

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

Diplomová práce

Bc. Martina Kuchařiková

**Percepce a produkce pravdivých a nepravdivých
informací v prostředí internetu jako součást mediální
výchovy**

Olomouc 2019

vedoucí práce: doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 8. dubna 2019

.....

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat panu doc. Mgr. Kamilu Kopeckému, Ph.D. za odborné vedení, vstřícnost, cenné rady a věcné připomínky, které pomohly k vypracování této diplomové práce.

Obsah

ÚVOD	6
TEORETICKÁ ČÁST	8
1 Informace	8
1.1 Vymezení problematiky	8
1.2 Význam informací a jejich funkce	9
1.3 Způsoby šíření informací	10
1.3.1 Média	11
1.4 Rizika v oblasti informací	14
2 Nepravdivé informace, dezinformace a fake news	16
2.1 Vymezení pojmů dezinformace a fake news	17
2.2 Historie dezinformací/fake news	19
2.3 Využití dezinformací/fake news	20
2.3.1 Propaganda	20
2.3.2 Manipulace	22
2.4 Druhy dezinformací a nepravdivých informací	25
2.4.1 Druhy dezinformací	25
2.4.2 Druhy nepravdivých informací	30
2.5 Rozdělení dezinformací dle obsahu	33
2.6 Šíření nepravdivých informací	35
2.6.1 Alternativní a dezinformační weby	36
2.6.2 Trollové a elfové	39
2.7 Ověřování pravdivosti informací	40
2.7.1 Způsoby ověřování informací	41
2.7.2 Profesionalizované subjekty ověřující pravdivost informací	44
2.8 Boj s dezinformacemi na úrovni státu	45
3 Mediální výchova	47

3.1	Vymezení problematiky	47
3.2	Mediální výchova jako průřezové téma RVP ZV	48
3.3	Mediální gramotnost	49
3.3.1	Související pojmy	49
3.3.2	Vymezení pojmu mediální gramotnost.....	49
3.3.3	Kritické myšlení jako předpoklad rozvoje mediální gramotnosti	51
3.4	Výzkumy mediální gramotnosti	52
3.4.1	Šetření České školní inspekce	52
3.4.2	Výzkum agentury Stem/Mark pro Českou televizi	53
3.5	Programy a projekty týkající se mediálního vzdělávání	54
3.5.1	Zvolsi.info	54
3.5.2	Jeden svět na školách (Člověk v tísni).....	55
3.5.3	#nesdilimfake	56
	PRAKTICKÁ ČÁST.....	57
4	Výzkumné šetření	57
4.1	Stanovení výzkumného cíle, metodologie	57
4.2	Charakteristika výzkumného prostředí a výzkumného vzorku, výzkumné otázky ...	58
4.3	Interpretace výzkumného šetření.....	58
4.4	Závěry šetření	71
	ZÁVĚR	73
	SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ	75
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	76
	PŘÍLOHA.....	84

ÚVOD

Žijeme v době, kdy informace jsou mnohdy ceněny více než hmotné prostředky. V rukou mocných se mohou stát nebezpečným nástrojem sloužícím k ovládnutí a manipulaci. Se zvyšujícím se množstvím informací a jejich snadnou dostupností roste i množství rizik s nimi spojených. Nejvýznamnějším médiem pro přenos informací je internet. Díky němu se zvýšila jak rychlost šíření informací, tak i jejich přenos po celém světě, bez ohledu na vzdálenost. Tento lidský vynález nám v mnohém usnadňuje život, je však nutné nahlížet na něj s jistou mírou kritiky a uvědomovat si také nebezpečí, která s sebou přináší. S rozvojem společnosti těchto rizik neustále přibývá, množí se a kombinují, proto je nezbytné, abychom se jimi více zabývali, byli ve vztahu k informacím obezřetní a věnovali jim dostatečnou pozornost.

Téma Produkce a percepce pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu jako součást mediální výchovy jsem si zvolila proto, že je v současné době velice aktuální. Z různých stran denně slyšíme o tom, že lidé naletěli podvodníkům, uvěřili lžím, že nám politici neříkají pravdu, že jiné státy se nad námi snaží získat vliv nebo že někdo zemřel, i když vlastně ve skutečnosti nezemřel. Jako budoucí učitelku mě tedy zajímá, jak se v té nekonečné záplavě informací neztratit, rozeznat, co je pravda a co ne, kdo nepravdivé informace vytváří nebo šíří a proč to ten „dotyčný“ dělá. Informace získané vypracováním této práce pak jistě uplatním ve svém dalším pracovním i osobním životě.

V teoretické části je věnován prostor nejprve informacím obecně, jejich významu, funkcím, možnostem jejich šíření a s tím souvisejícím médiím. Jsou zde zmíněna také rizika, která s sebou informace přinášejí. Další část je zaměřena na problematiku nepravdivých informací. Jsou zde vymezeny pojmy, historický vývoj a také možnosti jejich využití. Vysvětlíme si různé druhy nepravdivých informací, včetně konkrétních příkladů, a popíšeme si možnosti jejich šíření. Důležitý prostor zaujímá část věnovaná ověřování pravdivosti informací, kde se seznámíme se základní metodikou této činnosti. Poslední kapitola této části je orientována na oblast mediální výchovy, především v kontextu Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání a s tím související mediální gramotnost a kritické myšlení. V závěru této části jsou zmíněny výsledky výzkumů mediální gramotnosti a především projekty a programy, které usilují o její rozvoj.

V praktické části je použito kvantitativní metody dotazníku, prostřednictvím které byly zjišťovány jak teoretické, tak praktické schopnosti žáků 5. – 9. tříd základních škol v oblasti mediální gramotnosti, zejména ověřování pravdivosti informací.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Informace

1.1 Vymezení problematiky

Tento pojem pochází z latinského *informatio*, což v překladu znamená představu, pojem, obrys. Informace jsou všude kolem nás. Obklopují nás, ovlivňují a formují. Provázejí člověka na cestě celým jeho životem, jsou přítomné na každém našem kroku a není možné se jim vyhnout. Zjednodušeně můžeme říci, že informace jsou zdrojem našeho poznávání světa. Slouží jako forma motivace pro tvůrčí činnosti a jsou zdrojem radosti z hledání a nalézání (Mleziva 2004, s. 7).

Význam tohoto slova se postupně vyvíjel. Ve středověku byl pojem *informace* užíván v oblasti obchodu, soudnictví i v církevních záležitostech. Toman (1993, s. 10) ve své publikaci uvádí, že poprvé byl tento výraz zaznamenán v roce 1274 ve významu souboru aktů, které vedly k prokázání trestného činu a k odhalení jeho pachatelů.

Od druhé poloviny 20. století se užívání tohoto pojmu značně rozšířilo. Odborníci nejrůznějších oborů nahlízejí na informace jako na něco, co je možné získat, předat, prodat, transportovat a uchovat. V současnosti se často setkáváme s adjektivním tvarem tohoto slova, „informační“. Bývá užíván například ve spojeních informační výchova, informační technologie či informační systém (Cejpek 2005, s. 14). Také dnešní doba bývá z důvodu rozvoje moderních technologií a rychlosti šíření informací označována přívlastkem informační.

V dnešním světě nám informace přinášejí nesporně spoustu pozitivních hodnot, ale také řadu hodnot negativních. Proto je nezbytně nutné naučit se informace rozpoznávat, třídit, hodnotit a využívat tak, aby pro nás byly přínosné. Naopak informace, které se nás snaží dezorientovat a omezovat, eliminovat.

Mleziva (2004, s. 9) upozorňuje na změnu vnímání pojmu informace v současné době. Podle něj jsou informace charakterizovány jako:

- univerzální, přítomné ve všech oblastech a oborech života společnosti,
- integrační tím, že umožňují spojení a komunikaci lidí na celém světě a mají rozhodující podíl na globalizaci společnosti,

- polyfunkční, využívané pro různé účely a naplňující v širokém rozsahu potřeby a zájmy společnosti,
- dynamické, rychle se rozvíjející vlivem technického pokroku i společenských nároků.

1.2 Význam informací a jejich funkce

Rozlišujeme širší a užší pojetí informací. V širším pojetí chápeme informace jako zdroj vlastního poznání, které je založeno na smyslovém vnímání a vnitřním prožívání. Uvědomujeme si je a jsme schopni je vyjádřit. V užším pojetí pak nahlížíme na informace jako na zdroj nepřímého zprostředkovaného poznání, kdy informace jsou definovány jako sdělení, zprávy, údaje (Mleziva 2004, s. 14). V tomto pojetí je důležitá právě ona sdělnost a možnost přenosu mezi dvěma nebo více subjekty v rámci interakce. Základní podmínkou tohoto pojetí je, že každá informace má svého původce/tvůrce a příjemce. Člověk totiž může být ve vztahu k informacím ve dvou rolích. V roli subjektu (původce, producenta, tvůrce), který informace produkuje, iniciuje a rozšiřuje, dává jim určitý smysl a určuje jejich funkci. Původce rozhoduje o obsahu, funkci, záměru, kvalitě, objektivitě i způsobu prezentace a šíření informace. Další je role objektu, tedy člověka, který je příjemcem informací. Hledá je, přijímá, zpracovává, využívá, je tak jejich konzumentem. Příjemce informaci může přijmout jako hotovou, neupraví si ji, nebo ji upraví dle svých vlastních potřeb a zájmů. V této práci se budeme věnovat informacím především z hlediska užšího pojetí.

