aktivní na platformách jako YouTube a Instagram. (STEM, 2019) Jak dodává Břoušková, čím dříve si senioři ve svém produktivním věku našli k novým technologiím a médiím cestu, tím větší je pravděpodobnost, že je budou využívat i v pozdějších letech. (Břoušková, 2020).

Naproti tomu lidé s nízkou mediální gramotností se většinou vyhýbají poslechu rozhlasu, nepoužívají sociální sítě a nevyhledávají informace na zpravodajských webových stránkách. I tato skupina je však pravidelným konzumentem veřejnoprávní televize. (STEM, 2019)

3.3.1. Rizikové komunikační kanály

V této části se zaměříme na hlavní komunikační kanály, přes které se v on-line prostředí České republiky šíří dezinformace. Tyto kanály představují značné riziko, zvláště pro skupinu seniorů. Vzhledem k tomu, že se dezinformace v digitálním světě šíří rychleji a efektivněji než v tradičních médiích, omezíme náš výběr pouze na dezinformační weby, řetězové maily a sociální sítě. (Čeští elfové, 2024) To však neznamená, že se dezinformace nemohou objevit i v tradičních médiích. Na rozdíl od digitálního prostředí, kde je možné tvořit obsah s minimálními náklady a prakticky bez jakýchkoli kontrol, tradiční média jako televize, tisk a rozhlas musí dodržovat pevně stanovené ověřovací procesy a mají zavedenou redakční kontrolu, což výrazně snižuje pravděpodobnost šíření falešných informací. (Guess & Lyons, 2020)

Dezinformační weby

Nejnavštěvovanějšími dezinformačními weby v ČR jsou Parlamentní listy, CZ24 News a Protiproud. (Čeští elfové, 2023). Podle dat webu Similarweb.com pak celou jednu čtvrtinu všech návštěv těchto webů představují čtenáři nad 65 let. (Similarweb, 2024) Dříve velice vyhledávaný a navštěvovaný Sputnik byl nucen po sankcích Evropské unie svůj web zrušit a postupně se jeho obsah transformoval na sociální sítě (zejména Telegram) a nově vzniklé dezinformační weby. Počet dezinformačních webů se v každé studii, z důvodů použití jiných metrik a proměnlivosti v čase, liší. Obecně se dá ale říct, že počet významnějších dezinformačních webů se pohybuje kolem 40 a v posledních letech se spíše snižuje. Jejich design a obsah jsou čím dál sofistikovanější a často imitují seriózní média. Mnohé využívají číslovku 24 ve svém názvu, napodobující tak zpravodajský web ČT24. (Čeští elfové, 2023)

České dezinformační weby se dají dělit podle vzniku, obsahu a motivů provozovatelů. Sputnik, založený v reakci na události na Ukrajině v 2015, reprezentoval prokremelské názory a byl financován Ruskem. Weby jako Osud či Zvědavec, původně konspirační, nyní přinášejí články s protizápadní orientací. Aeronet a AC24 podporují Rusko a kritizují EU a Západ. Zatímco v případě Aeronetu tvoří obsah anonymní autoři, AC24 bez uvedení jmen

autorů přebírá obsah šířený na ruských propagandistických webech. Agregátory typu Almanach shromažďují dezinformace, zatímco stránky typu Protiproud prezentují subjektivní názory jako objektivní fakta. Motivace k provozování webů se různí. Některé stránky jako Sputnik byly ukázkovým případem webu vytvořeného pro účely proruské propagandy. (Janda, 2017) Příkladem finanční motivace může být web AC24.cz, jehož majitel, Ondřej Geršl, si provozem webu přijde ročně na nižší miliony korun. (Ciroková & Valášek, 2023)

Z výroční zprávy za rok 2022 od nevládního think-tanku Europeanvalues vyplývá, že počet dezinformačních webů meziročně klesá. Snižuje se jak jejich počet, tak i aktivita. V roce 2022 byl zaznamenán největší pokles návštěvnosti na webech CZ24 News a Sputnik. Ze zprávy dále vyplývá, že politici s dezinformačními weby sice méně komunikují, navzdory tomu ale dezinformace pronikají i do politického mainstreamu. Zpráva také poukazuje na to, že dezinformační weby stále více využívají sociální sítě k šíření svého obsahu. (Špalková, Pastír, Přívratský, Šerák, & Činčerová, 2023)

Řetězové maily

Alvarová definuje řetězové maily jako hromadně preposílané zprávy, které se exponencionálně šíří prostřednictvím soukromé mailové komunikace. Obsahem těchto zpráv bývají většinou dezinformace, hoaxy, misinformace a jiné druhy informačních poruch. Validitu takových zpráv navíc zvyšuje adresnost, která zprávě přidává rozměr osobního doporučení (Alvarová, 2017, str. 256).

Dle studie Starci na netu z roku 2018 je právě skupina seniorů nad 65 let v rámci českého internetového prostředí největším příjemcem a největším šířitelem řetězových zpráv. Z výzkumu dále vyplývá, že 47% respondentů starších 65 let šíří varovné maily týkající se problému migrace nebo hrozby islámu – to je čtyřikrát více než u uživatelů ve věku 35-44 let. Výzkum také ukázal, že senioři šíří zprávy politického rázu (pravdivé i nepravdivé) až šestkrát více než osoby mladší (Kopecký, Sztokowski, Kožíšek, & Kasáčová, 2018).

Emailová komunikace je pro seniory jednou z nejdostupnějších platforem pro příjem informací i jejich šíření. Bohužel se ukazuje, že tento kanál slouží také k rozsáhlému šíření dezinformačního obsahu. Bohumil Kartouz, mluvčí skupiny Čeští elfové, zaměřující se na

boj s dezinformacemi, uvádí, že starší lidé si navíc mailovou komunikaci a řetězové maily spojují s disentním názorem (Kartous, 2018). Co může konzumace řetězových dezinformačních obsahů způsobit ukázal případ Jaromíra Baldy, českého penzisty, který v roce 2017 nastražil pokácený strom na koleje u Mladé Boleslavy. Balda odsouzený na 4 roky vězení za teroristický útok později připustil, že byl pravidelným příjemcem i šířitelem řetězových zpráv s dezinformačním obsahem (Ciroková, 2021).

Sociální sítě

Šíření falešných zpráv na sociálních sítích je zásadní problém, který je umocněn designem a algoritmy těchto platforem. Tyto algoritmy často favorizují obsah, který vyvolává silné emocionální reakce, bez ohledu na jeho pravdivost. Studie ukázala, že falešné zprávy se šíří mnohem rychleji a zasahují daleko větší počet uživatelů než zprávy pravdivé. Podle testovací studie dezinformace dosáhly hloubky šíření 19 kroků od původního tweetu téměř 10krát rychleji než pravdivé zprávy, které dosáhly pouze hloubky 10 kroků. Studie dále ukázala, že falešné zprávy byly často vnímány jako novější a zajímavější než zprávy pravdivé (Vosoughi, 2018).

Jak uvádí Ministerstvo vnitra ČR, dezinformace na sociálních sítích mají významný dopad na společnost, zvláště během krizových situací, jako byla pandemie COVID-19 v roce 2020. Během těchto krizí může dojít ke stavu extrémní poptávky po informacích, které sociální sítě kvůli svým algoritmům podporují. Tento proces tak může způsobit digitální "infodemii", tedy přetížení informačního prostoru, ve kterém se strmě zvyšuje obtížnost rozpoznávání falešných zpráv. (MVČR, 2024)

Podle statistik Českého statistického úřadu používal v roce 2021 sociální sítě zhruba každý desátý senior nad 65 let a každý čtvrtý senior, který byl aktivním uživatelem internetu. (Český statistický úřad, 2021). Janiš ale poukazuje na to, že i když sociální sítě jsou mezi seniory stále více populární, mnoho z nich není dobře obeznámeno se zásadami bezpečného chování na internetu, neuvědomují si potenciální rizika, ani nevyužívají všechny dostupné funkce sociálních sítí. To jim pak ve výsledku může komplikovat používání těchto platforem a zvyšuje riziko podlehnutí dezinformacím. (Janiš, 2021)

3.4. Senioři jako oběti dezinformací

Všeobecně převládá názor, že mediální gramotnost seniorů je nižší než u ostatních skupin společnosti. Tento dojem je často posilován osobními zkušenostmi s prarodiči, kteří se potýkají s moderními technologiemi jako jsou chytré telefony nebo počítače. Názor navíc ve společnosti utvrzují i média, které často zobrazují případy seniorů, jež přišli o své životní úspory vinou digitálních šmejdů. Výzkum agentury STEM ovšem došel k překvapivým závěrům. Celková úroveň mediální gramotnosti mezi seniory je skutečně nižší, jejich schopnost porozumět a kriticky přistupovat k mediálním obsahům je ovšem srovnatelná s ostatními věkovými skupinami. Za celkově nižší úrovní mediální gramotnosti pak stojí především omezenější zkušenosti a menší důvěra v moderní technologie a nová média. Tato nezkušenost s nejnovějšími technologickými inovacemi a digitálními platformami může u seniorů vést k nesprávnému chápání a používání těchto nástrojů. (STEM, 2019)

Vyvrací se tak mýtus o seniorech, jakožto nekompetentních příjemcích mediálních obsahů. Jak navíc dodává Valůch, mnoho starších lidí má bohaté životní zkušenosti a kritické myšlení, které jim umožňují lépe navigovat médii, než by se mohlo zdát. Nicméně dále dodává, že v internetovém prostředí existuje pro seniory mnoho rizik. Senioři jsou často oběťmi podvodů a krádeží na internetu, zejména v důsledku jejich omezené znalosti online prostředí a vyšší důvěry v internetový obsah. Toto nebezpečí je pak zesíleno jejich sklonem k uvádění osobních údajů v online prostředí. Dále upozorňuje na existenci tzv. „digitálních šmejdů“. Ti cílí na seniory s nabídkami, které jsou neúměrně nevýhodné nebo dokonce podvodné, spoléhající na technickou neznalost této věkové skupiny. (Golís, 2019)

Tyto závěry potvrzuje také výzkum Starci na netu. Ten odhalil, že minimálně 40% seniorů již na internetu narazilo na nepoctivého prodejce. Ačkoliv je pak tato skupina již obezřetnější se sdílením svého data narození nebo fotografií, mají stále vysokou tendenci sdílet údaje, jako je adresa trvalého bydliště nebo další kontaktní spojení. Studie dále zjistila, že přibližně 19 % seniorů reaguje na emaily od bankovních institucí, což je činí zranitelnými vůči podvodům, které zneužívají internetové bankovníctví. Policie potvrzuje, že mnoho seniorů se v online prostředí stává oběťmi podvodů, zejména těch, které souvisí s internetovými nákupy nebo aukcemi. (Kopecký K. S., 2018)

Jak uvádí zpráva Českého statistického úřadu, s procesem stárnutí se vážou určité fyzické a psychické změny, které činí seniory obzvláště zranitelnými vůči trestné činnosti. Faktory jako osamělost, zvýšená důvěřivost, omezená schopnost obrany a předvídatelné chování mohou zvyšovat riziko, že se stanou oběťmi zločinu. Proto jsou také od roku 2017 v České republice senioři zákonem uznáváni jako „zvlášť zranitelné oběti“. V roce 2022 představovali senioři 8,8 % všech obětí trestných činů v zemi. (Český statistický úřad, 2023)

Ve vztahu k dezinformacím jsou pak senioři často cílem dezinformačních kampaní, které mohou zneužívat jejich tendenci sdílet informace s dobrým úmyslem chránit své blízké, aniž by si ověřili pravdivost informací. To může vést k šíření nepravdivých nebo zavádějících informací mezi širší veřejností. Jak Valůch dále dopadá, že starší lidé mívají často problém s posuzováním proč a kým bylo nějaké sdělení vytvořeno. (Golís, 2019)

Programy mediálního vzdělávání pro seniory

Programy mediálního vzdělávání pro seniory jsou iniciativy zaměřené na zlepšení schopnosti starších dospělých kriticky analyzovat mediální obsah, rozumět principům fungování médií a efektivně využívat digitální technologie pro osobní i společenské prospěch. V České republice je hned několik organizací a institucí poskytujících mediální vzdělávání seniorům. Mezi největší se řadí například organizace Transitions, Elpida a projekty podporované či zřizované Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy České republiky, jako je třeba projekt DigiKoalice, jež podporuje digitální gramotnost ve společnosti. Do výčtu bychom mohli zařadit také koncept univerzity třetího věku, která umožňuje celoživotní vzdělávání a podílí se na něm většina vysokých škol v České republice.

PRAKTICKÁ ČÁST

4. Metodologie

4.1. Cíl práce a výzkumné otázky

Cílem této práce je pomocí polostrukturovaných rozhovorů s respondenty a ukázkami dezinformačních sdělení zjistit, 1) jak se k dezinformacím staví senioři ve věku nad 65 let, 2) zda je považují za problém, 3) zda a jak vnímají jejich vliv na sebe a své okolí, 4) jaká je jejich schopnost dezinformace kriticky analyzovat a 5) co by jim samotným pomohlo v lepším rozeznávání nepravdivých a zavádějících informací. Na základě tohoto cíle byly stanoveny následující čtyři hlavní výzkumné otázky a jedna vedlejší:

- *Považují senioři dezinformace za problém?*
- *Do jaké míry vnímají vliv dezinformací na sebe a své okolí?*
- *Jaká je schopnost seniorů kriticky analyzovat dezinformace?*
 - *Jak postupují v případě ověřování informace?*
- *Co by seniorům pomohlo v rozpoznávání dezinformací?*

4.2. Metodologický postup práce

Svou bakalářskou práci jsem se rozhodl zpracovat pomocí metody kvalitativního výzkumu. Jak uvádí Marshall, kvalitativní výzkum přináší hlubší porozumění životním zkušenostem jedince, zjišťuje, jak aktéři rozumí sociálním situacím a jaké důvody je k tomu vedou, zohledňuje vliv kontextu a prostředí na to, co si lidé myslí a jak jednají. (Marshall & Rossman, 1995). Podle Hendla jsou pak základními metodami kvalitativního sběru dat pozorování, rozhovory a analýza dokumentů (Hendl, 2016, str. 165)

Jako technika sběru dat pro kvalitativní výzkum byla vybrána metoda polostrukturovaného rozhovoru. Ten je dle Reichela definován jako verbální dialog dvou osob, při kterém má autor připravený návod neboli kostru témat a otázek, které chce probrat. Tazatel má možnost

odklonit se od připravených okruhů v reakci na odpověď zpovídáného a zabývat se tím, co považuje za důležité v dané chvíli. (Reichel, 2009). Rozhovory s respondenty byly prováděny v místě jejich bydliště a ve třech případech byl rozhovor veden s dvěma respondenty zároveň. Pro následný přepis rozhovoru a pro minimalizování špatné interpretace odpovědí během rozhovoru, byl každý rozhovor zaznamenán v audio podobě a následně přepsán. V části rozhovoru věnující se diskusi nad ukázkami byla respondentům sdělení prezentována na obrazovce počítače v plném rozsahu.

4.2.1. Testovací rozhovor

Testovací rozhovor měl za cíl ověřit funkčnost navrženého metodického schématu výzkumu a identifikovat potenciální problematické aspekty v rámci studie, za účelem jejich následného zdokonalení pro finální fázi výzkumu. Proběhl testovací rozhovor s 89letou seniorkou, která byla záměrně vybrána kvůli jejímu pokročilému věku. Tento výběr umožnil ověřit, zda je téma srozumitelné i pro respondenty s potenciálně sníženými kognitivními schopnostmi spojenými s věkem.

1. Respondentka vnímala pojem "dezinformace" velice úzce, což se v průběhu rozhovoru ukázalo jako problém. Z tohoto důvodu je vhodné při otázce a) důkladně prověřit respondentovu představu o pojmu "dezinformace".
2. Debata nad předloženým tvrzením probíhala rychleji, než se předpokládalo. Na základě tohoto zjištění byly přidány další ukázky a otázky na respondenty.
3. Diskuse se neúměrně zaměřovala na faktický obsah dezinformačního sdělení. Je vhodné otázky více zaměřit na formát sdělení, úvahy o autorovi a kontext, ve kterém bylo sdělení prezentováno.
4. Respondentka měla pevně vymezený názor na tvůrce dezinformace a nepřipouštěla možnost omylu. Tento fakt naznačuje potřebu přidat více otázek, které zkoumají názory respondentů na tvůrce dezinformace.
5. Bylo zjištěno, že respondentka má odlišný názor na otázku podléhání dezinformacím, který se liší v rámci vnímání sebe sama a zbytku společnosti. Proto byly do scénáře začleněny otázky, které detailněji zkoumají toto rozdílné vnímání.

4.2.2. Struktura rozhovoru

Rozhovory byly rozděleny do čtyř částí. První část byla věnována diskusi o obecném pohledu na dezinformace jako fenoménu rezonujícím ve společnosti. Cílem bylo zjistit, jak senioři na problematiku dezinformací a informačních poruch v mediálním prostředí nahlížejí a zda ji považují za problém. Druhá část se zaměřila na samotný rozbor dezinformací. Cílem bylo zjistit, jak senioři reagují na konkrétní dezinformace a do jaké míry jsou schopni dezinformace analyzovat. Neméně důležitým okruhem otázek byly ty, které zkoumaly náhled seniorů na tvůrce a šířitele takového obsahu. Následovala diskuse nad způsobem, jakým by se informací pokusili ověřit nebo vyvrátit. Před debatou o konkrétní ukázce byl dán respondentům vždy dostatek času na prostudování ukázky. Pokud s obsahem ukázky respondent souhlasil, výzkumník zachovával neutrální postoj, který využil k další diskusi. Třetí část se věnovala reflexi probíraného tématu a odpovědím, s cílem navrhnout opatření, jež by vedla k vyšší mediální gramotnosti seniorů a jejich odolnosti vůči dezinformačním sdělením a ostatním informačním poruchám. Poslední část rozhovoru byla věnována dotazníkovému šetření s cílem zařadit respondenty do socio-demografických skupin.

Diskuse na téma dezinformace

- a) Co je podle Vás dezinformace?
- b) Jsou podle Vás dezinformace problém? Pokud ano/ne => Proč?
- c) Kdo podle Vás dezinformace šíří a proč?
- d) Myslíte si, že Vás dezinformace někdy ovlivňují?
- e) Jak vnímáte snahy vlády v boji proti dezinformacím?
- f) Jak vnímáte snahy jiných organizací v boji proti dezinformacím?
- g) Stalo se Vám někdy, že jste něčemu uvěřil/a a až později zjistil/a, že informace nebyla pravdivá?
- h) Myslíte si, že je Vaše okolí ovlivněno dezinformacemi?

Rozbor ukázek

- i) Jak hodnotíte pravdivost tohoto tvrzení?
- j) Vyvolává ve vás nějaké emoce? Jaké?
- k) Co je v ukázce za prvky, které mu přidávají na důvěryhodnosti?
- l) Co je v ukázce za prvky, které mu ubírají na důvěryhodnosti?
- m) Kdo obsah pravděpodobně vytvořil?
- n) Jaká byla podle Vás motivace autora takového sdělení vytvořit/sdílet?
- o) Myslíte si, že autor/šířitel obsah šířil s dobrým, nebo špatným úmyslem?
- p) Jak byste toto tvrzení ověřil/a? (Jaké nástroje byste k tomu použil/a?)
- q) Myslíte si, že by za určitých okolností mohla nastat situace, kdy byste informaci alespoň na krátkou dobu věřil/a?

Reflexe problematiky a osobního přístupu

- r) Co by podle Vás pomohlo společnosti, aby takovýmto tvrzením podléhala méně nebo vůbec?
- s) Co by pomohlo Vám, abyste nepravdivým sdělením méně podléhal/a?
- t) Co si představujete pod pojmem mediální vzdělávání?
- u) Máte zkušenost s jakoukoliv formou mediálního vzdělávání?

Demografické údaje

- v) Rok narození
- w) Žena/muž
- x) Dosažené vzdělání
- y) Jaký je Váš vztah k systému (státu)?
- z) Jak byste ohodnotil/a svou životní situaci?
- aa) Z čeho čerpáte informace (jaká média sledujete?)

4.2.3. Ukázky dezinformačních sdělení

Předkládaná dezinformační sdělení byla vybrána na základě rozmanité typologie dezinformací, se kterými se senioři na internetu a v mediálním světě mohou setkat. Následující ukázky jsou vybrány jako zástupci jednotlivých druhů dezinformačních sdělení, přičemž byl kladen důraz na to, aby se jednoznačně jednalo o nepravdivá, podvodná nebo zavádějící sdělení.

Deepfake video s Andrejem Babišem lákající na investiční platformu

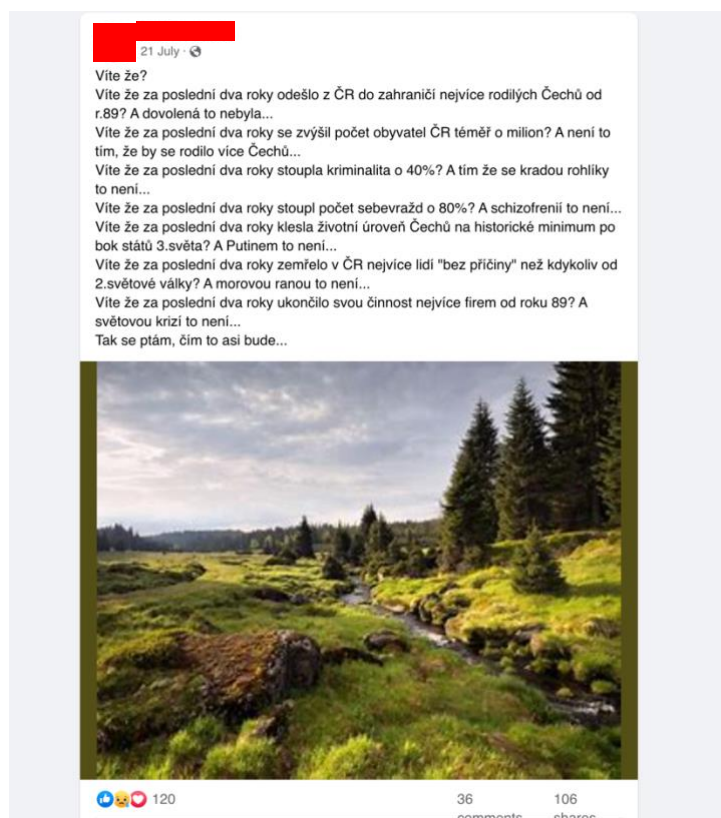
V průběhu podzimu roku 2023 se na sociálních sítích objevilo deepfake video napodobující reportáž CNN Prima NEWS. V něm moderátorka Lucie Čermáková a bývalý premiér Andrej Babiš zdánlivě propagují investiční platformu slibující vysoké zhodnocení. Použité záběry Andreje Babiše pocházely z deset let starého videa, ve kterém vysvětluje svou spolupráci s StB. Na konci videa je divák vyzván, aby klikl na odkaz pod videem a spojil se s manažerem za účelem provedení investice. V tomto případě tak můžeme hovořit o tzv. Page hijackingu, kdy jsou uživatelé nevědomě směřováni na podvodný web. (ESET, 2024). Ačkoliv je ve videu hned několik lingvistických chyb a pohyby úst ne vždy pasují do mluveného projevu, pro diváka sledujícího video například na mobilním zařízení může obsah vyznít, ve spojení s důvěryhodně napodobeninou originální grafiky, poměrně věrohodně. Fact-checking videa provedl server Demagog.cz. (Demagog.cz, 2023). Video je dostupné na tomto odkaze: <https://shorturl.at/flzF3>



Obrázek 66 - Deepfake video s Andrejem Babišem lákající na investiční platformu

Zavádějící příspěvek o vývoji České republiky

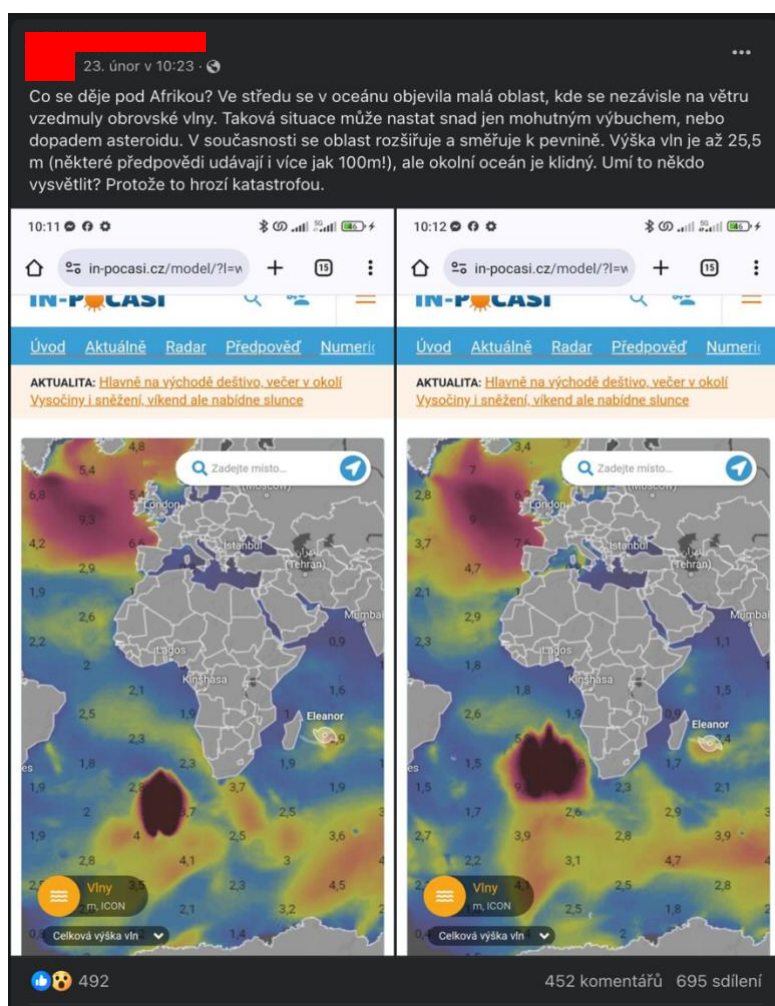
Ve druhé polovině roku 2023 se na sociálních médiích rozšířil příspěvek, který interpretuje vývoj situace v České republice během uplynulých dvou let jako scénář blížící se apokalypse. Tento narativ sugeruje markantní degradaci životního standardu obyvatelstva, přičemž předpovídá vzestup kriminality, nárůst sebevražd a zvýšení počtu úmrtí, jejichž příčiny nebyly adekvátně objasněny. Přestože je daný příspěvek konstruován na tvrzeních, která by mohla vyvolat znepokojení veřejnosti, analýza těchto tvrzení odhaluje, že jsou buďto zcela neopodstatněná, nebo jsou prezentována způsobem, který je zavádějící a neodpovídá objektivní realitě. Texty podobného charakteru nejsou v dezinformačních kruzích ojedinělé, Pravidelně se objevují v různých formách, vždy však s podobným cílem – zpochybnit politický, ekonomický, sociální a myšlenkový vývoj v České republice. Často je také přidáno srovnání s totalitním režimem před rokem 1989, jehož životní úroveň a stav společnosti zprávy často zavádějícím způsobem glorifikují. Fact-checking tohoto textu provedl server Demagog.cz (Demagog, 2023)



Obrázek 77 - Zavádějící příspěvek o vývoji České republiky

Hoax/Misinformace o výbuchu pod Afrikou

Začátkem března roku 2023 se začaly na sociálních sítích šířit nepravdivé zprávy o údajném katastrofickém výbuchu nebo dopadu asteroidu pod Afrikou koncem února, které měly za následek obrovské vlny vysoké až 25,5 metru. Tyto spekulace vycházely z příspěvku, který zaznamenal vysokou míru sdílení a odvolával se na web in-pocasi.cz, který však nezobrazoval skutečné satelitní snímky, ale předpovědní modely, konkrétně systém ICON. Tento incident se ukázal být důsledkem chyby v předpovědním modelu, jak potvrzují skutečné satelitní snímky, které zmiňovanou výšku vln nevidovaly. Ukázka je pro potřeby studie vhodná díky tomu, že ze stylu textu sdělení není zcela zřejmé, zda-li autor zprávu vytvořil záměrně s cílem dezinformačního potenciálu, nebo z čisté neznalosti. V takovém případě by se jednalo o ukázkou misinformace – tedy autor šířil nepravdivou informaci nevědomě. Na nepravdivost příspěvku upozornil server Manipulátoři.cz (Manipulátoři, 2024).



Obrázek 88 - Hoax/Misinformace o výbuchu pod Afrikou

Článek o konspirační teorii chemtrails na dezinformačním webu

Tato ukázka je vybrána především z důvodu své reprezentativnosti jakožto dezinformačního sdělení. Článek projevuje prakticky všechny typické znaky dezinformačního sdělení, které zahrnují záměrné zkreslování skutečnosti a manipulativní praktiky. Jeho účelem je nalákat čtenáře pomocí dlouhého a emotivního titulku a dále posílit jeho zájem přiloženou katastrofickou montáží. Obsah článku spekuluje o údajném zapletení vlád a světových elit do předpokládaného celosvětového spiknutí, přičemž ohýbá vědecká fakta a neklade důraz na uvádění relevantních zdrojů. Článek se aktivně snaží vyvolat emotivní reakci u čtenářů, zaštituje se autoritami (v tomto případě Hygienickou stanicí) a není jasně uveden konkrétní autor textu. Hlavním tématem článku je pak mnohokrát vyvrácená konspirační teorie o tzv. „chemtrails“ (ČHMÚ, ÚFA AV ČR, MKOP MFF UK, & ČMeS, 2010).



CZ24 NEWS

Hlavní Česko Slovensko Svět Politika & Lid. práva Ekonom & Byz Komentáře Historie Války Army Věda & Tech

POTVRZENO! Chemický rozbor dešťové vody po chemtrails práškování v Českém ráji odhalil šílené překročení těžkých kovů způsobem, že v laboratoři se chemikům protočily panenky! POLOVINU MENDĚLEJEVOVY TABULKY VÁM SYPOU NA HLAVY!!!

4. prosince 2021 v ČR, Eko & Klima, Hlavní, Komentáře, Politika & Lid. práva, ZDRAVÍ & COVID **Zvětšovač písma:** A A A



Obrázek 9 - Článek o konspirační teorii chemtrail na dezinformačním webu

4.2.4. Metoda zpracování dat

V kvalitativním výzkumu, který analyzuje rozhovory s respondenty, je postup zpracování dat klíčový pro zajištění validnosti a reliability získaných výsledků. Výzkum započal přepisem realizovaných rozhovorů do textové formy, přičemž z přepisu byly vynechány segmenty nesouvisející s hlavním výzkumným tématem, jako jsou například pasáže vyprávění respondentů, které nebyly relevantní pro stanovené výzkumné cíle a další citlivá data. Vyloučení těchto segmentů je běžnou praxí, jak upozorňují Bauer a Aarts, kteří zdůrazňují důležitost selektivní transkripce v kvalitativním výzkumu pro zajištění relevantnosti dat. (Aarts & Bauer, 2000, stránky 19-37) Tento způsob selekce informací pomáhá výzkumníkovi soustředit se na údaje, které jsou nejvíce vypovídající o zkoumaném jevu.

Po transkripci následoval proces kódování, který umožňuje přeměnit surová data na systematicky uspořádané jednotky, které lze dále analyzovat a kategorizovat. Kódování se stalo základem pro následné hloubkové analýzy a bylo využito pro rozčlenění dat na menší, systematicky uspořádané jednotky, které byly následně analyzovány a kategorizovány (Saldaña, 2015).