Dříve člověk přistupoval k informacím, které přijímal, více pasivně a zajímal se především o to, co souviselo s jeho potřebami. V dnešní době rozšiřuje svůj zájem a informace se tak stávají důležitou součástí jeho aktivního života. Získávání informací zaujímá značnou část času každého člověka, mnohdy na úkor jiných aktivit.

Vliv, jaký mají informace na společnost i každého člověka je tak významný, že může vést k ovládnutí lidí. Mleziva (2004, s. 10) tento vliv nazývá diktaturou až terorem. Z dřívějšího služebníka se podle něj informace stávají jeho pánem.

Informace můžeme dělit podle různých kritérií, jako je druh, pravdivost/nepravdivost, míra důležitosti, zda se jedná o informace primární či sekundární, jednoduché nebo složené, podle média, prostřednictvím kterého se informace šíří, míry objektivity, podle adresáta či cíle sdělení.

U informací můžeme rozlišovat tyto funkce:

- emocionální – vyvolání sympatií/antipatií,
- přesvědčovací – ujišťování, že ta jediná informace je správná a pravdivá,
- získávací – původce chce adresáta získat pro svoji ideu, svůj názor,
- imperativní – různé formy příkazů (v agitaci, propagaci, prodeji),
- podněcující (provokující) – výzvy k určitým činům,
- inspirativní – navození nových představ, nápadů, myšlenek (Mleziva 2000, s. 22).

1.3 Způsoby šíření informací

Mezi hlavní způsoby šíření informací řadí Mleziva (2004, s. 23):

- Osobní sdělení v uzavřeném kruhu, ve smyslu přímého styku i prostřednictvím telefonu, mobilu, internetu.
- Účelová sdělení ve veřejném zájmu.
- Masová média (rozhlas, televize, tisk) dostupná široké veřejnosti, jsou tedy hlavním zdrojem informací všeho druhu.

V souvislosti s šířením informací je třeba zmínit fenomén současnosti vyskytující se v prostředí internetu, který bývá označován jako *click-bait* neboli *proklik*. Můžeme jej popsat jako druh návnady, který má nalákat uživatele k tomu, aby na něj kliknul. Nejčastěji mívá podobu názvu článku či komentáře, jehož cílem je upoutat pozornost, šokovat a přimět čtenáře, aby se kliknutím na odkaz dozvěděl více informací. Daná webová stránka má díky tomu vyšší návštěvnost a s tím související vyšší zisk z online reklam (Nutil 2018, s. 18).

Clik-baity bývají často provokativní a zavádějící, po jejich otevření bývá uživatel mnohdy zklamán obsahem, který se pod nimi skrývá. Této metody často využívají bulvární média, ale také různé druhy inzerce apod. Setkat se s nimi můžeme v prostředí sociálních sítí, ale i na některých zpravodajských serverech. Tématy bývají zaručené návody na hubnutí, recepty, nejrůznější vychytávky a mohou mít i choulostivý obsah (Urban Dictionary 2015, online). Bývají formulovány jako: „*Zaručeně nejlepší návod jak..., Toto nikdo nečekal..., Udělejte ihned tuto jednoduchou věc a budete v bezpečí..., Muž udělal ... a neuvěříte, co se stalo pak, Dietologové ho nenávidí, muž zatočil s nadváhou tak, že...*“

1.3.1 Média

Média a mediální komunikace jsou neoddělitelnou součástí života společnosti. Každé lidské společenství usiluje o to, aby v něm probíhala výměna informací. V dnešní době mají média z tohoto důvodu stále významnější postavení (Burton a Jirák 2001, s. 14).

Pro tuto práci je zásadní pojetí médií jako prostředku, který spojuje dvě nebo více stran. Vnímáme je tak, že stojí mezi komunikátorem a adresátem a slouží k přenášení informací v různých formách a za různým účelem (Reifová 2004, s. 139).

Dělení médií

Samotná definice pojmu médium není úplně snadná. Jirák, Köpplová (2015, s. 32) rozlišují několik rovin, jak můžeme na tento pojem nahlížet. Tzv. **média primární** považují za nejzákladnější rovinu. Jedná se o soubor nástrojů, bez kterých by komunikace nemohla probíhat. Do této kategorie řadí přirozený jazyk a prostředky neverbální komunikace. Primární média jsou tedy základním komunikačním prostředkem, jsou vývojově nejstarší a slouží k interpersonální komunikaci (*pozn. autorky této práce: tyto autoři vymezují interpersonální komunikaci jako komunikaci mezi dvěma až třemi lidmi*). Nezbytné v této rovině je zachování jednoty místa a času.

Sekundární média se snaží překonávat omezení plynoucí z jednoty místa a času. Tato média umožňují komunikovat na větší vzdálenosti a umožňují sdělení zaznamenávat, aby co nejdéle vydržela, např. pro další generace. Patří sem tedy veškeré prostředky, které umožňují záznam sdělení, tedy obrázky, písmo, tisk, mechanické, analogové či digitální nahrávání, stejně tak prostředky umožňující přenos sdělení. Z dávných dob můžeme jmenovat posly, poštu, kouřové signály, bubnování, ale také telegraf, telefon a počítačové komunikační sítě. Sekundární média slouží tedy jako jakási technická podpora primárních médií, obě tyto kategorie podporují především interpersonální komunikaci.

Vznik **terciálních médií** byl dán především potřebou šířit sdělení mezi širší veřejnost, nejen mezi dvěma jednotlivci nebo jednotlivcem a menší skupinou. Můžeme sem řadit různá veřejná vystoupení, například divadlo nebo vybubnování sdělení. Modernizací společnosti vznikají masová média, což je zřejmě nejznámější pojetí médií, jak je vnímáme dnes. Patří sem periodický tisk, rozhlasové a televizní vysílání, film či jiné masově distribuované (hudební) nahrávky. Tato média již nemají interpersonální charakter, vnímáme je jako zespolečenštěné a deindividualizované.

Poslední, nejnovější, rovinu vymezují Jirák, Köpplová (2015, s. 33) jako **síťová (kvartární) média**, která zároveň slouží jako podpora interpersonální (e-mail, chat) i masové komunikace. Řadí sem portály tradičních masových médií, ryze internetové zpravodajské portály a vyhledávače.

Vývoj médií

Jak bylo výše uvedeno, k šíření informací jsou nezbytná různá média. Na tomto místě si stručně shrneme, jak se tato média vyvíjela.

Za první média můžeme považovat již nástěnné malby, které svým vznikem řadíme do doby přibližně třiceti tisíc let př. n. l. Jejich význam nejspíše zůstane navždy zahalen tajemstvími, ale je nesporné, že jsou nositeli informací, které chtěli jejich autoři z nějakého důvodu uchovat. Ve 4. století př. n. l. v Sumeru vzniklo klínové písmo, které sloužilo k zaznamenávání údajů podstatných pro správu říše, ale také informací pro poddané. Takto psaná sdělení byla škrábána rákosovým perem do hliněných destiček. Z důvodu křehkosti se jich příliš nedochovalo. Oblíbené v této době byly také stély, což byly na výšku postavené opracované kameny s vyrytými nápisy či obrazy. Sloužily jako forma zpravodajství a propagandy.

Římané vynalezli předchůdce periodického tisku, Acta Diurna. Jednalo se o každodenní oficiální veřejné záznamy, které byly vyražené do kamenné, kovové nebo dřevěné desky umístěné na veřejném místě. Postupem času přibývala oznámení o důležitých událostech, jako významná výročí, narozeniny, úmrtí a sňatky, zprávy o bitvách, v době císařství také císařské dekrety, ale také běžné zprávy o každodenním životě.

S rozpadem římské říše nastává úpadek psaného písma a antických psaných děl, ke změně dochází až v 9. století s nástupem Karla Velikého. Opisování starých děl a knihy celkově představovaly vrchol šíření vědomostí mezi gramotnými vrstvami. Mezi ostatní obyvatelstvo se informace šířily ústně (Gregor, Vejvodová 2018, s. 35-37).

V roce 1440 vynalezl Johannes Gutenberg knihtisk, čímž se mimo jiné otevřel prostor nejen tisku knih, ale také tištěným novinám. Tento milník bývá mnohými autory označován jako počátek novověku. Ruku v ruce s ní šel i rozvoj kultury a tzv. nadstavbových věd všeho druhu (Verner 2013, s. 10). První skutečně periodické noviny však vznikly až na začátku 17. století, v roce 1605 (Johann Carolus).

Další mediální revoluce přišla v 19. století s rozvojem masových médií. V roce 1810 Němec Friedrich König vynalezl parní rychlolis, na kterém se už o deset let později vyprodukovalo až 1500 výtisků za hodinu. Tato „novinová revoluce“ probíhala současně s průmyslovou revolucí, která jí poskytovala šíření tiskovin v krátkém čase na velké vzdálenosti. Kolem roku 1830 se začíná rozvíjet moderní bulvár neboli halířový tisk, který obsahoval nejrůznější, zpravidla méně kvalitní, informace.

Významnou osobností 19. století v oblasti médií byl William Thomas Stead, který se zasloužil o rozvoj investigativní žurnalistiky. Bojoval proti dětské prostituci, přičinil se o vznik zákona na ochranu žen a mimo jiné upozorňoval na to, že média nemusí mít pouze informační roli, ale mohou sloužit také k ovlivňování veřejného mínění i celých vlád. V této době již pronikají do novin různé fotografie a obrázky, které novinám přidávají na popularitě.

Od první poloviny 20. století začínají novinám konkurovat rozhlasová vysílání a především televize, které nepřinášejí pouze informace, ale také zábavu.

Roku 1969 byla spuštěna počítačová síť ARPANET, která je považována za první zárodek internetu. Cílem této práce není zmapovat celý vývoj internetu, proto jen zmíníme, že původně byl internet využíván pouze na akademické půdě, kde skupinka nadšenců sestrojila zřejmě nejvlivnější vynález v lidské historii. Až později se internet rozšířil po celém světě (Gregor, Vejvodová 2018, s. 38-40).

Třídění a výběr informací v médiích (gatekeeping)

S rozvojem internetu souvisí neustávající proud stále nových a nových informací. Proto je v dnešní době nezbytné tento průtok informací regulovat. Proces, který se touto činností zabývá, se nazývá *gatekeeping*. *Gatekeeper* je pak člověk zodpovědný za selekci a kvalitu daného zpravodajství (Žantovský 2008, s. 72). V minulosti byl tímto termínem označován člověk, který byl „strážcem stavidla“, tedy člověk, který stavidla otevíral a zavíral, a tím reguloval stav vody.

Dnes je gatekeeper hlavní osobou v každém zpravodajském médiu. Dříve byla tato funkce označována pojmem editor. Na samotný výběr zpráv má vliv nejen osoba gatekeepera s jeho subjektivní složkou, ale také dlouhodobé zaměření daného média jako celku, požadavky majitele média, vztahy na pracovišti a samotní příjemci zpráv se svými preferencemi. Podle toho, jaké zprávy dané médium vybírá a také podle metod jejich prezentace můžeme zhodnotit úroveň a politickou orientaci daného sdělovacího prostředku (Žantovský 2008, s. 71).

V prostředí internetu gatekeepři, kteří by cenzurovali obsah, často chybí. Internet je proto v tomto ohledu daleko svobodnější, každý si může vytvořit webové stránky téměř s čímkoli, co neporušuje zákony země. Tato téměř neomezená svoboda projevu však klade vysoké požadavky na uživatele internetu, kteří se musejí naučit rozlišovat pravdivé a nepravdivé informace (Gregor, Vejvodová 2018, s. 41).

Vejvodová v rozhovoru pro iRozhlas.cz vyjadřuje odlišný názor. Domnívá se, že „*je to jen další veřejná platforma (internet), kde by nějaká regulace měla platit. Na ulici si taky nemůžete říkat a dělat cokoli, nesmíte se například projevat rasisticky. K regulacím prostě dochází už ze strany internetových společností, třeba Facebook si nastavil pravidla, která každý uživatel musí následovat, jinak přijde o účet.*“ Dále se domnívá, že regulací v tomto prostředí bude do budoucna přibývat. Důvodem jsou šířící se jevy, které poškozují demokracii a nabourávají její hodnoty. Navíc upozorňuje, že média (ve smyslu novin, zpravodajských serverů) cítí zodpovědnost za to, co dělají, a to by mělo platit i pro sociální sítě (Golís 2019, online).

1.4 Rizika v oblasti informací

S rozvojem společnosti roste také význam informací, jejich množství a zároveň se zjednodušuje jejich dostupnost. To s sebou přináší spoustu výhod, ale také určitá nebezpečí. Člověk totiž postupně ztrácí schopnost zvládat příliv informací, orientovat se v nich, zhodnotit je v souladu se svými potřebami a přiměřeně k tomu je využívat.

„*Žijeme v nadprodukcí poznatků, které už nemůžeme zkonsumovat.*“ (Čapek 1986) Tento citát v sobě zahrnuje fakt, že právě ono veliké množství informací člověk jako jedinec není schopen vstřebat a využít. Spolu s rozvojem společnosti, technologií a především internetu se objevuje riziko s tím spojené. Každý člověk na světě může totiž naprosto svobodně a anonymně šířit jakékoliv informace, tedy může být původcem sdělení/informace. Toto sdělení může být podložené, nepodložené, vzájemně se podporující, ale také naprosto protichůdné s jiným sdělením. Významnou a často zásadní roli zde hraje motivace původce sdělení. To vše klade zvýšené nároky na osobu příjemce informace v tom, zda je schopen rozlišit pravdu od fikce či dezinformace, tedy zda je schopen určit pravost informace.

V souvislosti s nepřehledným množstvím volně dostupných informací se ve společnosti stále častěji setkáváme s určitými společnými reakcemi/projevy lidí ve vztahu k těmto informacím:

- s celkově sníženým zájem o informace, způsobený právě jejich nadměrným množstvím a snadnou dostupností,
- s celkovou nedůvěrou vůči informacím nebo naopak nekritickým přijímáním informací, které jsou v souladu s názory jedince,
- s vyhledáváním a přijímáním zajímavých až senzačních informací, i přes jejich nízkou míru pravděpodobnosti
- s nerozlišováním důležitosti, funkce a významu jednotlivých informací (Mleziva 2004, s. 12).

V důsledku toho dochází obecně k devalvací pravdy, která je na straně jedné vnímána jako morální hodnota, na straně druhé je stále častěji zneužívána.

V souvislosti se zneužíváním informací se v současnosti často objevuje pojem *informační válka*. Když se řekne *válka*, vybaví se většině z nás boj. Dvě nebo více nepřátelených stran, které proti sobě bojují prostřednictvím vojáků, využívají nejrůznější zbraně, techniku a vojenské strategie. Tomuto pojetí boje říkáme konvenční. V současné době se však můžeme v médiích setkat s tzv. nekonvenčním pojetím boje. Sem řadíme právě informační válku. Neexistuje jednoznačná definice, co to informační válka vlastně je. Pro potřeby této práce postačí, když si pod tímto slovním spojením představíme boj, který neprobíhá v tradičním slova smyslu. Americké vojenské námořnictvo ji definuje jako „*konflikt, ve kterém informace je současně zdrojem, cílem i zbraní.*“ (Bellamy 2001, s. 234-241)

2 Nepravdivé informace, dezinformace a fake news

Informace obecně se šíří prostřednictvím nejrůznějších médií. Tato média jsou nositelem jak pravdivých informací, tak těch nepravdivých.

Dříve, než se vrhneme na vymezení nepravdivých informací, je nezbytné zmínit pojem *pravdivé informace*. Otázkou, co je pravda, se zabývá mnoho vědních oborů a oblastí, které disponují mnohými teoriemi. Proto samotné vymezení termínu pravdivé informace není jednoznačné a není ani stěžejním bodem této práce. Pro potřeby tohoto textu se spokojíme s konstatováním, že pravdivé informace jsou považovány za kvalitní informace a současně jsou protikladem k nepravdivým informacím. Vyjadřují tedy skutečný ověřitelný stav věcí. Z toho plyne, že znalost pravdy je nezbytná pro usvědčení nepravdy.

To, zda jsou informace kvalitní, bývá vyjádřeno nominálními znaky. Jejich absence snižuje hodnotu informací. Mezi tyto znaky patří podle Mlezivy (2004, s. 42-43):

- Validita, která vyjadřuje stupeň, ve kterém daná informace vystihuje skutečnost, k níž se vztahuje.
- Sdělnost, která v sobě zahrnuje jednoznačnost, přesnost vyjadřování, přehlednost, logiku a srozumitelnost s ohledem na potenciálního příjemce.
- Rozsah s ohledem na účel, kterého je žádoucí dosáhnout. Nedostatečný rozsah snižuje informační hodnotu sdělení, nadměrný rozsah snižuje přehlednost.
- Aktuálnost ve smyslu předčasného prezentování informace a následně jejího nenaplnění, nebo opožděné sdělení informace, kdy již došlo ke ztrátě její zajímavosti či nepravdivosti.
- Pravdivost, správnost, objektivnost, shoda se skutečností. Tento znak je zcela zásadní. V rámci tohoto kritéria rozlišujeme celou stupnici dle míry pravdivosti. Dle této stupnice dělíme informace na pravdivé, pravděpodobné, hypotetické, neprokazatelné, pochybné, mylné/chybné, zavádějící/zamlžující, klamné.
- Ověřitelnost pravdivosti a platnosti má vzhledem k časové náročnosti svoji roli především u zvláště významných informací.