Pro hlubší porozumění shromážděným informacím byla aplikována metoda zakotvené teorie. Tento přístup umožňuje systematické odhalování teorie přímo z dat, a představuje odklon od předem stanovených teoretických rámců. S pomocí metody zakotvené teorie jsem mohl rozvinout proces induktivního kódování, ve kterém se kódy, kategorie a koncepty vyvíjejí a rafinují v průběhu interakce s daty, což vede k postupnému budování teoretických poznatků. Tento přístup je dynamický, adaptabilní a umožňuje výzkumníkovi nejen popsat, ale i teoreticky pochopit zkoumaný fenomén a je široce užívaný při kvalitativním výzkumu. (Hendl, 2016, stránky 243-258)

Následně byly identifikované otevřené kódy podrobeny další analýze. Tento proces otevřeného kódování, který odhaluje v datech určitá témata, poskytl první vrstvu informací o datech. *"Tato témata jsou nejdříve na nízké úrovni abstrakce. Mají vztah k položeným výzkumným otázkám, k prezentované literatuře, k pojmům používaným účastníky nebo jde o nové myšlenky vznikající, jak výzkumník proniká k textu"* (Hendl, 2016, str. 247). Tento

detailní průzkum umožnil hlubší porozumění datům a připravil půdu pro další kroky v analýze.

Po inicializaci otevřeného kódování, kdy jsem v datech odhalil určitá opakující se témata, která z většiny vycházela z předem připravené struktury rozhovoru, jsem dále přistoupil k seskupování jednotlivých kódů do tematických kategorií. Tyto kategorie mi umožnily vytvořit strukturovaný přehled tematických okruhů, které jsou významné pro můj výzkum. Hendl zdůrazňuje, že právě v této fázi se výzkumník musí s daty vypořádat, porozumět jim a přiřadit je do smysluplných celků. (Hendl, 2016, stránky 211-215)

Následná komparativní analýza pak spočívala v porovnávání a kontrastování těchto tematických kategorií. „*Porovnávání je klíčové pro proces kategorizace a konceptualizace v zakotvené teorii,*“ jak uvádí Strauss a Corbin, protože to vede k hlubšímu prozkoumání a porozumění datům. Během tohoto procesu jsme byli schopni identifikovat podobnosti a rozdíly, stejně jako vzájemné vztahy mezi kategoriemi, což umožnilo dále rozvíjet naše teoretické pochopení fenoménů. (Corbin & Strauss, 1999, stránky 42-53)

Tato fáze analytického procesu je zásadní pro rozvoj teoretických náhledů v kvalitativním výzkumu. Vypozorované kategorie nejsou pouze pasivně zaznamenány, ale jsou aktivně srovnávány a interpretovány v kontextu celého souboru dat. To nám dovolilo, jak poznamenávají Glaser a Strauss v nejen identifikovat tematické okruhy, ale také porozumět procesům a mechanismům, které tyto okruhy ovlivňují a jsou jimi ovlivněny. (Glaser & Strauss, 1967) Proces kvalitativní analýzy je tudíž cyklický a interaktivní, přičemž každá fáze přispívá k hlubšímu porozumění a k budování pevných základů pro teoretické závěry.

Závěrem je také potřeba brát v úvahu potenciální zkreslení ze strany respondentů a ze strany výzkumníka. Respondenti mohou své reakce nevědomky přizpůsobit vědomé účasti ve výzkumu, což může ovlivnit autenticitu jejich odpovědí. Výzkumníkovi předsudky a subjektivní zkušenosti mohou rovněž neblaze působit na sběr dat a interpretaci výsledků. Výzkumník tak musí během výzkumu neustále kriticky analyzovat svůj postup a své subjektivní zkušenosti, aby zajistil co možná nejvyšší kvalitu a nezkreslenost výzkumu. (Hendl, 2016, str. 148)

4.3. Výběr výzkumného vzorku

Výběr respondentů byl uskutečněn podle následujícího klíče:

- Respondenti jsou senioři ve věku nad 65 let,
- respondenti mají dlouhodobý pobyt na území České republiky,
- respondenti jsou samostatní a schopní vést rozhovor,
- respondenti jsou aktivními konzumenty mediálního obsahu, včetně internetu, televize, rádia a tiskových médií, případně sociálních sítí. Respondenti mají alespoň základní povědomí o aktuálním společenském dění.

Při výběru respondentů pro výzkum byl kladen důraz na co největší diverzitu výzkumného vzorku, aby bylo zajištěno, že výzkum bude v rámci proveditelných mezí co možná nejvíce reprezentativní ve vztahu k demograficko-sociologickému rozložení populace. Jak ale uvádí Hendl „*V takovém (pozn. aut.: kvalitativním) výzkumu pracujeme s tolika proměnnými, že úvahy o jejich statistickém podchycení by vedly k ohromným a nerealizovatelným rozsahům výběru*“. (Hendl, 2016, str. 150)

Respondenti tak byly vybrány na základě situační příležitosti v souladu s předem stanovenými kritérii. V tomto případě byla uplatněna metoda tzv. sněhové koule. Proces výběru respondentů začíná identifikací jedinců, kteří odpovídají stanoveným kritériím. Tyto osoby jsou během rozhovorů vyzvány, aby nominovaly další potenciální účastníky splňující kritéria, čímž se umožní rozšíření kontaktů. Tento krok se opakuje s každým nově identifikovaným respondentem, což vede k postupnému rozšiřování výzkumného vzorku. Tento přístup umožňuje efektivní a rychlé rozšíření vzorku, zejména když počáteční soubor není dostatečně reprezentativní. (Miovský, 2003, str. 108) Tímto způsobem tak bylo vybráno 10 vhodných respondentů, se kterými byl proveden rozhovor. Respondenti představovali skupinu 6 žen a 4 mužů z Prahy a okolí. Každý rozhovor trval 25-55 min a byl zaznamenán na diktafon. Všechny rozhovory byly provedeny v březnu roku 2024.

4.4. Etika výzkumu

Každý respondent byl před začátkem každého rozhovoru seznámen s tématem a cílem studie. Všechny rozhovory byly nahrávány a následně přepsány. Přepisy rozhovorů jsou součástí přílohy 2 této práce. Z přepisů byly vyjmuty části, které obsahovaly údaje nerelevantní pro studii a části obsahující citlivá data. S každým účastníkem výzkumu byl před rozhovorem podepsán informovaný souhlas ve dvou kopiích. Vzor informovaného souhlasu je přílohou 1 této práce. Respondenti byli ujistěni o zachování anonymity při zpracování dat pro účely bakalářské práce.

5. Analýza rozhovorů

Analýzu rozhovorů strukturuji do dvou konceptuálních částí. V první části podrobně zkoumám odpovědi respondentů na otázky a témata, která z rozhovorů vyplynula. Tato část se zaměřuje na detailní rozbor jednotlivých názorů a postojů účastníků výzkumu. Ve druhé části, po provedení důkladné analýzy získaných dat, přistupuji k odpovídání na výzkumné otázky stanovené na začátku studie. Abych zvýšil přehlednost a efektivitu prezentace výpovědí, jsou respondenti označováni zkratkami R1 až R10.

5.1. Demograficko-sociologický rozbor respondentů

Pro lepší chápání následující analýzy byla nejprve vytvořena přehledná tabulka, která zahrnuje základní demograficko-sociologické údaje, vztah respondentů ke státu, hodnocení jejich životní situace a odhad pravděpodobnosti sledování dezinformačních médií.

Předmětem průzkumu bylo celkem deset respondentů ve věkovém rozmezí 69 až 89 let. Pohlaví respondentů je rozděleno mezi šest žen a čtyři muže. Ohledně vzdělání, většina respondentů (šest) má středoškolské vzdělání a čtyři z nich dosáhli vysokoškolského stupně vzdělání. Vztah respondentů ke státu se různí: tři respondenti mají „negativní“ nebo „spíše negativní“ postoj ke státu, zatímco sedm z nich hodnotí svůj vztah ke státu jako „neutrální“ až „pozitivní“. Pokud jde o životní situaci, tu respondenti hodnotili spíše kladně.

Odhad pravděpodobnosti sledování dezinformačních médií byl odvozen na základě odpovědí a názorů uvedených respondenty během průzkumu. Hodnocení pravděpodobnosti konzumace dezinformačních obsahů bylo kategorizováno do tří úrovní: malá, střední a vysoká pravděpodobnost. Většina respondentů vykazuje velmi malou pravděpodobnost konzumace dezinformačních obsahů. Výjimkami jsou respondenti R1, R2, R7 a R8. Přestože respondent R2 v průběhu rozhovoru nezmínil konkrétní dezinformační či alternativní média, na základě celkového vyznění jeho vyjádření v průběhu rozhovoru byla odhadnuta vyšší pravděpodobnost konzumace dezinformačního obsahu. Tento respondent vyjádřil výraznou nevoli vůči vládě, mainstreamovým médiím a událostem související s válkou na Ukrajině: *„Nevím, teď jsem četl zrovna o tom Rusku, že jo, tak samozřejmě nevím, co je na tom pravdy.“*

Myslím to, co se stalo včera, že jo, jak se tam postříleli, vyhořeli a tak³. Tak podle zpravodajských služeb to udělali teroristé Hamásů. Údajně. Ale podle Putina to udělala Ukrajina. ... Je to nejjednodušší, že jo?“ Respondent R7 naopak explicitně zmínil webové portály jako Parlamentnílisty.cz nebo Protiproud.cz, které jsou dlouhodobě klasifikovány jako dezinformační (viz kapitola 3.3.1. Rizikové komunikační kanály). Hodnocení pravděpodobnosti konzumace dezinformačního obsahu u obou respondentů je navíc podpořeno skutečností, že oba respondenti jsou blízcí přátelé, kteří často sdílí své myšlenky, jsou si hodnotově blízcí a vyměňují si informace. Střední pravděpodobnost byla přidělena R1 a R8, kteří jsou partnery R2 a R7, což představuje vyšší možnou míru vystavení dezinformačním kanálům. Přidání tohoto hodnocení do analýzy slouží k lepšímu porozumění kontextu pro další analýzu. Je však nutné zdůraznit, že tyto odhady jsou pouze orientační a mohou být ovlivněny možnou předpojatostí výzkumníka.

Tabulka 1 - přehled demograficko-sociologických údajů respondentů

Č.R.	Pohlaví	Věk	Vzdělání	Vztah ke státu	Životní situace	PSDM ⁴
1.	žena	73 let	SŠ	spíše negativní	spíše pozitivní	střední
2.	muž	72 let	vyučení	negativní	neutrální	vysoká
3.	muž	69 let	VŠ	spíše pozitivní	pozitivní	malá
4.	žena	69 let	VŠ	pozitivní	pozitivní	malá
5.	muž	77 let	VŠ	neutrální	pozitivní	malá
6.	žena	73 let	SŠ	neutrální	pozitivní	malá
7.	muž	78 let	SŠ	spíše pozitivní	pozitivní	vysoká
8.	žena	71 let	SŠ	spíše pozitivní	pozitivní	střední
9.	žena	82 let	SŠ	spíše pozitivní	spíše pozitivní	malá
10.	žena	89 let	VŠ	pozitivní	pozitivní	malá

³ Respondent hovoří o útoku v koncertní síni na předměstí Moskvy z března roku 2024

⁴ Pravděpodobnost sledování dezinformačních médií

5.2. Úvodní diskuse na téma dezinformace

5.2.1. Dezinformace jako pojem a problém pro společnost

Drtivá většina respondentů rozumí pojmu dezinformace, jako informaci, která není pravdivá. R4 po otázce „Co se Vám vybaví, když se řekne dezinformace“ dodává: „*Mně se vybaví spousta článků na internetu, u kterých když si už jenom přečtu název, tak to dál nečtu...*“. R7 definuje dezinformaci jako záměrně zfalšovanou. R5 vnímá otázku dezinformací spíše jako otázku filozofickou – otázku hledání pravdy: „*Pravda neexistuje. To je také pravda, protože co je pravda pro nás, pro mě, nemusí být pravda pro tebe. Nebo vůbec pro nějaký v Afganistánu. Takže pravda jako taková neexistuje. Je pravdivý to, že ráno je světlo, večer tma, ale mezilidský vztahy? To si myslím že nejde jednoznačně určit*“. Poněkud komplexnější odpověď poskytuje R10, ta navzdory svému nejvyššímu věku ze všech respondentů jako jediná uvedla, že rozlišuje vícero druhů dezinformací: „*Když se řekne dezinformace, tak jsou dvě možnosti. Buď je to úmyslná dezinformace. Že si někdo něco vymyslí, aby někoho vyvedl z míry, nebo aby mu přes něho dělala legraci. Anebo je to neuvědomělá dezinformace, že někdo je špatně informován a šíří to dál.*“ Můžeme konstatovat, že respondenti mají určité povědomí o fenoménu dezinformace, jejich znalost problematiky a její komplexnosti je ale spíše minimální.

Na otázku, zda jsou dezinformace problém pro společnost odpověděli téměř všichni respondenti že ano. R4 to komentuje: „*Ti mladší už asi ví trošku víc, že nemusí všechno, co je v éteru, být pravda, ale ti starší jsou tímhle problémem asi víc zasaženi*“ Tuto výpověď kvituje R9: „*... já jsem to třeba pozorovala i u mojí maminky. Ta to brala tak, že co se řeklo v televizi, tak bylo svatý.*“

Respondenti R5 a R6 dezinformace nevnímají jako závažný problém. R5 považuje přítomnost dezinformací za neodmyslitelnou součást lidské přirozenosti a argumentuje, že dezinformace vždy existovaly a vždy budou. Je však důležité poznamenat, že oba respondenti přistupovali k otázce dezinformací a médií celkově s výraznou zdrženlivostí. Svůj nízký zájem o mediální obsah zdůvodňovali intenzivním zapojením do osobních aktivit a vysokým vytížením ve svém každodenním životě. R6 dodává: „*My hodně jezdíme na kole a hrajeme tenis. Já jako cvičitelka v Sokole navíc nacvičuji Sokolský slet, takže já prostě*

jsem soustředěná opravdu na pohyb. ... Mně prostě tohle vůbec absolutně, ta politika, samozřejmě to vyslechnu, mám na to nějaký názor, ale v podstatě mě to nezajímá. ... Chodíme volit, to samozřejmě, ale víc to neřeším ... protože jeden hází bláto na druhého a nevíš kolikrát, co si z toho máš vybrat“ Analýza výpovědí respondentů R5 a R6 byla s ohledem na vztah jejich aktivního životního stylu ke konzumaci mediálního obsahu zvláště zajímavá. V průběhu rozhovoru se ukázalo, že tito respondenti mají nízkou pravděpodobnost podléhání dezinformacím, což lze přičíst primárně k jejich způsobu života. Kvůli svému zaneprázdněnému životnímu stylu jsou vystaveni omezenému množství informací. Tato skutečnost by mohla být v otázce problematiky dezinformací a seniorů významná, neboť jak sami respondenti naznačili, konzumace dezinformací často souvisí s dostatečným volným časem, který umožňuje hlubší angažmá v médiích a potenciálně vede k vyššímu setkávání se s dezinformacemi. Na druhé straně je třeba zvážit, zda pasivní přístup respondentů R5 a R6 k mediálním obsahům a společenskému dění nemůže být ovlivněn zklamáním z politického vývoje a obecnou rezignací.

5.2.2. Představa o tvůrcích/šířitelích dezinformací a jejich motivacích

Většina respondentů má představu o tvůrcích dezinformačních obsahů nejasnou, často tvrdí, že si tvůrce nedokážou jasně představit. Pokud by ho měli nějak popsat, obecně se přiklání ke dvěma pohledům. První pohled je, že tvůrce je (slovy R4) osoba, „*která se tím baví*“ R10 tvůrce vidí jako někoho, kdo je „*...vtipálek, který zkouší, co lidi snesou a na co mu skočí*“. Druhý pohled na tvůrce, který rovněž sdílí většina respondentů je, že je to špatný člověk se zlými úmysly. R8 jej popisuje následovně: „*Rozhodně to není člověk, který by byl ohleduplný vůči jiným lidem. Má zájem, aby mezi ty lidi vnesl zmatky a nedorozumění. Čili to nemůže být dobrý člověk, který to se společností a s lidmi myslí dobře.*“

Respondentka R9 nabízí zajímavý úhel pohledu na problematiku dezinformací. Charakterizuje autory dezinformací jako „*neznámé osoby, s cílem rozvracet společnost*“ a poukazuje na to, že dezinformace podle ní neprodukují primárně „strany zájmu“, ale spíše jejich příznivci nebo odpůrci. Tento komplexní pohled od druhé nejstarší účastnice průzkumu je působivý. Během rozhovoru prokázala vysokou míru znalostí a přehledu o společenském dění, což plyne z jejího aktivního zájmu o tyto otázky, jak sama uvádí.