K těmto základním znakům přidává Mleziva ještě jakousi nadstavbu, do které zahrnuje kulturní úroveň podání, estetickou působivost a úroveň vyjadřování.

Ne vždy je však možné o konkrétní informaci říct, že je jednoznačně pravdivá či nepravdivá. Pro tyto případy existuje stupnice pravdivosti, kterou jsme si uvedli výše.

V souvislosti s nepravdivými informacemi se setkáváme s mnoha dalšími souvisejícími pojmy. Mezi jedny z nejznámějších patří *dezinformace* a *fake news*. Oba pojmy znamenají prakticky totéž, proto jsou v textu používány jako synonyma. Rozdíl mezi nimi je v tom, že termín *fake news* je modernější, novější (Gregor, Vejvodová 2018, s. 8).

„*Dezinformace je úmyslně zkreslená nebo nepravdivá informace podsunutá protivníkovi, aby účelově změnila jeho jednání.*“ (Verner 2011, s. 16) Ačkoliv tato definice pracuje pouze s pojmem *dezinformace*, je platná i v případě již zmíněných *fake news*. Jejich posláním je tedy ovlivnit a zmanipulovat příjemce. Mohou být cíleny na nějakou konkrétní cílovou skupinu, ale také na širokou veřejnost. Zásadním společným znakem je to, že jsou záměrně nepravdivé. Pokud původce šíří tyto informace omylem, z neznalosti nebo nevědomě, o *dezinformace* se nejedná. Takto nezáměrně šířené informace nazýváme *misinformace*, *fámy*, případně *městské legendy/urban legends*. O těchto pojmech se zmíníme dále v textu.

V dřívějších dobách sloužily k jejich šíření především noviny, rozhlas či televize, v současnosti zaujímá hlavní postavení internet, konkrétně *dezinformační weby* a *sociální sítě*. Díky nim je rychlost šíření informací podstatně rychlejší a především rozsáhlejší.

Původci *dezinformací* bývají často instituce a společenské systémy, ale také jednotlivci. Často se s nimi setkáváme ve zpravodajství, politice, žurnalistice, propagandě i v reklamě. *Dezinformace* mívá formu sdělení a svou rafinovaností a sugestivními účinky může předčít paralelní pravdivou informaci (Mleziva 2000, s. 56).

2.1 Vymezení pojmů *dezinformace* a *fake news*

„*Dezinformace – úmyslně nesprávná či zkreslená → informace* tajně implantovaná do informační soustavy oponenta se záměrem ovlivnit žádoucím směrem jeho aktivity (názory). Tradičně je **d.** jedním z nástrojů tzv. černé → *propagandy*. **D.** jsou nadřazovány též pojmy psychologická válka, aktivní zpravodajské opatření, vlivová politika, strategický klam.“ (Reifová 2004, s. 45)

Jak již bylo uvedeno výše, *fake news* bývají často považovány za modernější pojmenování *dezinformací*. Samotný pojem bývá používán jak pro lživé a nepravdivé zprávy, tak pro označení samotné žurnalistiky, která je založena na úmyslném šíření nepravdivých informací prostřednictvím masových médií. Tento termín se rozšířil mezi širokou veřejnost především v souvislosti s nástupem amerického prezidenta Donalda Trumpa v roce 2016,

který řadu informací, které o něm novináři napsali, označil za tzv. fake news (Kopecký 2017, online).

S dezinformacemi (fake news) se setkáváme v médiích každý den. Jejich šíření pomáhá internet a sociální sítě. Běžně se můžeme setkat se zveřejňováním různých skandálů, senzací, zločinů, podvodů, detailů ze života známých osobností. Autoři tohoto druhu zpráv často neřeší principy etiky, překrucují realitu nebo si vymýšlejí. Předpokladem úspěchu je co nejvíce zapůsobit na emoce potenciálních čtenářů. Pod vlivem emocí si totiž často neověřujeme zdroje a často dezinformaci považujeme za pravdu. Ondřej Höppner (2007), bývalý šéfredaktor týdeníku Spy, se domnívá, že tento druh zpráv se objevil proto, že lidi přestalo bavit číst o všedních informacích. To potvrzuje i fakt, že nejčtenějším deníkem v ČR je bulvární Blesk.

V současné době se však nesetkáváme s dezinformacemi jen v bulvárních médiích. Dnešní svět čelí daleko nebezpečnějším a dalekosáhlejším dezinformačním hrozbám. Dezinformace často šíří strach, nenávisť, využívají stereotypy a generalizování a podporují extremistické tendence ve společnosti (Gregor, Vejvodová 2018, s. 46-47). Mezi tyto hrozby můžeme řadit například informační války, o kterých bylo pojednáno výše.

Ministerstvo vnitra České republiky spatřuje nebezpečí dezinformací v tom, že *„dezinformační obsah nepodkopává autoritu např. jednoho konkrétního politika nebo politické strany, ale často způsobuje nedůvěru vůči médiím jako takovým, vůči politickému systému či samotné demokracii. Navíc vzbuzují apatii, jelikož šíří myšlenku, že „věřit se nedá ničemu“ a „dělat s tím nejde nic“, protože všechno mají v rukou všemocné šedé eminence.“* (Ministerstvo vnitra ČR, online)

Obecně můžeme dezinformace dělit na aktivní a pasivní. Aktivní dezinformace znamená vytváření nepravdivých informací, modifikaci původních informací a jejich šíření. U pasivních dezinformací mluvíme o zatajování, zpoždování či bránění v přístupu k informacím.

Dezinformace je tedy jedním z nástrojů psychologické manipulace veřejnosti a hrála velkou roli ve všech politických režimech, byla vyhledávaným nástrojem domácí i zahraniční politiky.

2.2 Historie dezinformací/fake news

Pokud bychom na dezinformace nahlíželi jako na jeden ze způsobů klamání, museli bychom se v dějinách vrátit až k samotnému vzniku života na Zemi. Již zvířata ve snaze přežít používala nejrůznější druhy klamavých chování na bázi vrozených instinktů. O záměrném klamání můžeme hovořit až s rozvojem intelektu a v počátcích bylo jeho hlavním cílem přežít. Právě s rozvojem intelektu se začal měnit i původní záměr, kterého lidstvo chtělo klamáním dosáhnout. Od prvotního instinktu přežít až k získání nějaké výhody, prospěchu, ovlivnění či poškození někoho druhého, podmanění a manipulaci (Mleziva 2000). Mapování této dávné historie není smyslem této práce, proto se přesuneme až k historii, která se váže k samotnému vzniku pojmu dezinformace.

Samotný pojem *dezinformace* je poměrně mladý, činnosti s ním spojované jsou však staré jako lidstvo samo. Tyto aktivity byly používány vojevůdci, vládci, generály a mnohými dalšími osobnostmi napříč historií, špióny, agenty a vyzvědači. Jejich smyslem bylo získat výhodu ve válce nebo politickém boji, poškodit druhou stranu. V dřívějších dobách se tyto „dezinformace“ (i když se jim tak v té době ještě neříkalo) šířily v řádu týdnů, měsíců, často i let. Jak uvádí Gregor, Vejvodová (2018, s. 9), „až s rozvojem masmédií a zejména pak online sociálních sítí se dezinformace staly takřka zbraní hromadného ničení.“

Existuje více verzí toho, jak pojem dezinformace vznikl. Gregor, Vejvodová (2018, s. 9-10) píše o tom, že původ pojmu nalezneme v ruském slově *dezinformatsiya*. První zmínka o něm je z roku 1923, kdy v rámci ruské tajné policie a zpravodajské služby vzniklo speciální oddělení, jehož úkolem bylo šířit dezinformace v rámci zpravodajských operací. V Sovětském svazu se jednalo o poměrně propracovanou disciplínu, která zahrnovala aktivity, jejichž cílem bylo ovlivnit rozhodovací procesy v cizích státech. Od padesátých let se s tímto pojmem setkáváme také v anglojazyčných zemích, až do osmdesátých let bylo jeho užívání omezeno pouze na zpravodajskou komunitu. Jeho užívání v oblasti médií a rozšíření mezi širokou veřejnost je fenoménem až posledních let.

Oproti tomu Bittman (2000, s. 95) uvádí, že termín dezinformace je německého původu a Německo bylo také první zemí, která v době první světové války založila dezinformační obor, jehož úkolem bylo systematicky klamat. Až později podle něj tento koncept získal velkou popularitu v komunistickém Rusku.

Rozsáhlé dezinformační kampaně provázely obě světové války a velkou měrou se uplatňovaly během Studené války, ve které sehrály významnou roli zpravodajské služby států

Varšavské smlouvy, včetně Československa. Mezi nejznámější historické příklady dezinformací patří vylovení v Normandii v roce 1944, dále zpráva, že nemoc AIDS vyvinuli pro vojenské účely vědci v USA (operace Infektion, konec 80. let 20. století) či údajné objevení beden s nacistickými materiály na dně Černého jezera v roce 1964 (operace Neptun). Dezinformační kampaně významně ovlivnily rozhodování o okupaci Československa roku 1938 (1939) i roku 1968, stejně tak československý převrat roku 1989 (Reifová 2004, s. 45).

2.3 Využití dezinformací/fake news

2.3.1 Propaganda

Vymezení pojmu

„Propaganda je cílevědomé šíření ideologických podnětů informativní, regulativní a stimulativní povahy, jehož cílem je dosažení jednání ve shodě s šířenou ideologií.“ (Verner 2011, s. 17)

„Záměrný a systematický pokus ovlivňovat chápání, manipulovat smýšlením a bezprostředním jednáním lidí s cílem dosáhnout reakce, které budou shodné se záměry propagátora. Nejčastěji se užívá ve smyslu politické propagandy.“ (Žantovský 2008, s. 115)

Verner (2011) uvádí, že na rozdíl od reklamy, která chce mít jen ekonomický prospěch ze svého působení, propaganda chce člověka plně ovládnout, podřídit si ho, a tím i usměrnit jeho svobodu myšlení i jednání. Určující pro ni jsou dvě složky, záměr a manipulace. Dále také ovlivňování iracionálními prostředky, souhlas obětí propagandy s jejími cíli, sociální aspekt ovlivňování a dezinformace jako běžný prostředek jejího působení.

Významnou součástí moderní propagandy je využívání nejrůznějších druhů masových médií, kterými jsou plakáty, filmy, rádiové vysílání, televizní programy, inzeráty, fotografie, noviny a časopisy, knihy, počítačové techniky. Propaganda je velice důležitým vnitropolitickým i zahraničněpolitickým faktorem, protože ovlivňuje veřejné mínění, které je považováno za zdroj moci. Názory a postoje jednotlivců jsou často v rozporu a vzájemně si odporují. Lidské chování a rozhodování je ovlivňováno nejen intelektuálními, ale i emocionálními procesy, s čímž moderní propaganda dokáže úspěšně pracovat (Bittman 2000, s. 81).

Její působení, ovlivňování lidí i vliv na společnost jsou obecně známy, ale i přesto jsou stále podceňovány. Obecně platí pravidlo, že nejlepší propagandistické poselství je to, které

jako propaganda vůbec nevypadá. Takové poselství bývá často nepřesné či zavádějící, bývá přejímáno různými médii, mnohdy bez ověření nebo kontroly a pracují s ním nejrůznější autority, jako například rodiče, učitelé, politici, elitní novináři nebo komentátoři. A tak dochází k tomu, že opakovaná nepravda se stává pomalu, ale jistě jen obtížně zpochybnitelnou skutečností (Ftorek 2017, s. 88).

V mnohém se charakteristiky propagandy a dezinformací překrývají. Je tomu tak proto, že propaganda velice často využívá k dosahování svých cílů právě dezinformací. Podle Vejvodové, Gregora (2018, s. 92-93) není smyslem propagandy, abychom uvěřili každé dezinformaci. Jejím cílem je vnuknout lidem (skrytě) nějakou širší agendu a tím změnit jejich celkový postoj. Příkladem může být množství dezinformací šířících se v souvislosti s Evropskou unií, respektive s cílem jejího negativního vnímání, což se pak může odrazit například ve volbách.

Není tomu tak ale vždy, proto je nutné vymezit si druhy, na které se propaganda dělí. Toto dělení vychází především z toho, zda je možné určit její zdroj.

Druhy propagandy

Rozlišujeme bílou, někdy označovanou jako oficiální propagandu, černou propagandu a šedou propagandu. V případě **bílé propagandy** jde o akceptovanou legální činnost. Její příjemci znají identitu propagandisty, jeho cíle a politické zaměření a mají možnost hodnotit případnou jednostrannost předkládaných informací (Bittman 2000, s. 82). K tomuto druhu řadíme především podporu image státu a je prakticky totožná s pojmem *public relations*. Využívá zpravidla objektivní informace, kterými usiluje o ovlivňování veřejného mínění, mobilizaci obyvatelstva nebo k propagaci hnutí či aktivity. Soudobým příkladem jsou například kampaně nabádající k očkování (Gregor, Vejvodová 2018, s. 15).

Černá propaganda čili propagandistická dezinformace si klade za cíl ovlivnit a oklamat širokou veřejnost. Obvykle pochází z jiné země a usiluje o to, aby nebyla odhalena identita jejího původce. Nejčastějšími producenty těchto zpráv jsou zpravodajské služby, tajné a polotajné politické spolky a teroristické organizace. Repertoár černé propagandy je široký. Zahrnuje padělky vládních dokumentů s kompromitujícím obsahem, šíření nepravdivých zpráv „septandou“, podsouvání falešných zpráv tisku a jejich šíření prostřednictvím internetu i dalších médií, publikování článků a knih pod cizím jménem (Bittman 2000, s. 83). Jejím cílem je diskreditace a oslabení druhé strany, případně útok na její pověst. Konkrétním

příkladem může být množství dezinformací, které vznikly v souvislosti s americkými prezidentskými volbami v roce 2016. Mezi jedny z nejbizarnějších patří, že Hillary Clintonová je příslušnicí rasy ještěřích lidí nebo že adoptovala malého mimozemšťana (Gregor, Vejvodová 2018, s. 15).

Šedá propaganda v sobě zahrnuje prvky jak černé, tak i bílé propagandy. Propagandistický zdroj může, ale nemusí být správně identifikován, pravdivost informací je však vždy nejistá. Užívají ji různé společnosti, které manipulují se svými statistickými daty ve výročních zprávách, zveličují své úspěchy (Bittman 2000, s. 86). Tento druh působí jako neutrální až pozitivní, často využívá argumenty, které stojí na pravdivých základech, ale není možné je spolehlivě ověřit a určit originální zdroj (Gregor, Vejvodová 2018, s. 16).

Bittman (2000, s. 96) tvrdí, že propaganda a dezinformace jsou mezi lidmi úspěšné tehdy, utvrzují-li je v jejich názorech.

2.3.2 Manipulace

Vymezení pojmu

„Manipulace je ovlivňování mysli, někdy zřejmé, ale především různou mírou skryté, které vede k naplnění propagačních a propagandistických cílů.“ (Verner 2011, s. 17)

Z výše uvedené definice vyplývá, že manipulace je jedním z prostředků propagandy. Současně se jí využívána také v oblasti dezinformací. Manipuluje-li s námi někdo, snaží se nás oklamat, rozhodovat za nás a brání nám ve vytvoření vlastního názoru.

Klapetek (2008, s. 185) se o manipulaci vyjadřuje takto. *„Manipulace slovem patří k zvlášť rafinovaným, protože slovo nezanechává stopy, slovo je šířitelné libovolně daleko, celkem nic nestojí a je možno jich vyprodukovat tolik, kolik je třeba. Cílem manipulace člověkem je to, aby sloužil cíli, který určuje manipulátor. Manipulace spočívá tedy již v tom, že někdo vydává za pravdu a všelidský zájem něco, co je pouze jeho zájmem osobním, skupinovým, nacionálním nebo třídním.“*

S manipulací se můžeme setkat každý den, je známá odpradávná. Dnešní internetová doba vykazuje v souvislosti s manipulací jistá specifika, cíl ovšem zůstává stejný - změna názoru, chování, a to nejlépe tak, aby si to dotyční neuvědomili.

V prostředí internetu se s manipulací můžeme setkat na stejných platformách jako s dezinformacemi. Tedy na dezinformačních či alternativních serverech, ale také na sociálních

sítích apod. Z Analýzy manipulativních technik na vybraných českých serverech uskutečněné Gregorem, Vejvodovou (2016, online) z katedry politologie Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity vyplývá, že mezi nejčastější techniky patří fabulace, svalování viny, nálepkování, vyvolávání strachu a obecně hra s emocemi a manipulace s obrázky.

Techniky manipulace

Fabulovat znamená vymýšlet si, lhát. Není důležité, zda je událost vymyšlená úplně či jen částečně upravená. Nejznámějším druhem fabulace jsou konspirační teorie. Do skupiny fabulací spadá také selektivní výběr informací nebo tendenční použití statistik.

Nejjednodušší technikou, kterou někdy použil snad každý z nás, je **svalování viny**. Zvláště osoby, které mají nějakého sourozence, ji velice dobře znají. Je-li tato technika užitá v masovém měřítku, může mít daleko závažnější důsledky. Jako nejtragičtější příklad můžeme uvést genocidu. Principem této techniky je přesvědčit co největší množství lidí, že za společenské problémy může jedinec, instituce nebo organizace.