Respondenti R2, R7 a R8 představili odlišný úhel pohledu na problematiku šířitelů dezinformací. Ačkoli to nebylo všemi vyjádřeno přímo, z jejich výpovědí lze vyvodit, že za jedny z potenciálních šířitelů dezinformací považují vládní instituce a některé politiky. Tato interpretace je odvozena z kontextu jejich vyjádření, které naznačují skepsi vůči oficiálním zprávám a politickým představitelům. R8 uvádí: „*Já si třeba myslím, že někteří členové vlády, dokonce tyhle poplašný a falešný zprávy mezi lidmi šíří sami. Například strašení z třetí světové války. I když to třeba je reálné nebo je to nebezpečí tady, tak někteří ti ministři tím vyloženě straší, nebo se nás snaží vystrašit, abychom podpořili jejich chování*“

5.2.3. Podléhání dezinformací

Na dotaz, zda respondenti považují sami sebe za náchylné k podléhání dezinformacím, se respondenti dělí do dvou skupin. R1, R3, R4, R5, R6 a R10 uvedli, že dezinformacím zcela určitě nepodléhají. Názor R10 do značné míry vystihuje i vyjádření dalších, kteří uvedli, že dezinformacím určitě nepodléhají: „*No já osobně si myslím, že já vůbec ne. Ale jsou hloupi lidi, kteří tomu věří*“.

Na druhou stranu respondenti R2, R7, R8 a R9 však projevili určitou míru sebereflexe a připustili, že za určitých okolností, zvláště v situaci nedostatku informací, by mohli dezinformaci alespoň částečně uvěřit. R2, navzdory uvádí: „*Je to možný, aniž bych si to uvědomoval. Tím, že se v tom prostě nepohybuji, nezajímám se moc o tom, nejdu tak do hloubky... Mám o těch věcech povědomí, že to existuje samozřejmě, to člověk slyší, nebo každou chvíli někde něco. Ale nejdu do hloubky, abych se vyloženě snažil do toho proniknout. Takže je klidně možné, že jsem někdy, aniž bych chtěl, nebo byl si toho vědom, tak jsem tomu podlehl*“

V otázce přesvědčení, zda respondenti považují za možné, že někdy mohli či mohou podléhat dezinformacím, se projevuje výrazná polarizace mezi dvěma skupinami. První, početnější skupina, jednoznačně tvrdila, že určitě nepodléhají dezinformacím. Druhá, méně jistá skupina uvedla, že je možné, že mohli někdy dezinformacím podlehnout. Tento značný kontrast v odpovědích může být ovlivněn způsobem, jakým byly otázky položeny. Přestože se výzkumník snažil o maximální konzistenci ve formulaci otázek a vedení rozhovorů, rozdíl ve formulacích otázek, jako „Podléháte dezinformacím“ ve srovnání s opatrnější formulací „Myslíte si, že se mohlo stát, že jste někdy podlehl nějaké dezinformaci?“ mohly

významně ovlivnit způsob, jakým respondenti odpovídali. Z tohoto důvodu je třeba přistupovat k interpretaci odpovědí na tuto konkrétní otázku s velkou opatrností a kriticky hodnotit možný vliv formulace otázek na odpovědi respondentů.

5.2.4. Boj proti dezinformacím

Přestože z předchozí teoretické rešerše mohlo vyplývat, že některé opatření vlády a státu v rámci boje proti dezinformacím jsou často kritizovány za přílišnou restriktivnost (vypnutí dezinformačních webů na pokyn vlády v roce 2022, většina respondentů tyto kroky vlády schvaluje. Mnozí respondenti navíc zdůrazňují, že vláda by měla přistupovat k dezinformacím proaktivně tím, že je bude důkladně vysvětlovat a uvádět na pravou míru. Podrobnější názory respondentů na různé způsoby boje proti dezinformacím jsou analyzovány v sekci 5.7, zaměřené na reflexi a mediální vzdělávání. R3 na otázku, zda by měla vláda podnikat nějaké kroky dodává: *„Já myslím, že jo, protože tady jsou lidi, si to nemají možnost ověřit a pak když tomu některá určitá skupina lidí začne věřit, tak to není dobré. ... Někdo říká, že je to dobrý, že zakázala ty dezinformační weby, někdo zase říká, že ne. Prostě ta vláda by to měla hlavně vysvětlovat těm obyčejným lidem, kteří to vysvětlení potřebují.“*

Naopak, respondenti R7 a R8 vyjadřují názor, že někteří členové vlády jsou sami původci dezinformací. Z jejich výpovědí tak nepřímou vyplývá, že samotná vláda by v tomto ohledu žádné kroky podnikat neměla. Naopak R7 uvádí, že často „pravdivější informace“ lze získat spíše z alternativních médií: *„Dezinformace, bohužel, se objevují i z úst našich představitelů vlády a parlamentu. A ty lepší informace, nebo ty správnější informace, se člověk bohužel dovídá až z těch opozičních nebo takzvaných těch dezinformačních webů.“* Respondenti R7 a R8 vnímají navíc boj proti dezinformacím jako nekonečný a částečně předem prohraný. Na druhou stranu R7 chválí fact-checkingový projekt Českého rozhlasu, Ověřovna. R8 dále dodává *„...v první řadě by měly být organizace nebo skupiny, který by, když přijdou na to, že to je tato dezinformace, měli vyšetřit, kdo je autorem. Měli by ho řádně potrestat. Třeba i vězením, nejenom finančně. Protože když si nějaká společnost zaplatí člověka, aby napsal dezinformaci, tak nějaká pokuta 100 tisíc pro tu společnost třeba nic není.“* Tento postoj uvedených respondentů tak ukazuje, že i přes existující antipatie ke vládě, cítí oba respondenti určitou nutnost čelit dezinformacím. Tuto potřebu by podle nich měly řešit nestranné subjekty.

Ačkoliv respondent R5 odmítá existenci neziskových organizací, většina ostatních respondentů podporuje přítomnost organizací a iniciativ, které by se zabývaly ověřováním informací, jejich vysvětlováním a uváděním na pravou míru.

5.2.5. Zdroje informací

V otázce konzumace médií respondenty mého výzkumu je patrné, že televize zůstává stěžejním zdrojem informací. Konkrétně Českou televizi preferují R3, R5, R6, R8, R9 a R10. Komerční stanice jako Prima a Nova jsou v oblíbenosti u R2, R3 a R9. Dvě nejstarší respondentky R10 a R9 pak dokonce pravidelně konzumují čistě zpravodajský obsah stanice ČT24.

Internet jako médium určitou roli hraje, ovšem ne tu zásadní jako u mladších generací. R1, R2, R7 a R8 uvedli, že informace čerpají z různých internetových zpravodajských webů. Respondenti často zmiňovali server Seznam.cz a další publicistické a zpravodajské servery které jsou k nalezení na hlavní straně Seznamu. Využívání sociálních sítí je u respondentů okrajové. Aktivními uživateli sociálních sítí se označil jen R1, který navštěvuje Facebook a R2 a R7, kteří sledují edukativní a zájmová videa na YouTube. R7 prokázal nezvykle vysokou technologickou zručnost a přehled. Informace vyhledává na širokém spektru zdrojů včetně kontroverzních webů jako Parlamentní listy a Protiproud.

Co se týče tištěných médií, k respondentům se touto cestou dostává daleko méně informací než v minulosti, jak sami dodávají. Kupříkladu R10 říká, že od doby, co se naučila s počítačem a začala konzumovat zpravodajství a publicistiku skrze internet, přestala zároveň aktivně vyhledávat tištěná média. Naopak R5 a R6 uvedli, že internet používají minimálně a stále vyhledávají především tištěná média, což je v kontrastu s ostatními respondenty.

Z rozhovorů s respondenty vyplývá, že poslech rádia je sice rozšířenou aktivitou, avšak pouze R7 a R10 označili rádio jako primární zdroj informací, přičemž oba preferují stanice Českého rozhlasu pro jejich zpravodajský obsah. Ostatní respondenti sice rádio poslouchají, avšak se orientují spíše na stanice s hudebním zaměřením, jako je Country rádio nebo ČRo Vltava, kde je zpravodajství druhořadé.

5.3. Ukázka č. 1 - Deepfake video

Téměř všichni respondenti vyjádřili názor, že video je obsahově naprosto nesmyslné. Podobné vyjádření jako od R1 „*No jako vůbec bych tomu nevěřila, vůbec. Absolutně prostě. Je vidět na první pohled, že je to nesmysl*“, vyjádřila v různých obdobích většina respondentů. Respondenti obsah videa často glosovali slovními přísloví jako R8: „*Bez práce nejsou koláče*“. Jediný, kdo se nad obsahovou stránkou ukázky nepozastavil byl R5. Ten by sice nabídky nevyužil ale poznamenal, že by možná jako mladší člověk nabídce uvěřil: „*Tak, kdyby mně bylo 50 let, tak bych to možná zkusil. Investovat v nějaké minimální výši. Nejenom třeba tuhle nabídku, že jste zrovna ukázal Babiše, takových nabídek jsou tisíce, ale jako dneska už v žádném případě. Mě už nezláká ani kdybych měl zlatý důl pod barákem*“.

Co se týče formálního zpracování, reakce byly smíšené. Ačkoliv byli respondenti během diskuse kvůli obsahovým nesrovnalostem již přesvědčeni o nesmyslnosti videa, jejich reakce na formální stránku byly již umírněnější. R1 a R10 považují video za velmi důvěryhodně udělané. R10 dodává: „*Nebylo to poznat, bylo to velmi věrohodně udělané*“.

Naopak R3, R4 a R8 se ani tak nepozastavili nad obsahem, ale zaznamenali divný pohyb úst, což jim pomohlo identifikovat video jako potenciální podvod, vytvořený pomocí pokročilé vizuální manipulace. R3 uvedl: „*Já si myslím, že to právě vytvořila ta umělá inteligence, tady ten rozhovor. Že to ani neřekl sám Babiš, že mu to je dáno do pusy*“. R8 říká: „*Ani tak jsem neposlouchala přesně to znění toho textu. Ale tam bylo vidět, že to nemluví on. Jestli to dělala ta chytrá inteligence nebo co... Ale nebyl to Babiš*“.

Respondenti ve výzkumu často připisovali tvorbu kontroverzního videa autorům s negativními úmysly. Co se týče motivace, většina respondentů spekulovala, že hlavním hnacím motorem může být finanční prospěch. Nicméně, pro výzkumníka bylo překvapivé, že někteří účastníci (R3 a R8) uvažovali i o možnosti, že cílem videa by mohlo být poškození reputace Andreje Babiše. Zajímavým zjištěním bylo, že další respondenti (R4 a R8) naznačili, že video mohlo být vytvořeno bez seriózního záměru, možná pouze jako forma zábavy pro tvůrce, který tak sledoval, kolik lidí jeho dílu uvěří.

Při debatě nad hypotetickými metodami, které by respondenti použili k ověření pravosti videa se odpovědi výrazně rozcházejí. Internet by překvapivě použili jen R1 a R7. R10 by

kontaktovala samotnou televizní stanici telefonicky nebo mailem. R3, R9 by se poradili se svými blízkými – vnukem, synem nebo partnerem. Zbytek respondentů uvedlo, že jim video připadá natolik nedůvěryhodné, že by se spolehalo jen na svou intuici. To na jednu stranu může evokovat schopnost kritického myšlení, na stranu druhou to ale také může znamenat, že jedinci jednoduše nevědí, jakým způsobem by si mohli video ověřit.

Z analýzy reakcí výzkumného vzorku na předložené video vyplývá, že respondenti byli obecně schopni úspěšně identifikovat nepravdivost videa, a to jak na základě jeho obsahu, tak formálních charakteristik. Respondenti R1 a R10 nicméně upozornili na potenciální obtíže v rozpoznání falešnosti videa, pokud by jeho obsah působil koherentně a logicky. Tato skutečnost, ve světle stále se zdokonalujících technik umělé inteligence a audiovizuálních manipulací, by měla sloužit jako varování pro širší společnost. Při zkoumání motivací autora a možností ověření pravdivosti videa se však ukázalo jejich slabší povědomí o problematice.

5.4. Ukázka č. 2 - Zavádějící příspěvek o vývoji České republiky

Ve světle druhého příspěvku, který byl respondentům předložen, se projevila rozmanitá reakce na možné dezinformace obsažené v textu a jeho vizuální podobě. Většina respondentů vykazovala různou míru skepticismu vůči pravdivosti prezentovaných tvrzení, přičemž někteří z nich na první pohled vnímali obsah jako pravdivý, ale po krátkém zamyšlení identifikovali potenciální dezinformace. R1, která původně informacím věřila, změnila svůj názor až po podnětu k reflexi od výzkumníka: „...aha, vidíte, tak to jste mě dostal. No, tak to by mohla být ta dezinformace. ... normálně bych se vším souhlasila, protože už jsem to někde slyšela a věřím tomu, že to tak je“.

Respondenti R2 a R5 uvedli, že některé informace mohou být pravdivé, zatímco jiné jsou zavádějící, což vedlo k jejich rozpolcenému hodnocení. R5 sice část obsahu potvrzuje: „Tak je tam hodně pravdy. Ten život se takhle vyvíjí a my nevíme a nejsem ochoten nebo schopen ani říct, jestli je to dobrý směr nebo špatný směr.“, druhou naopak vyvrací: „...tak to si myslím, že je blbost. V dnešní době teda určitě objasněnost těch příčin (úmrtí) je vyšší. Taky se máme jako prasata v žitě. (čte) Víte, že poslední dva roky klesla životní úroveň? Nám ne, nám vždycky přidali“. Podobně R9 se na začátku čtení domnívala, že by některé informace

mohli být pravdivé. V průběhu čtení ovšem změnila názor, protože ji tvrzení připadala nesmyslná. Všichni ostatní účastníci po zamyšlení nad obsahem příspěvku uvedli, že text je přehnaný nebo zcela zavádějící.

Zajímavá byla také debata ohledně doprovodného obrázku zachycující scénérii lesa, jež se pod textem vyskytoval. Téměř každého respondenta pohled na obrázek vysloveně potěšil. Při otázce, proč si myslí, že je obrázek součástí příspěvku uvedli, že je tam autor vložil, aby v nich zbudil radost a optimismus.

V otázce autorství takového textu a jeho motivací si respondenti příliš nevěděli rady. Pouze respondent R5 uvedl, že by obsah mohl být politicky motivován. Ostatní respondenti se vyjádřili poněkud abstraktněji, jako kupříkladu R10: „*No opět, aby si vyzkoušeli, jestli na to lidi skočí. Baví se tím a vymýšlí nesmysly*“. I když respondenti manipulativnost tvrzení nepřímou naznačovali, nikdo z nich ji nebyl schopen dále rozvést.

Hypotetické způsoby ověřování informací se lišily. R1, R7 a R10 by využili internet a dohledali by oficiální statistiky ministerstva vnitra nebo statistického úřadu. R3 a R9 by se poradili se členy rodiny. Ostatní respondenti buď uvedli, že by jim pro ověření stačila vlastní intuice. Byla ovšem pozorována jistá míra ignorance, když například respondenti R5 a R6 prohlásili, že by k ověření informací nikdy nepřistoupili, protože je to vůbec nezajímá. V závěru se tak dá říct, že i když mnoho respondentů vykazuje vysokou míru pochybnosti o pravdivosti ukázky, existuje riziko, že bez aktivního vyzvání k analýze výzkumníkem by minimálně část respondentů považovala obsah za pravdivý.

5.5. Ukázka č. 3 - Hoax/Misinformace o výbuchu pod Afrikou

Analýza odpovědí respondentů na příspěvek o údajném katastrofickém výbuchu nebo dopadu asteroidu ukazuje, že přístupy k posuzování pravdivosti informací jsou různorodé a často ovlivněné osobními zkušenostmi a relevancí informace pro vlastní život.

Respondenti vyjádřili různé názory na pravdivost a obsah informace. R1 uvedl, že by obsah na první pohled považoval za pravdivý, ale jelikož zpráva hovoří o události na druhé straně planety, nevěnovala by respondentka tomuto příspěvku další pozornost. R2 a R4, stejně jako

R7 a R9, považují informace za nesmyslné nebo přímo za blbost. R9 tak dodává: *„...,to je taky katastrofický scénář. Kdyby tam v té oblasti bylo zemětřesení, tak bych tomu i uvěřila, ale neslyšela jsem, že by bylo pod Afrikou. Já ani nevím, jestli jsou tam nějaké tektonické desky, které by to způsobily, nevím, ale myslím si, že to je taky hloupost.“* Zajímavý postoj zaujal R5, který kvůli své vzdálenosti k danému tématu nepocituje bezprostřední dopad informace na svůj život. Proto by raději pasivně čekal na potvrzení z televize nebo jiného zdroje. Tento způsob ujištění není ojedinělý a objevuje se u dalších respondentů napříč ukázkami. R8, naopak připouští, že informace může obsahovat určité pravdivé prvky, avšak přiznává svůj nedostatek odborných znalostí k plnému porozumění tématu. R10 zastává pevný názor a obsah zcela zavrhuje jako naprosto absurdní.

Pokud jde o otázky na autora a jeho motivace, R1 se domnívá, že autor chtěl znepokojit lidi nebo vydělat na kliknutích, zatímco R2 by se s autorem rád setkal a zeptal se ho na jeho motivy. R7 a R9 říkají, že autor si z lidí dělá legraci nebo se je snaží vystrašit. R4 a R8 se domnívají, že autor se snažil být zajímavý, přičemž R8 do diskuse přinesl zcela unikátní myšlenku, že autor mohl mít také dobrý úmysl – mohl se pokusit tímto příspěvkem v reakci na klimatické změny vyvolat v lidech úctu k planetě. Je ovšem pozoruhodné, že nikdo z respondentů nezminil možnost misinformation – tedy že by autor nevědomě šířil nepravdivou informaci (což je, jak je zmíněno u charakteristiky této ukázky, vysoce pravděpodobné).

Hypotetické způsoby ověřování informací se liší. R1 a R7 by využili internet. R10 by díky své blízkosti k výzkumnému pracovišti kontaktoval Geologický ústav AV ČR, zatímco R3 a R9 by se raději poradili se členy rodiny. Naopak R6 a R10 by se informací dále nezabývali kvůli nedostatku zájmu nebo pocitu, že je obsah příliš absurdní na to, aby mu věnovali další pozornost

Závěrem lze říct, že i když mnoho respondentů vykazuje vysokou míru pochybnosti o pravdivosti zmiňovaného příspěvku, opět existuje riziko, že bez aktivního vyzvání k reflexi by minimálně část respondentů brala obsah po letném shlédnutí za pravdivý.

5.6. Ukázka č. 4 - Kospirační teorie chemtrails

V odpovědích respondentů na článek týkající se údajného katastrofického dopadu chemikálií způsobených cíleným vypouštěním chemikálií do ovzduší lze ze všech ukázek pozorovat největší soulad v názorech respondentů. Většina z nich vyjadřuje značný skepticismus a považuje informace za přehnané nebo zcela nesmyslné.

R1, R4 a R8 upozorňují na příliš křiklavý a katastroficky působící titulek a doprovodnou obrazovou montáž. Shodně také upozorňují na vágní ozdrojování celého textu, které považují za nedostatečné nebo nespolehlivé. R1, R4 a R10 na otázku, co textu dodává důvěryhodnost, uvádějí zmínku o hygienické stanici, kterou považují jako účelovou manipulaci. R6 se o hygienické stanici také zmínila, ovšem v poněkud protichůdném kontextu: „*No logicky, když to takhle oni tam ty zahrádkáři zjistili, tak prosím tě, kdyby to tam neměli, tak by s tím někde nelítali po hygienách, platili rozborů vody a tak . To je blbost, jo. Takže tam museli něco objevit. Takže si myslím, že tohle je pravdivý. Určitě. Protože to je logický, ne?*“ Nutno dodat, že respondentka si pravdivostí zprávy zcela jista není. R2, R3, R5, R7, R9 a R10 jsou vyloženě skeptičtí, přičemž někteří z nich (R7, R8, R10) informace odkládají jako zjevné dezinformace nebo blbost.

Respondenti mají rozdílné názory na motivace autora. R1, R4 a R8 naznačují, že autor se snažil být zajímavý nebo chtěl jen získat pozornost. R7, R9 a R10 považují článek za manipulativní, kdy má autor za cíl vyvolat strach nebo si z lidí udělat legraci. Jak jsem již zmínil, R6 se zamýšlí nad tím, proč by někdo platil za rozborů vody, pokud by nebyly znečištěné, což dokládá její zmatení ohledně úmyslů autora.

V otázce hypotetického ověření informace poskytl R1 ojedinělý názor - pro ověření informací by využila komentáře a reakce jiných lidí na sociálních sítích: „*Já ráda čtu, abych byla upřímná, vždycky ty komentáře, co k tomu říkají lidi a podle toho si tak nějak vybírám a kloním se k tomu. Tady bych to třeba, kdyby mě to zajímalo, taky udělala, protože na spoustu věcí nemám úplně svůj vyhraněný názor a v těch komentářích člověk vidí, jak reagují lidi a podle toho si lze udělat lepší názor*“. Tato forma ověřování, založená na využití více zdrojů, představuje variantu již zmíněného pasivního ověřování z alternativních zdrojů, jak zdůraznili respondenti R3 a R5 v tomto případě. R10 opět uvedl, že by pro ověření použila

telefonické nebo mailové spojení s odborným pracovištěm. Ostatní respondenti uvedli, že by si informaci již dále neověřovali, jelikož je na první pohled až příliš absurdní.

V reakcích respondentů na článek o údajném katastrofickém vypouštění chemikálií do ovzduší lze pozorovat významný konsenzus ohledně nedůvěry v pravdivost poskytnutých informací. Tento případ ilustruje, jak vysoce nadsazené tvrzení a příliš euforický styl mohou přispět k rychlému rozpoznání dezinformace.

5.7. Co by podle respondentů pomohlo společnosti v boji proti dezinformacím

Fact-checking

Například respondent R2 uvedl, že ideální by bylo, kdyby u každého článku byl dostupný fact-checking. Přestože ale tento návrh sám považuje za utopický a těžko proveditelný, přesto by uvítal, pokud by tyto nástroje nezávislého ověřování informací byly rozšířenější. V jeho vizi by Fact-checking teoreticky mohl poskytnout návštěvníkům webů okamžitý přístup k ověřeným informacím a zpochybnit tak obsahy, které jsou zavádějící nebo nepravdivé.

Aktivní životní styl jako prevence

Respondenti R5 a R6, kteří během celého rozhovoru několikrát zopakovaly svůj aktivní životní styl, a s tím určitou pasivitu vůči mediálním obsahům a společenskému dění, nejprve pesimisticky uvedli, že jakákoliv snaha boje proti dezinformacím a nepravdivým obsahům je zcela marná, jelikož je tento fenomén jakousi lidskou přirozeností, které se nelze zbavit. Následně ale přišli s myšlenkou, že základní problém tkví v lidské lenosti a nedostatku aktivit, které by lidi zaměstnávaly, a tím by snižovaly pravděpodobnost konzumace a šíření dezinformací. Podle nich by každý měl být nějak aktivní, ať už prostřednictvím sportu nebo jiných koníčků, což by mohlo vytvářet méně příležitostí pro konzumaci informací a s tím zvýšené riziko vystavení se dezinformačním sdělením.

Diskuse a společenská interakce

Respondenti R7 spolu s R1 a R9 nezávisle na sobě zdůrazňují význam sociální interakce a diskuse jako jeden z nástrojů pro rozpoznávání dezinformací. Tyto interakce a diskuze

(s vnukem, partnerem nebo mladším potomkem) jim významně pomáhají v pochopení informačních sdělení, které jsou na ně příliš abstraktní či odborná, nebo na které si nejsou schopny z důvodu nedostatku informací udělat názor. Tyto interakce jim také rozšiřují obzory a poskytují unikátní úhel pohledu, který může přispět k lepšímu porozumění a kritickému přístupu k médiím.

Edukativní televizní programy

Respondentky R9 a R10 navrhuje vytvoření vzdělávacích televizních programů, ve kterých by autoři veřejnosti srozumitelně vysvětlovaly dezinformace a demonstrativně ukazovaly, jak se dají fakta ověřovat. Obě respondentky jsou nejstaršími respondentkami, které se výzkumu účastnily a zároveň jsou obě aktivními konzumentkami televizního vysílání. Za předpokladu, že podobný životní styl se dá aplikovat i na další seniory v jejich věku, proto usuzují, že by se tak jednalo o nejúčinnější způsob, jak obrnit seniory vůči nepravdivým sdělením.

Respondenti během průzkumu představili různé nápady, jak zlepšit schopnost veřejnosti rozpoznávat dezinformace, které reflektují jejich osobní zkušenosti, preference, životní styl a míru mediální gramotnosti. Nápady se různí, všechny však směřují k větší angažovanosti, aktivnímu přístupu k médiím a vyššímu mediálnímu vzdělávání.

5.8. Pohled respondentů na mediální vzdělávání

Z analýzy odpovědí vyplývá, že pouze čtyři z deseti dotázaných pojem mediální vzdělávání znalo a bylo schopno jej správně definovat. Ostatní respondenti nebyli s pojmem mediální vzdělávání příliš obeznámeni, a vykládali si jej různě. Například R1 a R2 původně mediální vzdělávání asociovali primárně s novináři a tvůrci mediálních obsahů. Po vysvětlení od výzkumníka však oba respondenti uznali jeho potenciální užitečnost pro širší veřejnost. R3 a R4 nedokázali mediální vzdělávání nijak popsat. R5 a R6 si pod pojmem představovali formu klasického vzdělávání, které však probíhá distančně.

Po úvodním vysvětlení pojmu mediálního vzdělávání výzkumníkem se mezi respondenty vyskytují různé reakce, které sahají od pozitivních postojů, přes skepticismus, až po úplnou apatii. Zatímco respondenti R1 a R9 vnímají mediální vzdělávání jako užitečné a v případě

možnosti účasti by projevíli zájem zapojit se, R4, R5 a R6 zůstávají i po objasnění pojmu k tomuto typu vzdělávání silně skeptičtí a apatičtí. Zdá se, že pozitivní nebo negativní postoj k mediálnímu vzdělávání je částečně ovlivněn tím, zda je pojem pro respondenty zcela nový nebo již mají alespoň základní povědomí o jeho existenci.

Mezi hlavní motivace pro účast na mediálně vzdělávacích kurzech patří pro respondenty R8, R9 a R1 uvědomění si vlastních nedostatků, v rozpoznávání pravdivých informací, touha po lepším porozumění a schopnosti analyzovat mediální obsah. Přesto pouze menšina respondentů vyjádřila zájem o účast na těchto kurzech. Většina respondentů, která se vyjádřila proti účasti na kurzech mediálního vzdělávání, uvádí jako hlavní důvody svůj vysoký věk nebo přesvědčení, že mají v tomto směru dostatečné znalosti a mohou se spolehnout na svou intuici. Někteří respondenti se dokonce vyslovili o něco radikálněji. Například R4 vyjadřuje obavy, že kurz mediálního vzdělávání by mohlo být zneužit k další manipulaci a R6 a R5 považují mediální vzdělávání za nepotřebné nebo dokonce za čistý business.

5.9. Odpovědi na výzkumné otázky

V následujícím souhrnu se pokusím zodpovědět mnou stanovené výzkumné otázky na základě důkladné analýzy a syntézy shromážděných dat a poznatků.

5.9.1. Považují senioři dezinformace za problém?

Většina seniorů považuje dezinformace za závažný společenský problém, přesto existují výjimky vyjadřující určitou míru rezignace nebo apatie. Analýza rozhovorů ukazuje, že drtivá většina seniorů má povědomí o existenci dezinformací a vnímá je jako problém pro společnost. Respondenti jako R4 zdůrazňují, že mladší generace jsou možná lépe vybaveny k rozpoznávání nespolehlivých zdrojů, zatímco starší generace mohou být těmito problémy více zasaženy. To potvrzuje i výpověď R9, která upozorňuje, že starší lidé mohou mít tendenci věřit informacím prezentovaným v televizi bez dalšího zpochybnění. Na druhou stranu, respondenti jako R5 vnímají přítomnost dezinformací jako nevyhnutelnou součást lidského jednání a nevidí to jako závažný problém.

5.9.2. Do jaké míry vnímají vliv dezinformací na sebe a své okolí?

Senioři jsou si vědomi vlivu dezinformací na společnost, avšak jejich vnímání osobního vlivu dezinformací se různí. Mnoho seniorů uznává, že dezinformace mají potenciál negativně ovlivnit společnost, jak vyplývá z odpovědí R4 a R9. Tyto reakce naznačují obavy z širšího sociálního dopadu dezinformací, zejména mezi méně informovanými nebo méně kriticky smýšlejícími členy společnosti. Avšak v otázce vlivu dezinformací na ně samotné se až na výjimky většina respondentů vyjádřila, že na sobě vliv dezinformací nepocítují. Toto zjištění tak odhaluje určitou nesrovnalost v percepci dopadu dezinformací na společnost a na jednotlivce samotné.

5.9.3. Jaká je schopnost seniorů kriticky analyzovat dezinformace?

Schopnost seniorů kriticky analyzovat dezinformace je variabilní, často závislá na jejich předchozích zkušenostech a míře mediální gramotnosti. Jak ukazuje analýza, seniorům chybí uniformita v kritické analýze dezinformací. Zatímco někteří respondenti jako R10 nebo R7 vykazují vysokou úroveň kritického myšlení a schopnost rozlišit dezinformace, jiní jako R5 a R6 vykazují kvůli své apatii zcela minimální úroveň schopnosti kritického a analytického hodnocení informací. Toto rozdílné vnímání a schopnosti mohou být ovlivněny kombinací osobních zájmů, životního stylu a míry vzdělanosti.

5.9.4. Jak postupují senioři v případě ověřování informace?

Analýza rozhovorů odhalila čtyři hlavní strategie ověřování informací mezi respondenty:

- 1) **Internet** – Část respondentů uvedla, že primárním nástrojem pro verifikaci mediálních obsahů by byl internet. Na něm by se pomocí klíčových slov snažili o tématu buďto získat více informací, nebo by se pokusili najít informace z důvěryhodných a oficiálních zdrojů, případně by se pokusili vytvořit komplexnější názor na základě komentářů a diskuzí dalších uživatelů k tématu. Pokročilejší metody, jako jsou například programy pro hledání podobnosti fotografií nebo specializované factcheckingové služby, však zmíněny nebyly
- 2) **Diskuze** – Druhý přístup zahrnuje kontaktování blízkých, přičemž respondenti často odkazovali na své mladší potomky jako na informovanější a zdatnější uživatele internetu. Rozhovory s rodinnými příslušníky jim umožňují informace potvrdit nebo

vyvrátit.

- 3) **Přímý kontakt s institucemi** – Třetí skupina, převážně starších respondentů, by pro ověření informací preferovala přímý telefonický nebo e-mailový kontakt s relevantní odbornou institucí nebo médiem.
- 4) **Pasivní přístup** – Posledním způsobem je pasivní přístup, kde respondenti spoléhají na vlastní intuici, často označovanou jako „selský rozum“, nebo čekají, zda se k nim informace dostane i z jiných zdrojů, což jí v jejich očích zvyšuje její důvěryhodnost.