Technika **nálepkování** pracuje s generalizací. Charakteristické vlastnosti jednotlivce, často zesměšňující či ponižující, použijeme pro celou skupinu. V běžném životě se můžeme setkat s nálepkami typu „šprt“ nebo „flákač“. Tyto nálepky vznikají také na základě společenských stereotypů. Náš mozek si jejich prostřednictvím zjednodušuje okolní komplikovaný svět. Je důležité si uvědomit, že stejně jako stereotypy nebývají založené na pravdě, je tomu tak v mnoha případech i u nálepek. Podstatou nálepkování je opakovaně poškozovat a ponižovat osobu nebo skupinu osob s cílem odehnat od něj/nich dosavadní podporovatele. K často používaným nálepkám současnosti patří „sluníčkáři“, „havloid“, „lepšolidi“, ale také třeba „pražská kavárna“.

V oblasti manipulace tvoří svalování viny a nálepkování účinný tandem. Představuje jednoduché negativní rámování, které zkresluje a zobecňuje realitu, což tvoří chytlavou a snadno zapamatovatelnou kombinaci, která se rychle šíří.

Další manipulační technikou je **hra s emocemi**. Všechny druhy manipulací, včetně samotných dezinformací, cílí na naše city. Od strachu, nenávisti, pýchy, závisti, až po solidaritu a radost. Tyto praktiky v nás mají vyvolat obavy, a pokud již obavy máme, tak je ještě znásobit a utvrdit nás v nich. Působení na emoce nám často zabraňuje si informace ověřovat a přijímáme je jako fakt. Nejúčinnějšími technikami jsou ty, které cílí na náš strach. Prostřednictvím emotivně zabarvených zpráv se šíří historky o třetí světové válce, střetu

civilizací či islamizaci Evropy. Navíc bývají podloženy studiemi vytrženými z kontextu, názory neexistujících odborníků nebo důvěryhodných svědků a samozřejmě upravenými fotografiemi.

Obrázky ke zprávám neoddělitelně patří, proto se i ony stávají objektem manipulace. Přítomnost obrázku sice není podmínkou, ale je zpestřením. Zpráva doprovázená obrázkem čtenáře jistě zaujme více než prostý text. **Manipulace s obrázky** není záležitostí pouze dnešní doby. Již u analogových fotografií bylo možné upravovat rozlišení a jas, nebo se kolorovaly. Ve spojení s obrázky dnes rozlišujeme tři nejčastější způsoby manipulace. Jsou jimi chybné vyložení souvislostí, manipulace subjektem před zachycením okamžiku a manipulace po vzniku fotografie (digitální úprava).

a) Chybné vyložení souvislostí

S touto technikou se často setkáváme v prostředí internetu. V praxi to funguje tak, že virtuálním prostředím se šíří zpráva (dezinformace), která má pochybný zdroj (nebo jej nemá vůbec) a je doprovázena fotografií, která má potvrdit její pravdivost. Tato fotografie je však vytržená z kontextu. Ve skutečnosti se sdílenou informací vůbec nesouvisí, zachycuje jinou situaci, jiné místo, může být z jiné doby. Je „zrecyklována“ pro aktuální potřeby autora zprávy. Této praktiky je často užíváno například v souvislosti s migrační krizí.

b) Manipulace subjektu před zachycením

V tomto případě se pracuje s perspektivou, nadhledem a podhledem, s intenzitou světla apod. Tím dochází k porušování základního pravidla fotožurnalistiky - nezasahovat do scénérie a zobrazovat reálný stav.

c) Manipulace po vzniku fotografie

Tato technika se neustále rozvíjí spolu s rozvojem technologií. Úprava fotografií je stále dostupnější a snazší. Umožňují ji běžně dostupné programy a aplikace, které jsou mnohdy volně ke stažení na internetu, případně dostupné online, tedy bez nutnosti instalace programu. Může jít o prosté použití filtrů pro úpravu barevného ladění fotografie, retušování nejrůznějších kosmetických vad i komplikované fotomontáže. To, zda provedená úprava bude rozpoznatelná na první pohled, záleží na schopnostech a talentu jejího tvůrce. Ani v tomto případě se nejedná o zcela novou technologii, pouze došlo k jejímu rozšíření a zpřístupnění široké veřejnosti (Gregor, Vejvodová 2016, 2018).

Výše popsané techniky jsou využitelné i v případě manipulace s videozáznamy.

2.4 Druhy dezinformací a nepravdivých informací

V této části je důležité připomenout, že nepravdivá informace neznámá totéž, co dezinformace. Za dezinformaci považujeme záměrně nepravdivé sdělení, zatímco nepravdivá informace může vzniknout i bez úmyslu klamat. Zásadní rozdíl mezi těmito pojmy tkví v záměru tvůrce sdělení.

2.4.1 Druhy dezinformací

Hoax

Tento pojem pochází z anglického jazyka, odkud se rozšířil do celého světa. Ottův slovník naučný (1897, s. 415, online) jej definuje jako „*napálení, podvod, zvláště v bursovních manévrech.*“ Rok vydání tohoto slovníku a definice samotná napovídá, že se nejedná o hoax v dnešním pojetí, tedy internetový hoax, ale o jakýsi druh nekalé praktiky v oblasti obchodu. Své charakteristiky si však uchoval i do současnosti.

Verner (2011, s. 146) uvádí, že „*v překladu znamená anglické slovo hoax falešnou zprávu, mystifikaci, podvod, poplašnou zprávu, výmysl, kanadský žertík či novinářskou kachnu.*“

Jedná se tedy o poplašné, často řetězové zprávy, které obsahují směsici pravd, polopravd a vymyšlených lží. Šíří se prostřednictvím sociálních sítí nebo e-mailu a nabádají příjemce k jejich dalšímu rozeslání či sdílení. Kromě toho, že většinu uživatelů obtěžují, mohou obsahovat nebezpečné rady, poškozovat pověst jednotlivce či skupiny, případně zneužívat osobní údaje uživatelů. Při přeposlání hoaxu lidé často nemažou předchozí příjemce zprávy, což způsobuje, že se prostředím internetu pohybuje stále rostoucí seznam e-mailových adres. Tím se zvyšuje riziko jejich zneužití nebo šíření počítačových virů (Gregor, Vejvodová 2018, s. 45). Cílem hoaxů je získání e-mailových adres, případně vylákání peněz na neidentifikovatelná konta. Nezřídka se setkáváme s poplašnými zprávami, které využívají zdánlivě autentické fotografie, které svým obsahem cílí na lidské emoce, jako jsou strach, soucit apod. K šíření se snaží přimět uživatele zdáním důležitosti a naléhavosti, přinášejí mu šokující informace, varují jej před nebezpečím nebo žádají o naléhavou pomoc. Často se odvolávají na důvěryhodné zdroje, kterými mohou být nejrůznější odborníci, světové společnosti či organizace. Můžeme se také setkat s hoaxy, které se týkají údajného úniku přísně tajných informací, které se média či jiné instituce snažily zamlčet. Hoaxem může být

také původně pravdivá zpráva nebo prosba o pomoc, která již dnes není aktuální (Hoax.cz 2019, online).

S pojmem hoax bývá mnohdy zaměňován pojem *řetězový email*. Rozdíl mezi těmito jevy je často sporný, zpravidla však lze říci, že hoax je kolující nesmysl či lež, zatímco řetězová zpráva/e-mail mívá často humorný charakter a zakládá se na pravdě.

Konspirační teorie

Konspirační teorie jsou vykonstruované příběhy o spiknutí, jejichž podstatou bývá přesvědčení, že naše životy jsou ovládány někým jiným nebo že nám někdo o určitých událostech lže. Cílem tohoto počínání je získání moci, zbohatnutí, snížení porodnosti apod.

Lidskou přirozeností je snaha hledat vzorce v okolním světě. V situacích, pro které nejsme schopni najít uspokojující vysvětlení, vymýšlíme vlastní vzorce, případně připouštíme existenci nadpřirozena. Lidé věřící konspiračním teoriím vidí v okolním světě spoustu důkazů o spiknutí či existenci nějaké tajné organizace, která za vším stojí. Tato potřeba „pravdy“ či porozumění věcem a situacím není podmíněna inteligencí - obliba těchto teorií není vždy známkou nedostatku rozumu. Jde o neochotu přijmout realitu v celé její šíři, případně o pohodlnost a neochotu o věcech přemýšlet a ověřovat si argumenty a fakta (Wurmová 2015, online).

Gregor, Vejvodová (2018, s. 50) zmiňují, že konspirační teorie dávají lidem pocit jakési výjimečnosti. Ti, kdo jim věří, jsou přesvědčeni, že odhalili skutečnou a pracně utajovanou pravdu, kterou zná jen úzký okruh vyvolených. Cítí se jedineční, protože rozumí fungování světa. Celkově lze říci, že je jednodušší věřit tomu, že za naše problémy může někdo jiný a že jsme ovládáni někým druhým, než si přiznat vlastní chybu.