5.9.5. Co by seniorům pomohlo v rozpoznávání dezinformací?

Na základě analýzy rozhovorů a odpovědí respondentů mohu konstatovat, že ke zlepšení seniorů odolávat dezinformacím a zvýšení schopnosti informace analyzovat by pomohly následující dva faktory:

Inciativy na podporu mediálního vzdělávání

Respondentů, jež vyjádřilo zájem o přímé účasti na kurzu mediálního vzdělávání nebylo mnoho. Nicméně se většina respondentů vyslovila, že podporují iniciativy, které by u širší veřejnosti šířily osvětu v oblasti mediálního vzdělávání a uváděly dezinformace na pravou míru. Tento společný konsensus naznačuje, že ve společnosti existuje poptávka po specificky zaměřených programech, které by byly přizpůsobeny k potřebám a zkušenostem starších osob. Tyto iniciativy by mohly být realizovány prostřednictvím televizních pořadů, což bylo uvedeno jako preferovaný způsob přijímání informací u několika starších respondentů nebo prostřednictvím skupinových setkání. Potřeby interakce a sociálního soužití potvrdili všichni respondenti. Někteří se dokonce vyslovili, že při pravidelných návštěvách vzdělávacích a zájmových kurzů (například kurzy angličtiny nebo tréninku tenisu), převažuje jako hlavní motivace právě interakce s ostatními lidmi nad náplní setkání.

Inciativy by se především měly zaměřit na:

- upozorňování na problematiku šíření dezinformací,
- zvyšování osvěty v rámci základů internetového vyhledávání a používání online nástrojů pro fact-checking. Mezi tyto nástroje můžeme zařadit například práci s vyhledáváním pomocí klíčových slov, možnosti automatických překladů z cizích jazyků, služby pro vyhledávání dle podobnosti obrazového materiálu (jako například služba TinEye nebo Google Photos) nebo práci s nástroji umělé inteligence

(vyhledávač Bing, který využívá umělou inteligenci nebo ChatGPT pro rychlé analýzy dlouhých textů),

- osvětu ohledně stále se zdokonalujících nástrojů umělé inteligence, které mohou být zneužity například pro tvorby deepfake videí nebo realistické fotografické montáže.
- osvětu motivací a způsobů šíření dezinformací
- vyvracení dezinformací, vysvětlování složitých vědeckých jevů srozumitelnou formou a uklidňování veřejnosti v případě vystavení nepravdivému sdělení

Podpora diskuse a sociální interakce

Výzkum ukázal, že sociální interakce a diskuse s blízkými a rodinnými příslušníky mají mezi seniory zásadní význam pro proces ověřování informací. Tyto interakce umožňují sdílení zkušeností a názorů, což je zvláště užitečné v dnešní postpravdivé době, která je charakteristická nadměrným množstvím informací s různou mírou pravdivosti a relevance. Diskuse a sociální interakce nejenže rozšiřují obzory seniorů, ale také jim umožňují lépe chápat komplexnost zpráv a mediálních obsahů, které mohou být jinak matoucí nebo zavádějící.

Kromě toho výzkum také poukázal na význam aktivního životního stylu. Aktivní zapojení do různých činností, jako je sport, hobby a jiné sociální aktivity, může vést k tomu, že senioři stráví méně času konzumací médií, což jim může nepřímo pomoci vyhnout se nadměrnému vystavení dezinformacím. Tento přístup však neřeší problém dezinformací přímo, ale spíše ho obchází tím, že redukuje čas, který jedinci věnují mediálním obsahům.

5.10. Diskuse

V této kapitole bakalářské práce jsou prezentovány výsledky provedeného výzkumu, které jsou následně konfrontovány a srovnávány s existujícími odbornými pracemi realizovanými v rámci České republiky v poslední době.

Výzkumné otázky odhalily, že většina seniorů považuje dezinformace za vážný společenský problém, i když někteří vyjadřují vůči tomuto tématu apatii nebo rezignaci. Z analýzy příkladu číslo tři vzešlo, že vnímání a míra kritičnosti informace mnoha respondentů byla ovlivněna tím, jaký potenciální dopad by tyto informace mohly mít na jejich životy. Toto zjištění tak koresponduje se závěry práce kolegyně Masterové, která poukázala na to, že senioři často hodnotí věrohodnost zpráv na základě svých pocitů, přičemž kritičtější přístup vykazovali u témat, která byla jim osobně blízká, jako byly v jejím případě otázky týkající se seniorů a důchodů. (Masterova, 2023) Výzkum dále odhalil, že senioři si jsou vědomi širšího sociálního dopadu dezinformací, ale jejich vnímání osobního vlivu se liší, což odhaluje disonanci v percepci dopadu dezinformací na společnost a na jednotlivce.

Z provedeného výzkumu a následné analýzy rozhovorů vyplývá, že senioři mají jen matnou představu o původcích dezinformací, které často popisují jako „špatné lidi“ nebo „vtipálky“. Tvůrci dezinformací jsou vnímáni jako aktéři, kteří mají za cíl zasévat zmatek a neklid ve společnosti. Tuto nejasnou představu seniorů, vůči tvůrcům dezinformací a jejich motivaci rovněž potvrzují závěry výzkumu agentury STEM. (STEM, 2019). V kontextu boje proti dezinformacím je pak patrná podpora seniorů pro vládní opatření, jakými jsou legislativní kroky nebo vzdělávací kampaně. Tento postoj se však odráží v sympatiích vůči aktuálnímu vládnímu uskupení SPOLU a Pirátů a Starostů. Odpůrci vlády, jsou vůči snahám boje proti dezinformacím více skeptičtí a vládě v tomto ohledu podporu nedávají. Toto zjištění je taktéž v souladu se zjištěními Masterové, která pozorovala, že osobní názory silně ovlivňují jak hodnocení pravdivosti zpráv, tak celkovou diskuzi o dezinformacích. (Masterova, 2023)

Ohledně schopnosti seniorů kriticky analyzovat dezinformace výzkum prokázal mezi respondenty značné rozdíly, často závislé na zkušenostech a mediální gramotnosti jednotlivce. Výzkum tak došel ke stejným závěrům jako výzkum Masterové. Jak uvádí ve své práci, tato variabilita ovlivňuje jejich schopnost identifikovat nespolehlivé zprávy, což

dokládá i fakt, že problém s identifikací dezinformací spočíval často v nedostatku mediální gramotnosti, což potvrzuje i jejich nízká schopnost rozpoznat dezinformace na základě gramatických chyb a dalších vizuálních znaků. (Masterova, 2023) Závěry mého výzkumu dále ukazují, že respondenti rozpoznávaly nepravdivost tvrzení na základě kritického myšlení a intuice, spíše než na základě formy. V tomto ohledu se tak výsledky výzkumu setkaly i s výsledky Pajgrtové. Ta ve výzkumu, jež byl taktéž stavěn na polostrukturovaných rozhovorech se seniory, došla k závěrům, že senioři věrohodnost zpráv posuzují na základě kritického myšlení nebo intuice, přičemž odhalení fake-news souvisí s kritickým přístupem a zahrnuje faktory jako netransparentnost média, nejasné autorství a manipulaci s fakty. (Pajgrtová, 2020)

Kde se ovšem závěry mého výzkumu se závěry Pajgrtové rozcházejí, je závislost rostoucího věku a klesajících kognitivních schopností, jež mohou zvyšovat náchylnost seniorů k dezinformacím (Pajgrtová, 2020). Nejstarší respondentky v mém výzkumu totiž často projevovaly daleko větší míru kritického myšlení a pozornosti než mladší respondenti. Je ovšem možné, že příčina tohoto rozporu je zapříčiněna pouze příliš malým vzorkem respondentů či jeho nereprezentativností ve vztahu k populaci. Mé závěry jsou tak v souladu s Luskovou, která zjistila, že mediální gramotnost seniorů neovlivňuje přímo stáří, ale životní zkušenosti a historicko-kulturní kontext. (Lusková, 2020)

V otázce odolnosti seniorů vůči dezinformacím došel výzkum k závěrům, že pro zlepšení jsou klíčové iniciativy na podporu mediálního vzdělávání a posílení sociální interakce. Ke shodným závěrům došla také práce Markové, zaměřená na mediální gramotnost seniorů. (Marková, 2021)

Z výzkumu dále vychází, že pouze čtyři z deseti respondentů mělo předchozí znalost o tom, co to mediální vzdělávání je. Reakce na pravou podstatu mediálního vzdělávání se liší, od entuziasmu až po apatii. Je otázkou, do jaké míry je toto zjištění aplikovatelné na celou populaci, v každém případě ukazuje nedostatečnou obeznámenost nejstarší generace s těmito možnostmi osobního rozvoje. Hlavní motivací pro účast na těchto kurzech je touha po lepším porozumění a schopnosti analyzovat mediální obsah. Odmítnutí účasti je často zdůvodněno vysokým věkem nebo pocitem, že již mají dostatečné znalosti a mohou se zároveň spolehnout na svou intuici. Pro tyto výsledky nebyly v českém kontextu opět

nalezeny žádná relevantní data. To by mohlo naznačovat, že otázka mediální gramotnosti seniorů není ve společnosti prioritním zájmem nebo není adekvátně akcentována.

Snížení rizika seniorů podléhání dezinformacím či jejich vystavení dezinformacím by mohlo pomoci rozšíření nabídky vzdělávacích programů, zvýšení povědomí o online nástrojích pro ověřování faktů a motivace k sociální aktivitě. Tyto aktivity by měly být adaptovány tak, aby zohledňovaly specifické potřeby a kontext starších osob. S akcentem na specifické potřeby uzpůsobení souhlasí i Lusková. (Lusková, 2020)

Na závěr lze konstatovat, že konfrontace výsledků tohoto výzkumu s výsledky jiných studií vedlo ke dvěma zjištěním. Za prvé, výsledky ve většině případů korespondovaly s jinými studiemi, přičemž byly identifikovány významné shody a podobné návrhy řešení na zlepšení mediální gramotnosti seniorů. Za druhé, v oblastech, kde byly především zkoumány názory respondentů na mediální vzdělávání a na obecný pohled této skupiny na fenomén dezinformací, se nepodařilo najít další relevantní data, se kterými by mohli být mnou nalezené výsledky srovnány.

5.10.1. Limity práce

Tato práce měla za cíl co nejlépe nahlédnout do problematiky vztahu senior vs. dezinformace. Ačkoliv se autor práce snažil minimalizovat všechny problematické aspekty takového výzkumu, je potřeba brát v potaz následující možné limity práce.

Tato práce měla za cíl co nejlépe prozkoumat téma vztahu senior – dezinformace. Přestože byl autor pečlivý ve snaze minimalizovat potenciální problémy spojené s takovým výzkumem, je důležité vzít v úvahu několik možných omezení této práce. Prvním z těchto limitů je možnost nepokrytí všech relevantních teoretických aspektů spojených s tématem. Problematika dezinformací a vztahu seniorů k nim je komplexní a zahrnuje široké spektrum proměnných, které zasahují do sociologických, filozofických a mediálně-teoretických oborů. Kvůli rozsahu a hloubce problematiky mohlo dojít k přehlédnutí některých teoretických polí, které mohou být pro plné pochopení fenoménu podstatné. Další možnou limitací je v nereprezentativnosti výzkumného vzorku. Přestože bylo cílem zahrnout co nejširší spektrum respondentů, počet účastníků výzkumu činil pouze deset osob. Výsledky

tak mohou vést k omezené generalizovatelnosti zjištěných závěrů na celou populaci seniorů. Třetí limitací je možnost nekonzistence ve vedení rozhovorů. Vzhledem k tomu, že některé otázky byly formulovány nebo prezentovány různě v závislosti na situaci a reakci respondenta, mohla tato skutečnost vést k rozdílným interpretacím a porozumění otázek mezi respondenty. Tato variabilita ve vedení rozhovorů může ovlivnit konzistenci dat a potenciálně zkreslit výsledky analýzy. Posledním omezením je možnost neautentičnosti reakcí respondentů na předložené ukázky dezinformací. Vzhledem k tomu, že respondenti byli aktivně vyzváni výzkumníkem ke kritické analýze těchto ukázek, mohly jejich reakce být ovlivněny tímto pokynem a nemusí tak věrně odrážet jejich skutečné chování a reakce v běžném životě, kde by podobná analýza pravděpodobně neprobíhala vůbec nebo daleko povrchněji.

Závěr

Cílem práce bylo zjistit, jaký vztah mají čeští senioři k dezinformacím, jaká je jejich schopnost je kriticky analyzovat, jak si dezinformace ověřují a co by jim mohlo pomoci zlepšit jejich mediální gramotnost. V teoretické části byl nejprve definován pojem dezinformace, jeho rozčlenění a základní postupy pro rozpoznání dezinformací. V tomto ohledu byla mezi autory odborných publikací zjištěna silná odlišnost v definicích a kategorizaci informačních poruch. Druhá kapitola detailně popisuje české mediálně-dezinformační publikum, kde byla zjištěna poměrně silná saturace mezi jednotlivými skupinami. Dále byla identifikována hlavní dezinformační témata z posledních let a nejčastější dezinformační narativy. Neposlední řadě byla popsána celospolečenská diskuse o dezinformacích, kde se vzhledem k tomuto tématu projevila velká míra polarizace společnosti. Třetí kapitola se věnuje seniorní skupině populace. Byl popsán vztah mezi stářím a kognitivním zkreslením a jejich vztah k médiím. Nejpřekvapivějším zjištěním této kapitoly bylo, že mediální gramotnost seniorů by, nebýt technických překážek a malé znalosti nových médií, srovnatelná se zbytkem populace.

V rámci praktické části mého výzkumu byly nejprve ustanoveny výzkumné metody, které zahrnovaly definování hlavních výzkumných otázek vycházejících z teoretických poznatků, metodologický postup práce a také definici a výběr výzkumného vzorku. V rámci výzkumného postupu byly nakonec provedeny polostrukturované rozhovory s deseti respondenty ve věku od 69 do 89 let. Tyto rozhovory, zaznamenané v audio formě, byly následně převedeny na text a analyzovány.

Z analýzy dat vyplynulo několik zásadních poznatků. Většina seniorů považuje dezinformace za vážný společenský problém, avšak u některých respondentů byla vůči tomuto tématu zaznamenána i apatie nebo rezignace. Vnímání a míra kritičnosti informace mnoha seniorů byla ovlivněna potenciálním dopadem, který by dezinformace mohly mít na jejich životy. Ačkoliv se většina respondentů vyjádřila, že je potřeba proti dezinformacím bojovat, postoj k podpoře vládních opatření proti dezinformacím byl často odrazem jejich politických sympatií a antipatií. Analýza dále ukázala, že respondenti nemají jasnou představu o autorech dezinformací a jejich motivacích. Zajímavým zjištěním také bylo, že respondenti rozpoznávali nepravdivost tvrzení na základě kritického myšlení a intuice, spíše

než na základě formy prezentace informace.

V otázce mediálního vzdělávání měla pouze menšina seniorů měla jasnou představu o tom, co mediální vzdělávání znamená. I když většině připadalo mediální vzdělávání užitečné, ve většině případů odmítali možnost hypotetické účasti na takových programech. Často svůj postoj obhajovali vysokým věkem nebo kvůli spolehnutí se na vlastní rozum a zkušenosti. Výzkum dále ukázal, že pro zlepšení situace jsou klíčové iniciativy na podporu mediálního vzdělávání a posílení sociální interakce mezi seniory. Mediální vzdělávání by mělo být uzpůsobeno potřebám seniorů a jejich schopnostem a mělo by být zaměřeno na porozumění a efektivnějšímu zacházení s moderními technologiemi a novými médii. Z toho vyplývá, že budoucí výzkumné práce by měly primárně zkoumat postoje a motivace seniorů související s fenoménem dezinformací, a to s cílem zvýšit jejich zájem o vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti.

Summary

The aim of the study was to find out what relation Czech seniors have to misinformation, what is their ability to critically analyse it, how they verify misinformation and what could help them improve their media literacy. In the theoretical part, the concept of misinformation, its breakdown and basic procedures for identifying misinformation were first defined. In this respect, a strong difference in definitions and categorization of information disorders was found among authors of professional publications. The second chapter describes in detail the Czech media-disinformation audience, where a relatively strong saturation between the different groups was found. Furthermore, the main disinformation topics from recent years and the most common disinformation narratives were identified. Last but not least, the societal discussion on disinformation was described, where a high degree of polarization of society was evident with respect to this topic. The third chapter focuses on the senior population. The relationship between old age and cognitive bias and their relationship to the media was described. The most surprising finding of this chapter was that the media literacy of the elderly would, if it were not for technical

barriers and low familiarity with new media, be comparable to the rest of the population.