Mezi nejznámější patří tvrzení o fingoaném přistání Američanů na Měsíci, o útocích 11. září zosnovaných americkou vládou, o řízení světa Illumináty a Svobodnými zednáři, o zavraždění princezny Diany britskou tajnou službou MI 5 apod.

K šíření konspiračních teorií přispívá jejich společenská tolerance, silná medializace, ale také jejich obliba ve filmovém i knižním průmyslu. Na těchto teoriích jsou vystavěny knihy Dana Browna, které byly později zfilmované. Dalším známým příkladem může být kultovní seriál Akta X. Také v každodenním televizním vysílání a na internetu nalezneme velké množství pořadů, které z konspiračních teorií čerpají.

Konspirační teorie vytváří něco jako „alternativní realitu“. Většinou stojí proti oficiálním tvrzením, která mají ve svých argumentech určité mezery. Tyto mezery pak tvoří živnou půdu pro všechny konspirační teoretiky, kteří je vyplňují nejrůznějšími kreativními teoriemi, a tím naleptávají víru společnosti v určité autority. Dle serveru Manipulátoři.cz nahlíží akademická obec na konspirační teoretiky často povýšeně a bez zájmu, čímž je utvrzuje v přesvědčení, že se oficiální místa snaží tímto postojem zastřít „skutečná fakta“ (Mareš 2018, online).

Stále častěji se setkáváme s tím, že jsou tyto teorie užívány moderní propagandou. Podkopávají oficiální autority, poštvávají lidi proti sobě a vzbuzují v nich pocit nejistoty. Aby byly opravdu úspěšné, musí být důvěryhodné. K tomu slouží upravené fotografie, videa, fake news a další (Gregor, Vejvodová 2018).

Lidé přesvědčení o pravdivosti konspiračních teorií se často obklopují lidmi s podobnými názory. V souvislosti s tím hovoříme o tzv. *teorii sociálních bublin*, které Kopecký (In Řeřichová 2016) vymezuje v prostředí sociálních sítí. Ty svým uživatelům nabízejí informace tzv. personalizovaným způsobem, pomocí internetových algoritmů, což jsou mechanismy využívané ke sledování našeho chování v prostředí internetu. V důsledku toho jsou každému uživateli nabízeny jiné digitální informace podle toho, co ho zajímá a jaké jsou jeho hodnotové, kulturní či politické orientace. Ukazují mu tedy pouze to, co chce vidět, a skrývají informace, které jsou v rozporu s uživatelskými názory a zájmy. Je to dáno tím, že uživatel, který bude obklopen informacemi, které se mu líbí a zajímají ho, se bude do prostředí sociální sítě vracet spíše, čímž zvětší zisk daného provozovatele konkrétní služby.

V této problematice existuje jistá terminologická nejednotnost. Výše popsáný jev je v publikaci Gregora, Vejvodové (2018, s. 112-119) nazýván pojmem *informační bubliny*. Podle těchto autorů mají sociální a informační bubliny mnohé společné, obě slouží mimo jiné k úspěšnému šíření dezinformací. Informační bubliny chápou spíše ve vztahu k využívání sociálních sítí a internetu a jimi zobrazovaných obsahů uživateli na míru, s čímž souvisí potlačování názorů, které jsou v rozporu s naší preferencí. V souvislosti s tím hovoří o „intelektuální izolaci“, která slouží jako podhoubí pro šíření dezinformací. Stejní autoři uvádí, že na rozdíl od informačních bublin jsou sociální bubliny staré jako společnost sama. Popisují je jako jakési neviditelné nepropustné hranice mezi společenskými vrstvami, které se oddělují kulturně, sociálně nebo politicky. Tyto bubliny brání oboustranné výměně informací a vedou k mylnému přesvědčení, že naše okolí reprezentuje celé společenské spektrum.

V reálném i virtuálním světě je pro každého člověka přirozené obklopovat se lidmi, se kterými si rozumí, sdílí s nimi podobné názory a nazírání na svět. Stejně tak preferujeme určitý druh médií, ať už televizních nebo tištěných.

iRozhlas.cz na svém webu uvádí tři důvody, proč je sociálním sítím vyčítáno, že nás zavírají do sociálních bublin, kde slyšíme jen to, co už stejně víme. Prvním důvodem je, že si své kontakty volíme sami. Vlastním rozhodnutím se dostáváme do skupin, ve kterých mají všichni podobné zkušenosti a názory. Druhým důvodem je již výše zmíněný personalizovaný způsob zobrazování informací, při němž provozovatelé vytvářejí algoritmy, které nám nabízejí obsah podobný tomu, který nás již dříve zaujal. Třetím důvodem je schopnost člověka přikládat větší význam a důvěryhodnost tomu, co je ve shodě s našimi názory (Mazák 2017, online).

Řešením, jak se z těchto bublin vymanit, je v první řadě si jejich existenci uvědomit. Dalším krokem je otevřít se také jiným názorům než těm, se kterými se ztotožňujeme. Toho můžeme docílit tím, že začneme sledovat osobnosti či média s odlišnými názory.

Deep fakes

Zatímco termín fake news je ve společnosti poměrně rozšířený, v poslední době se stále častěji setkáváme s novým pojmem *deep fakes*.

Doslovně tento pojem znamená hluboké lži, které jsou postavené na zneužití umělé inteligence k podvodu. V praxi jde o realistické fotografie nebo videomontáže, které jsou možné díky pokroku ve strojovém učení. Zjednodušeně můžeme říci, že tvůrce deep fakes vloží do příslušné aplikace obrázky osoby, kterou chce „rozmluvit“, aplikace si zapamatuje mimiku její tváře a další typické projevy vybraného člověka, naučí se je věrohodně zpracovat a prezentovat. Autor takto vytvořeného videa může díky této aplikaci například nechat předního politika říkat věci, které ve skutečnosti nikdy neřekl.

Do povědomí veřejnosti se tento nový fenomén dostal v roce 2017 v souvislosti s pornografií. V pornografických snímcích se začaly objevovat obličejové celebrit, které byly jakoby „nasazené“ na těla pornoherců. Tvůrce první videomontáže, který se na internetu prezentoval pod přezdívkou Deepfakes, použil obličej herečky Gal Gadotové. Uvedl, že jeho klip vznikl na základě strojového učení. Vytrénoval neuronovou síť, která pak snímek po snímku nahradila původní tvář pornoherčky ve videu tváří celebrity. V reakci na toto video

se internetem začala šířit další falešná erotická videa známých osobností, která byla označována jako ukradená, což pomohlo jejich šíření a oblibě.

O tento fenomén se rychle začali zajímat další techničtí nadšenci, kteří jej postupně zdokonalovali. Začala se objevovat nejrůznější falešná videa ze světa celebrit, politiků apod. Lze předpokládat, že do budoucna by deep fakes mohly mít velmi závažné důsledky. Tato technologie je teprve v začátcích, ale odborníci se shodují, že v brzké době budou vznikat technicky dokonalá falešná videa, která už nepůjde odhalit. Stanou se tak mocnou zbraní v informační válce.

Na tuto hrozbu jako první upozornil americký komik Jordan Peele, který pomocí počítačového programu vytvořil falešné video s bývalým americkým prezidentem Barackem Obamou, který se na něm urážlivě vyjadřuje o svém nástupci Donaldu Trumpovi. Peele chtěl tímto videem přispět k tomu, aby lidé čerpali informace z věrohodných zdrojů (Golis 2019, online).

Samotná manipulace s videonahrávkami není nic nového. Příkladem může být Hollywood a dnes již kultovní film Forrest Gump, z novějších filmů Rychle a zběsile 7, kde hlavního hrdinu Paula Walkera, který v době natáčení tragicky zemřel, nahradil jiný herec, aniž by si toho divák všiml. Měnit videozáznamy je možné již celé desítky let. Hlavní rozdíl je v tom, že dříve to bylo časově a finančně náročné a dokázal to jen úzký okruh specialistů. S rozvojem technologií a nejrůznějších programů a aplikací se tyto „nevýhody“ začínají vytrácet a tento nebezpečný nástroj se dostává do rukou široké veřejnosti, což s sebou přináší spoustu rizik.

Deep fakes jsou tedy videomontáže tvořené s cílem klamat diváky, manipulovat jimi nebo je zkrátka jen pobavit. Diváci těchto videí mají uvěřit tomu, že postava ve videu dělá nebo říká něco, co ve skutečnosti nikdy nedělala nebo neřekla. Díky metodám umělé inteligence jsou tyto záběry čím dál sofistikovanější, dokonalejší. Situace, které jsou ve videomontážích často zobrazovány, jsou značně znepokojivé. Nejčastěji se setkáváme s umístováním nejrůznějších osobností do pornografických videí či politickými kandidáty, kteří ve videích říkají věci, které nikdy neřekli, v důsledku čehož může dojít například k manipulaci výsledků voleb. Objevují se ale také zábavné fotomontáže slavných osobností, které jsou vloženy do scén filmů, ve kterých ve skutečnosti nehráli. Některá videa jsou velice realistická, což může ovlivnit naše vnímání pravdy. Lidé mají obecně sklony věřit tomu, co

vidí na vlastní oči. Deep fakes mohou do budoucna podkopávat důvěru ve všechna videa, včetně těch skutečných (Villasenor 2019, online).