In the practical part of my research, the research methods were first established, which included defining the main research questions based on the theoretical findings, the methodological procedure of the thesis, as well as the definition and selection of the research sample. Finally, as part of the research procedure, semi-structured interviews were conducted with ten respondents aged between 69 and 89. These interviews, recorded in audio form, were then converted to text and analysed.

Several key findings emerged from the data analysis. The majority of seniors considered misinformation to be a serious social problem, but some respondents also showed apathy or resignation towards the issue. Many seniors' perceptions and level of criticality of the information were influenced by the potential impact that misinformation could have on their lives. Although most respondents expressed the need to combat misinformation, attitudes towards supporting government action against misinformation often reflected their political sympathies and antipathies. The analysis also showed that respondents did not have a clear understanding of the authors of disinformation and their motivations. Another interesting finding was that respondents recognized the falsity of claims based on critical thinking and intuition rather than the form in which the information was presented.

On the issue of media education, only a minority of seniors had a clear idea of what media education meant. While most found media education useful, in most cases they rejected the possibility of hypothetically participating in such programs. Often they justified their position because of their advanced age or because of their reliance on their own reason and experience. The research also showed that initiatives to promote media education and enhance social interaction among the elderly are key to improving the situation. Media education should be tailored to the needs of seniors and their abilities, and should focus on understanding and dealing more effectively with modern technology and new media. Hence, future research work should primarily investigate the attitudes and motivations of seniors related to the phenomenon of misinformation, with the aim of increasing their interest in media literacy education.

Použité zdroje

- Aarts, B., & Bauer, M. W. (2000). *Qualitative researching: with text, image and sound*. Londýn: Sage Publications. Načteno z Researchgate.net:
https://www.researchgate.net/publication/331063634_Corpus_construction_a_principle_for_qualitative_data_collection_2000_In_Martin_W_Bauer_and_George_Gaskell_eds_Qualitative_researching_with_text_image_and_sound_London_Sage_19-37
- Akademie věd ČR. (29. 6 2023). *JAK SE RODÍ IDEOLOGIE: VĚDCI POPSALI PĚT ČESKÝCH DEZINFORMAČNÍCH PROFILŮ*. Získáno 17. 2 2024, z Akademie věd České republiky: <https://www.avcr.cz/cs/pro-media/tiskove-zpravy/Jak-se-rodí-ideologie-vedci-popsali-pet-ceskych-dezinformacnich-profilu/>
- Alkhalil, Z., Hewage, C., Nawaf, L., & Khan, I. (2021). *Phishing Attacks: A Recent Comprehensive Study and a New Anatomy*. Získáno 25. 3 2023, z <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomp.2021.563060/full>
- Alvarová, A. (2017). *Průmysl lži*. Praha/Kroměříž: Triton.
- American Dialect Society . (2018). *"Fake news" is 2017 American Dialect Society word of the year*. Načteno z American Dialect Society: <https://americandialect.org/fake-news-is-2017-american-dialect-society-word-of-the-year>
- Barclay, D. A. (2018). *Confronting the Wicked Problem of Fake News: A Role for Education?* Získáno 23. 3 2023, z Cicero Foundation Great Debate Paper: http://www.cicerofoundation.org/lectures/Donald_Barclay_Confronting_Fake_News.pdf.
- Bauman, Z. (26. 8. 2015). *Migranti jsou pro nás poslové špatných zpráv, říká slavný sociolog. (M. L. Pavel Kasík, Tazatel)* Načteno z iDNES.cz.:
https://www.idnes.cz/technet/veda/zygmunt-bauman-rozhovor-sociolog-uprchlici-migrace-technologie-modernita-stesti.A150826_151023_veda_mla
- Baumann, F., & a kol. (2020). *Modeling Echo Chambers and Polarization Dynamics in Social Networks*. Získáno 26. 3 2023, z Physical Review Letters: <https://journals.aps.org/prl/abstract/10.1103/PhysRevLett.124.048301>

- BIS. (26. 10 2023). *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2022*. Získáno 30. 3 2024, z Bezpečnostní informační služba: <https://www.bis.cz/vyrocnizpravy/vyrocnizprava-bezpecnostni-informacni-sluzby-za-rok-2022-2cd547c8.html>
- BIS. (3. 12 2018). *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2017*. Získáno 30. 3 2024, z Bezpečnostní informační služba: <https://www.bis.cz/vyrocnizpravy/vyrocnizprava-bezpecnostni-informacni-sluzby-za-rok-2017-d85907e6.html>
- Bohn, R., & Short, J. (2012). *Measuring consumer information*. Získáno 15. 4 2024, z International Journal of Communication 6 : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1566/743>
- Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?* John Wiley & Sons.
- Břoušková, A. (2020). *Role médií v každodenním životě českých seniorů žijících v domácím prostředí*. Diplomová práce, Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky, Brno.
- Calda, M. (1999). *Globální vesnice nebo globální město? Tricet pět let od vydání McLuhanova díla Jak rozumět médiím*. Získáno 24. 3 2023, z <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~calda/McLuhan.html>
- Cambridge Dictionary. (2023). Získáno 25. 3 2023 , z Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bias>
- Cambridge University Press. (27. 2 2024). *Influencer*. Získáno 27. 2 2024, z Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>
- Ciroková, K. (5. 7 2021). *Rozběhla se nefér politická kampaň plná manipulací a lží. Takhle funguje*. Získáno 24. 3 2023, z Seznam Zprávy: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/rozbehla-se-nefer-politicka-kampan-plna-manipulaci-a-lzi-takhle-funguje-168942>
- Ciroková, K., & Valášek, L. (15. 6 2023). *Přehled těch, kteří v Česku vydělávají na strachu lidí*. Získáno 3. 4 2024, z Seznamzprávy.cz: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-kauzy-kdo-v-cesku-vydelava-na-strachu-lidi-232386>
- Cisco Talos Intelligence Group. (2023). *What is phishing*. Načteno z PhishTank: https://www.phishtank.com/what_is_phishing.php

- Coady, D. (2006). *Conspiracy Theories: The Philosophical Debate*.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu*. Praha: Albert.
- CVVM. (6. 10 2021). *Senioři slyší na sliby a jistoty, kampaň ani covid je moc neovlivní, míní experti*. Získáno 5. 4 2024, z Aktuálně.cz:
<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/volby/volby-seniori-ano/r~6f2dfd9e25b311ec8fa20cc47ab5f122/>
- Červenková, R. (2018). *Migrační krize a bezpečnost ČR optikou Parlamentních listů, Sputniku a Aeronetu v letech 2015-2016*. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Praha.
- Česká asociace umělé inteligence. (4. 1 2024). *Počet deepfake útoků se loni zvýšil na desetinásobek*. Získáno 14. 3 2024, z Kurzy.cz:
<https://www.kurzy.cz/zpravy/753950-pocet-deepfake-utoku-se-loni-zvysil-na-desetinasobek/>
- Český statistický úřad. (2022). *Věková pyramida ke dni Sčítání 2021 Česká republika*. Získáno 28. 3 2024, z Sčítání 2021: <https://scitani.gov.cz/vzdelani#skupina-57066>
- Český statistický úřad. (2023). *Senioři v ČR v datech*. Získáno 28. 3 2024, z czso.cz:
<https://www.czso.cz/documents/10180/190537086/31003423.pdf/51b9a00e-39f9-4829-a535-20080aa9d71f?version=1.0>
- Český statistický úřad. (23. 11 2021). *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2021*. Získáno 20. 4 2024, z czco.cz:
<https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210701.pdf/eb7568c6-2bfe-4354-86a1-054335c28f70?version=1.1>
- Čeští elfové. (1 2024). *Pravidelný přehled české dezinformační scény - Leden 2024*. Získáno 3. 4 2024, z Čeští elfové: https://cesti-elfove.cz/mm_2024_01/
- Čeští elfové. (2023). *Pravidelný přehled české dezinformační scény VÝROČNÍ ZPRÁVA ZA ROK 2023*. Získáno 3. 4 2024, z Čeští elfové: https://cesti-elfove.cz/wp-content/uploads/Vyrocní_zprava_2023.pdf
- Čeští elfové. (2024). *Eldariel - Databáze řetězových e-mailů*. (Č. elfové, Producent) Získáno 29. 3 2024, z Eldariel - Databáze řetězových e-mailů: <https://eldariel.cesti-elfove.cz/>
- ČHMÚ, ÚFA AV ČR, MKOP MFF UK, & ČMeS. (2010). *Společné vyjádření Českého hydrometeorologického ústavu (ČHMÚ), Ústavu fyziky atmosféry Akademie věd ČR (ÚFA AVČR), Katedry meteorologie a ochrany prostředí Matematicko-fyzikální*

fakulty Univerzity Karlovy (KMOP MFF UK) a České meteorologické společnosti.

Získáno 23. 3 2023, z

<file:///Users/user/Documents/Bakala%CC%81r%CC%8Cka%20dokumenty/chemtrails.pdf>

ČSÚ. (2021). *Senioři v ČR v datech*. Načteno z Český statistický úřad:

<https://www.czso.cz/documents/10180/142141241/31003421.pdf/9a7568fd-10f1-4e6e-bfb7-7a9001f6313c?version=1.17>

Deary, I. J. (2009). Age-associated cognitive decline. *British Medical Bulletin*, 92(1), 135–152.

Demagog. (24. 11 2023). *Ukrajinský velitel opakovaně zneužit v ruských deepfake videích*.

Získáno 30. 3 2024, z Demagog.cz: <https://demagog.cz/diskuze/ukrajinsky-velitel-opakovane-zneuzit-v-ruskych-deepfake-videich>

Demagog. (3. 10 2023). *Víte, že... se na facebooku šíří soubor nepravd o současném*

Česku? Získáno 18. 3 2024, z Demagog.cz: <https://demagog.cz/diskuze/vite-ze-se-na-facebooku-siri-soubor-nepravd-o-soucasnem-cesku>

Demagog.cz. (21. 11 2023). *Babiš zneužit v dalším deepfake videu*. Získáno 17. 3 2024

ESET. (2024). *Phishing*. Získáno 17. 3 2024, z ESET.com:

<https://www.eset.com/cz/phishing/>

Esgate, A., & Groome, D. (2005). *An Introduction to Applied Cognitive Psychology*.

Psychology Press.

Faciaai. (27. 11 2023). *Medium*. Získáno 14. 3 2024, z How did Paul Walker appear in Fast

7 after his death?: <https://faciaai.medium.com/how-did-paul-walker-appear-in-fast-7-after-his-death-fda6acfea096>

Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. California:

Sociology Press.

Gleick, J. (2011). *The Information: A History, a Theory, a Flood*. New York: Pantheon

Books. Načteno z New York: Pantheon Books.

Goertzel, T. (1914). *Belief in Conspiracy Theories*. Získáno 3. 3 2023, z Political

Psychology: <https://www.jstor.org/stable/3791630?origin=crossref>

Golis, O. (12. 8 2019). *Expert: Fake news ničí vztahy v rodinách, babičky a dědečci*

propadají děsům a šíří šílené informace. Získáno 25. 4 2024, z irozhlas.cz:

https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/fake-news-dezinformace-seniori-digitalni-smejdi-jaroslav-valuch-medialni_1908120712_ogo

- Guess, A. M., & Lyons, B. A. (2020). *Social Media and Democracy*. (J. A. Nathaniel Persily, Editor) Cambridge: Cambridge University Press.
- Harzer, F. (12. 1 2018). *iRozhlas*. Získáno 30. 3 2024, z Ministerstvo varuje před dezinformací. 'Zeman postupuje automaticky, k prvnímu kolu nemusíte,' navádí leták: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentske-volby-2018-milos-zeman-hoax-dezinformace-novinka-k-prvnimu-kolu_1801121250_haf
- Haselton, M. G. (2005). *The evolution of cognitive bias*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Hořejš, N., Surovátka, J., Eberle, J., Havlíček, P., Komarová, S., Presl, D., . . . Valůch, J. (2022). *Desatero pro lepší porozumění a čelení dezinformacím*. Získáno 3. 3 2024, z Ústav mezinárodních vztahů Praha: <https://www.iir.cz/desatero-pro-lepsi-porozumeni-a-celeni-dezinformacim>
- Chiappetta, M. (11. 5 2017). *The Technostress: definition, symptoms and risk prevention*. Rome.
- Jackson, D. (2017). Issue brief: Distinguishing disinformation from propaganda, misinformation, and “fake news.”. Získáno Březen 2023, z Issue brief: Distinguishing disinformation from propaganda, misinformation, and “fake news.”: <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2018/06/Distinguishing-Disinformation-from-Propaganda.pdf>
- Janda, M. (2017). *Information laundering: Dezinformační weby v českém kontextu*. Diplomová práce, Univerzita Karlova Filozofická fakulta, Praha.
- Janiš, I. (2021). *Rizika online prostředí u seniorů*. Diplomová práce, UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, PEDAGOGICKÁ FAKULTA, Ústav pedagogiky a sociálních studi, Olomouc.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jowett, G. (2011). *Propaganda and Persuasion*. SAGE Publications, Inc.
- Kahneman, D. (2012). *Myšlení rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvill Publishing, s.r.o.
- KANTAR. (2020). *Volební preference podle věku a vzdělání voličů*. Získáno 25. 3 2024, z Echo24.cz: <https://echo24.cz/a/S5Zq2/koho-chteji-volit-duchodci-od-ano-a-kscm-se-presouvaji-k-ods-ci-stan>
- Karlova, N., & Lee, J. H. (2012). *Notes from the underground city of disinformation: A*

- conceptual investigation. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*. Získáno 23. 3 2023, z <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.2011.14504801133>
- Kartous, B. (27. 12 2018). Jen 33 procent Čechů věří médiím. Souvisí to s minulým režimem, říká internetový elf Kartous. *Interview Plus*. (J. Bumba, Tazatel)
- Klucká, J., & Volfová, P. (2009). *Kognitivní trénink v praxi*. Praha: Grada.
- Kopecký, K. (2019). *Deep fake - stručný úvod do problematiky*. Získáno 14. 3 2024, z e-bezpeci.cz: <https://e-bezpeci.cz/journal/articles/1417.html>
- Kopecký, K. S. (2018). *Starci na netu (výzkumná zpráva)*. Získáno 25. 4 2024, z researchgate.net: https://www.researchgate.net/profile/Kamil-Kopecky/publication/322952708_Starci_na_netu_2018/links/5a79864b0f7e9b41dbd4a7c0/Starci-na-netu-2018.pdf
- Kopecký, K., Sztokowski, R., Kožíšek, M., & Kasáčová, J. (2018). *Starci na netu (výzkumná zpráva)*. Získáno 24. 3 2023, z <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/102-starci-na-netu-2017-2018/file>
- Králová, T., Macková, M., Motyčková, V., Pěkná, E., Strachota, K., Šafářová, K., & Valůch, J. (2018). *O pravdu? Praha: Člověk v tísni*.
- Krupka, J. (9. 11 2023). *Sítěmi se šíří falešné video s Babišem. Jde o podvod za pomoci umělé inteligence*. Získáno 14. 3 2024, z denik.cz: https://www.denik.cz/z_domova/falesne-investice-deep-fake-andrej-babis.html
- Kumar, S., & Shah, N. (2018). *False Information on Web and Social Media: A Survey*. Získáno 23. 3 2023, z <https://arxiv.org/pdf/1804.08559.pdf>
- Kyša, L. (12. 12 2015). *Přednáška o konspiračních teoriích*. Získáno 26. 3 2023, z <https://manipulatori.cz/leos-kysa-prednaska-o-konspiracnich-teoriich/>
- Lánský, T. (10. 2 2024). *Když Pavel či Babiš radí s investicemi. Podvodníci na internetu se zlepšují*. Získáno 30. 3 2024, z iDnes.cz: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/umela-inteligence-deep-fake-video-pavel-babis.A240209_192239_domaci_pukk
- Lazer, D. M., & a kol. (2018). *The science of fake news*. Získáno 26. 3 2023, z Science: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>
- Lewandowsky, S. S. (2013). Misinformation, disinformation, and violent conflict: From Iraq and the “War on Terror” to future threats to peace. *American psychologist*, 1.
- Lindenberger, U. &. (2009). Cognitive and sensory declines in old age: Gauging the

- evidence for a common cause. *Psychology and Aging*, 24(1), 1-16.
- Lusková, T. (2020). *Senioři v medializovaném světě*. Diplomová práce, UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE, FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD Institut sociologických studií Katedra Sociologie, Praha.
- Machová, D. (15. 3 2023). *Sociolog zpochybnil průzkum agentury SANEP o cenzuře. Je tam jasný rukopis zadavatele, řekl Herzmann*. Získáno 22. 4 2024, z Forum24.cz: <https://www.forum24.cz/sociolog-zpochybnil-pruzkum-agentury-sanep-o-cenzure-je-tam-jasny-rukopis-zadavatele-rekl-herzmann>
- Malecký, R. (7. 5 2019). *Odchod Obzinové: končí šéfredaktorka, která TV Prima otočila k dezinformacím*. Získáno 26. 3 2023, z Hlídací Pes: <https://hlidacipes.org/odchod-obzinove-konci-sefredaktorka-ktera-tv-prima-otocila-k-dezinformacim/>
- Manipulátoři. (3. 3 2024). *Žádný mohutný výbuch nebo dopad asteroidu. Jen chyba předpovědního modelu*. Získáno 17. 3 2024, z Manipulátoři.cz: <https://manipulatori.cz/zadny-mohutny-vybuch-nebo-dopad-asteroidu-jen-chyba-predpovedniho-modelu/>
- Marková, N. (2021). *Mediální gramotnost seniorů Úroveň mediální gramotnosti seniorů v České republice*. Diplomová práce, UNIVERZITA KARLOVA, FILOZOFICKÁ FAKULTA KATEDRA ANDRAGOGIKY A PERSONÁLNÍHO ŘÍZENÍ, Praha.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing Qualitative Research*. Londýn: Sage Publications.
- Masterova, L. (2023). *Mediální gramotnost seniorů*. Bakalářská práce, UNIVERZITA PALACKÉHO, Filozofická fakulta - Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky, Olomouc.
- McRaney, D. (2011). *You are not so smart: why you have too many friends on Facebook, why your memory is mostly fiction, any 46 other ways you're deluding yourself*. New York: Gotham Books/Penguin Group.
- MEDIAN. (9. 7 2023). *PRŮZKUM: Vláda podle většiny Čechů nedostatečně bojuje s dezinformacemi a konspiračními teoriemi*. Získáno 22. 4 2024, z iRozhlas.cz: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-dezinformace-boj-z-dezinformacemi-konspiracni-teorie_2307090500_jgr
- Merwe, A., Marianne, L., & Marek, D. (2005). *Characteristics and responsibilities involved in a Phishing attack, in WISICT '05: proceedings of the 4th international symposium on information and communication technologies*. Trinity College

Dublin,.

- Ministerstvo vnitra. (2024). *Koronavirus: Přehled hlavních dezinformačních sdělení*. Získáno 30. 3 2024, z Ministerstvo vnitra České republiky: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/koronavirus-prehled-hlavnich-dezinformacnich-sdeleni.aspx>
- Miovský, M. (2003). *Příručka k provádění výběru metodou sněhové koule (snowball sampling)*. Praha: Úřad vlády České republiky.
- MVČR. (2023). *Definice dezinformací a propagandy*. Načteno z Ministerstvo vnitra České republiky: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
- MVČR. (2024). *Dezinformace na sociálních sítích a EU – poučení z krize?* Získáno 20. 4 2024, z mvcr.cz: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/dezinformace-na-socialnich-sitich-a-eu-poucení-z-krize.aspx>
- Nešpor, Z. R. (11. 12 2017). *Sociologický ústav AV ČR*. Načteno z Sociologický ústav AV ČR: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Dezinformace>
- Nutil, P. (2018). *Média, lži a příliš rychlý mozek*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Očenášková, A. (7. 2 2023). *Dezinformace nemusíme regulovat, říká analytik Šlerka. Ve volbách jim Češi odolali*. Získáno 22. 4 2024, z Forbes.cz: <https://forbes.cz/dezinformace-nemusime-regulovat-rika-analytik-slerka-ve-volbach-jim-cesi-odolali/>
- OECD. (2022). *Education at a Glance 2022. OECD Indicators*. Paříž.
- Ong, W. (2006). *Technologizace slova*. Praha: Karolinum.
- Oxford Dictionary. (2023). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Načteno z Oxford Advanced Learner's Dictionary: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/disinformation?q=disinformation>
- Pajgrtová, A. (2020). *Senioři v době fake news*. Praha.
- Plous, S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. McGraw-Hill Education.
- Policie ČR, ESET, ČBA. (2021). *Útoky na klienty bank rapidně narůstají a jsou čím dál sofistikovanější. ČBA, Policie ČR a ESET proto spouští „Kyberkampan“*. Získáno 25. 3 2023, z Tisková zpráva: file:///Users/user/Documents/210712_TZ_Kyberkampan%CC%8C_C%CC%8CBA

[_ESET_PC%CC%8CR.pdf](#)

- Ramba, J. (2020). *Záhada nemoci Karla IV.* Karolinum.
- Rana, M., Nobi, M., Murali, B., & Sung, A. (2022). *Deepfake Detection: A Systematic Literature Review*. Získáno 14. 3 2024, z ieeexplore.ieee.org:
<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9721302>
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (7. 4 2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*. Získáno 27. 2 2024, z
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation#header--3>
- Sak, P., & Kolesárová, K. (2012). *Sociologie stáří a seniorů*. České Budějovice: Grada Publishing, a.s.
- Saldaña, J. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Londýn: Sage Publications.
- SANEP. (8. 3 2023). *Máme pro vás výsledky exkluzivního reprezentativního průzkumu o svobodě slova*. Získáno 22. 4 2024, z [sosp.cz](https://www.sosp.cz): <https://www.sosp.cz/wp-content/uploads/VysledkyPruzkumu2302.pdf>
- Santos-D'Amorim, K., & a kol. (2020). *Retracted Papers e a Desinformação Na Comunicação Científica Brasileira*. Získáno 23. 3 2023, z LATMETRICS:
<https://app.uff.br/riuff/handle/1/14146>
- Santos-D'Amorim, K., & Miranda, M. d. (2021). *MISINFORMATION, DISINFORMATION, AND MALINFORMATION: CLARIFYING THE DEFINITIONS AND EXAMPLES IN DISINFODEMIC TIMES*. Získáno 23. 3 2023, z <https://www.redalyc.org/journal/147/14768130011/14768130011.pdf>
- Shultz, R. H., & Godson, R. (1984). *Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy*. USA: Pergamon-Brassey's.
- Similarweb. (2024). *cz24.news Website Traffic Demographics*. Získáno 20. 4 2024, z Similarweb: <https://www.similarweb.com/website/cz24.news/#demographics>
- Stanley, J. (2016). *How Propaganda Works*. Princeton University Press.
- Steiner, H. (2013). *Obsah pojmu "propaganda". Teoretické problémy propagandy a společenského vědomí*. Získáno 23. 3 2023, z
https://digilib.phil.muni.cz/_flysystem/fedora/pdf/120207.pdf
- STEM. (11. 5 2022). *Dezinformace ohrožují naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina*

- souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů. Získáno 22. 4 2024, z stem.cz: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuj-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlas-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>
- STEM. (2019). *Mediální gramotnost a důvěra v média*. Získáno 20. 4 2024, z <https://drive.google.com/file/d/1VzUz1GD-tkSCdipVtrYLkUWiMGoOvOK/view>
- Sternberg, R. J. (2009). *Kognitivní psychologie*. Praha: Portál.
- Sun-c'. (2022). *Umění války*. B4U Publishing.
- Špalková, V. K., Pastír, M., Přívratský, J., Šerák, V., & Činčerová, Z. (2023). *VÝROČNÍ ZPRÁVA O STAVU ČESKÉ DEZINFORMAČNÍ SCÉNY ZA ROK 2022*. Získáno 3. 4 2024, z Europeanvalues.cz: <https://europeanvalues.cz/wp-content/uploads/2023/04/Vyrocni-zprava-dezinfo-2022-SHRNUTI.pdf>
- University of Pennsylvania. (2019). *Echo chambers may not be as dangerous as you think, new study finds*. Získáno 25. 3 2023, z phys.org: <https://phys.org/news/2019-05-echo-chambers-dangerous.html>
- Univerzita Karlova & MEDIAN. (2023). *CEDMO Trends: Česká společnost v době změn (7. vlna)*. Získáno 3. 3 2024, z CEDMO: https://cedmohub.eu/wp-content/uploads/2023/10/CEDMO-Trends_Ocimal-Medianu-7.-vlna_FINAL.pdf
- Volek, J., Macková, V., & Turková, K. (2023). *Misinformační a dezinformační obsahy podle konzumentů zpravodajských médií*. Získáno 3. 3 2024, z CEDMO: <https://cedmohub.eu/wp-content/uploads/2023/09/D5.3.pdf>
- Vosoughi, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*(359).
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. *Journalism, ‘fake news’ & disinformation*. Paris. Získáno 23. 3 2023, z <https://bit.ly/2FW3Esb>
- Wooley, S. C., & Howard, P. N. (2016). *Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents - Introduction*. Získáno 28. 3 2024, z <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/ijoc-political-communication-computational-propaganda-and-autonomous-agents-introduction/>
- Zavdilová, Z. (17. 2 2020). *Zvol.si.info*. Získáno 14. 3 2024, z TRENDY V HLUBINÁCH DEEPPFAKE VIDEÍ: <https://zvol.si.info/2020/02/17/deepfake/>
- Žabka, J. (22. 1 2023). *Zmanipulované video s Pavlem: „Vstoupíme do války s Ruskem.“*. Získáno 30. 3 2024, z Hlídací pes: <https://hlidacipes.org/zmanipulovane-video-s-pavlem-vstoupime-do-valky-s-ruskem/>

Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Pichl Štěpán	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td>- 9 -09- 2022 -1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td>164 Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 9 -09- 2022 -1-	Čj:	164 Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		- 9 -09- 2022 -1-							
Čj:		164 Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020									
E-mail diplomantky/diplomanta: 68533425@fsv.cuni.cz									
Studijní obor/forma studia: Komunikační studia, prezenční									
Název práce v češtině: Zkušenost českých seniorů s dezinformacemi									
Název práce v angličtině: The experience of Czech seniors with misinformation									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2023									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Práce bude zkoumat zkušenost vybraných seniorů s dezinformacemi, které se objevily v mediálním prostoru. Kromě teoretické části, vysvětlující jednotlivé fenomény, bude stěžejní částí práce kvalitativní výzkum, jež bude zkoumat zkušenosti jednotlivých seniorů s dezinformacemi v jejich každodenním životě. Výzkum se bude zabývat vlastní zkušeností seniorů s dezinformacemi a jejich obvyklými komunikačními kanály. Dále bude sledovat jejich reakce na dezinformující sdělení předložená výzkumníkem ale i socioekonomický statut respondenta, jeho dosažené vzdělání nebo zkušenost se vzdělávacími programy na podporu mediální gramotnosti. Cílem práce je pochopení vztahu seniorů k dezinformacím a následného navrzení možného řešení ke zlepšení obrany seniorů vůči nim.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod TEORETICKÁ ČÁST <ol style="list-style-type: none">1. Dezinformace – základní vymezení pojmu2. Dezinformační scéna – představení hlavních dezinformačních směrů poslední doby a jejich souvislosti s celospolečenskými událostmi3. Senioři jako příjemci mediálního obsahu – přibližuje seniory a jejich obecný přístup k médiím a interakci s nimi4. Programy na podporu mediální gramotnosti seniorů – popis vývoje programů na mediální gramotnost a vzdělání seniorů v České republice PRAKTICKÁ ČÁST <ol style="list-style-type: none">1. Vymezení výzkumného problému2. Definice výzkumné otázky3. Metodologie4. Sběr dat5. Analýza a interpretace dat Závěr									

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Hlavním zdrojem informací k mé analýze budou odpovědi z rozhovorů s alespoň 10 respondenty starších 65 let.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

V teoretické části nejprve vymezím základní pojmy a následně popíšu zkoumaný problém z odborného hlediska v širších souvislostech. V praktické části na základě poznatků z teoretické části definuji výzkumný problém, otázku a následně pomocí polostrukturovaných rozhovorů získám potřebná data. Výsledná data budou zpracována a následně interpretována s ohledem na svou komplexnost.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

TÁBORSKÝ, Jiří, 2020. V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2014-7.

- Autor v knize vysvětluje, proč mají lidé tendence věřit alternativním faktům a zaujímat postoje v rozporu s všeobecně uznávanými dogmaty. Autor dochází k závěru, že hlavními hybateli, jež nás svádí k milným úsudkům založených na dojmech jsou emoce vycházející z útržkovitých vzpomínek a zprostředkovaných událostí s pochybnou mírou realnosti.

HENDL, Jan, 2016. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9.

- Ukazuje, z jakých zdrojů metody kvalitativního výzkumu vycházejí a představuje hlavní výzkumné plány užívané v této oblasti. Popisuje kvalitativní metody sběru dat, jejich kódování, vyhodnocování a interpretaci. Pozornost věnuje i počítačovým nástrojům sloužícím kvalitativnímu výzkumu, psaní zprávy o výzkumu a hodnocení jeho kvality.

TOMCZYK, Lukasz, 2015. Vzdělávání seniorů v oblasti nových médií. Přeložil Joanna SZANIAWSKA. Praha: Asociace institucí vzdělávání dospělých ČR. ISBN 978-80-904531-9-7.

- Publikace systematicky analyzuje funkce vzdělávání v seniorském věku v teoretické i praktické rovině. Pohled autora monografie koresponduje s moderním pojetím andragogiky a legitimizuje seniorskou populaci jako novou cílovou skupinou nejen didaktické andragogiky, ale rovněž i sociální andragogiky.

VYBÍRAL, Zbyněk, 2015. Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci. Vyd. 3. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0869-3.

- Kniha popisuje funkci lži a polopravd v lidské komunikaci. Svou povahou spadá do disciplíny někdy nazývané "komunikační studia". Autorovou snahou je skloubit vysoký odborný standard se srozumitelným a seriózním popularizačním výkladem.

SAK, Petr a Karolína KOLESÁROVÁ, 2012. Sociologie stáří a seniorů. Praha: Grada. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3850-5.

- Publikace přináší teoretické analýzy klíčových kategorií i zcela konkrétní empirické poznatky o životě současných seniorů. Autoři se věnují sociální skupině seniorů, životní fázi stáří, ale osou analýz je konkrétní generace dnešních seniorů, která se ukázala jako historicky zcela ojedinělá.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

VINCOUROVÁ, Hana. Populismus a senioři: jak ovlivňuje online prostředí politické smýšlení starší generace. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Gulda, Jana.

ŠTOKROVÁ, Aneta. Senioři ve světě nových technologií a médií. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Lokšík, Martin.

PAJGRTOVÁ, Anežka. Senioři v době fake news. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií - studia nových médií. Vedoucí práce Šlerka, Josef.

ZAHRADNÍČKOVÁ, Lucie. Mediální gramotnost současných českých seniorů: případová studie z Brna. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Jirák, Jan.

MARKOVÁ, Nad'a. Mediální gramotnost seniorů. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra andragogiky a personálního řízení. Vedoucí práce Šerák, Michal.

SCHAUEROVÁ, Bc Zdena. Seniori jako uživatelé internetu. Hradec Králové 2020. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Katedra sociální pedagogiky. Vedoucí práce Mgr. Iva Junová, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

9.9.2022

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

PhDr. Radim Wolák

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Dezinformace, misinformace a malinformace.....	13
Obrázek 2 – Hoax, injekční jehly	18
Obrázek 3 – Echo chambers	23
Obrázek 4 –Profily dezinformace.....	25
Obrázek 5 - Bludný kruh zhoršování kognitivních schopností	39
Obrázek 6 - Deepfake video s Andrejem Babišem lákající na investiční platformu.....	49
Obrázek 7 - Zavádějící příspěvek o vývoji České republiky.....	50
Obrázek 8 - Hoax/Misinformace o výbuchu pod Afrikou.....	51

Seznam příloh

Příloha č. 1: Informovaný souhlas

Příloha č. 2: Transkripce rozhovorů