Někteří lidé i v dnešní době zpochybňují fakta o událostech, které se bezpochyby staly. Příkladem může být holocaust, nebo již zmíněné přistání na Měsíci a 11. září. O těchto událostech existují důkazy v podobě fotografií, videí a jiných reálií. Pokud lidé v souvislosti s deep fakes přestanou věřit i tomu, co na vlastní oči mohou vidět, problémy vztahující se k dezinformacím se pravděpodobně ještě mnohonásobně zhorší (CNN 2019, online).

Vejdovská předpokládá, že jedním z budoucích scénářů by mohlo být, že každé video nahrané na internet bude muset projít programem, který ověří jeho pravost (Golis 2019, online).

Tyto programy v současné době již vznikají. Výzkum vedený profesorem Siweim Lyuem z Univerzity v Albany ukázal, že výměna obličejů (umístění obličeje jedné osoby na hlavu jiné osoby) vytváří v obrazu videa nesrovnalosti v rozlišení, které lze identifikovat pomocí různých technik. Na tento výzkum navázala i řada dalších. V současnosti má v této oblasti významné postavení Agentura amerického ministerstva obrany pro pokročilé výzkumné projekty - DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency), která spolupracuje s několika nejvýznamnějšími světovými institucemi. Vznikají tak metody, které slouží k detekci digitálních manipulací, které jsou při tvorbě deep fakes používány (Villasenor 2019, online).

I přes existenci těchto programů lze předpokládat, že deep fakes budou naši společnost nadále významně ovlivňovat. Proto i zde, stejně jako u jiných forem dezinformací, je nesmírně důležitá osvěta široké veřejnosti.

2.4.2 Druhy nepravdivých informací

Misinformace

Tento druh informací se od výše zmíněných liší v tom, že vzniká chybou či omylem toho, kdo je šíří.

Na webu Ministerstva vnitra České republiky můžeme najít toto vysvětlení: *„Misinformace je nesprávná nebo zavádějící informace, která není šířena ani systematicky, ani úmyslně s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří ji přijímají. Ačkoliv se jedná o neutrální jev, mohou misinformace v případech, kdy jsou šířeny ve velkém rozsahu a bez*

náležitě opravy, vést ke stejnému výsledku, jako dezinformace – tedy k přijetí rozhodnutí nebo osvojení názorů na základě nepravdivých informací.“ (Ministerstvo vnitra ČR, online)

Fáma

Dalším souvisejícím pojmem je fáma. Podle Kapferera (1992, s. 6) slovo fáma vyvolává ve veřejnosti představu záhadného, téměř magického jevu. Ve své publikaci *Fáma – nejstarší médium světa* uvádí, že i ve slovnících se můžeme setkat s různorodými slovními spojeními, která se k tomuto pojmu vztahují: fáma běží, koluje, šíří se, objevuje se. Působení tohoto pojmu na lidi se podle něj v mnohém podobá hypnóze: fascinuje, podmaňuje, svádí. Z jeho knihy však vyplývá, že toto pojetí fámy je naprosto mylné.

Ve Slovníku mediální komunikace (Reifová 2004, s. 62-63) se dočteme, že *„fáma je původně ústně předávané sdělení; odvozeno od Famy: antická bohyně pomluv a přímlov, Vergilius ji popsal jako obludu s velkým počtem očí, uší a jazyků.“* Jako druhý význam uvádí, že fáma je *„zvěst, nezaručená zpráva tváříci se pravdivě, ústně šířená informace, povídačka, vyprávěnka.“* Definice dalších autorů jsou dosti podobné. V některých se můžeme setkat ještě s tím, že se fámy vztahují k aktuálnímu dění ve společnosti a že se jedná o sdělení, kterým se má věřit. Odlišný názor má Shibutani (In Kapferer 1992), který fámou chápe jako kolektivní dílo, jež má dát nevysvětlitelným jevům nějaký smysl.

Fámou tedy označujeme vznik a šíření takových informací, které ještě nebyly veřejně potvrzeny nebo popřeny z oficiálních zdrojů. Důvodem může být to, že fáma oficiální zdroje předběhla nebo že je v rozporu s oficiální verzí. Strukturálním znakem fám je pak jejich neustálá aktualizace. Časté také je, že fámy vznikají špatnou interpretací sdělení, tedy z rozdílu mezi tím, co bylo řečeno, a tím, jak to bylo pochopeno. To, zda fámě uvěříme a budeme ji dále šířit, je ovlivněno jejím obsahem i osobností toho, kdo nám ji sděluje. Tato osoba, jí ve většině případů věří a ztotožňuje se s ní. To je také důvod, proč ji šíří dál. Vycítili, že mu jeho posluchači nevěří, sáhne k argumentu nejvyšší autority. Touto autoritou může být expert z oboru, přímý svědek dané události či přímo její strůjce, případně osoba, o jejíž kompetenci nemůže být pochyb (Kapferer, 1992).

Fáma není druhem dezinformace ani lži, ale nezávazná či téměř závazná řeč, ve smyslu výsledku každodenních konverzací. Její vývoj byl nezávislý na vzniku písma, čímž se řadí k nejstarším hromadným sdělovacím prostředkům.

Městské legendy/urban legends

Pojem *městská legenda*, často užívaný v anglickém originále jako *urban legends*, je spojován s revolucí mezi etnografy. Někteří z nich totiž porušili dlouholeté tradice, kdy se sbíraly pohádky a legendy v ústním podání od starých lidí, a začali shromažďovat to, co si sdělují mladí lidé po hospodách, klubech a barech. V těchto vyprávěních hrály důležitou roli výrobky moderní masové kultury (automobily, televize, Coca-cola, apod.), proto se začal pro tento typ ústně šířené produkce prosazovat termín *moderní městská legenda*.

Pro snazší orientaci uvádíme stručný výčet rozdílů mezi legendou v tradičním pojetí a moderní legendou (Kapferer 1992, upraveno):

Legenda v tradičním pojetí	Moderní legenda
Hlavními postavami jsou světci a hrdinové.	Hlavními postavami jsou obyčejní lidé (anonymní, ale zasazení do přesně popsaného prostředí, aby byla možná projekce).
Odvolávají se na mytickou dobu, přichází z dávných dob.	Odvolávají se na nedávnou minulost.
Často obsahují zázrak nebo něco posvátného.	Odehrávají se v kontextu každodenního života.
Nezastírají, že nemají nic společného se skutečností, mají mýtický, vymyšlený charakter.	Chtějí, aby se jim věřilo. Prezентují se jako pravdivé příběhy, které se dotýčný dozvěděl od přítele a ten zase od jiného přítele.
Lze je okamžitě poznat.	Je obtížnější je identifikovat.

Termín *městská legenda*, často též *moderní městská legenda*, se řadí k novému typu folkloristického bádání. Jak uvádí Kapferer (1992, s. 235), jsou předmětem četných kritik, a to hned z několika příčin. Podle kritiků se nejedná o legendy a nejsou moderní ani městské. Většina těchto tzv. moderních legend má své mytické předchůdce, nejedná se tedy o příběhy nedávno vymyšlené, pouze nedávno zaznamenané. Dále tyto historky nepocházejí čistě z městského prostředí, ale kolují i mezi venkovským obyvatelstvem.

Američtí etnografové dospěli k závěru, že vyprávění městské legendy pochází většinou od přítele přítele (anglická zkratka FOAF - „friend of a friend“), což je jedním z hlavních rysů fám. Dalším společným znakem městských legend a fám je zdůrazňování

realismu, což činí vyprávění věrohodnějším. Na základě těchto podobností lze konstatovat, že městské legendy jsou jen jednou z forem fám (Kapferer 1992, s. 234-236).

2.5 Rozdělení dezinformací dle obsahu

Na základě témat, kterým se dezinformace nejčastěji věnují, se na tomto místě pokusíme o rozdělení do zobecňujících kategorií. U každé kategorie si uvedeme konkrétní příklady dezinformací, se kterými jsme se mohli a stále ještě můžeme v médiích, nejčastěji na internetu, setkat. Vybrané příklady dezinformace jsou čerpány z databáze webu Manipulátoři.cz, z Žebříčku českých neověřených článků Českého rozhlasu a z publikace *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Autorka této práce si uvědomuje, že tato klasifikace je pouze orientační a některé kategorie se mohou překrývat. Rovněž si je vědoma gramatických, stylistických a dalších chyb, které se v následujících příkladech vyskytují. Záměrně zde byly ponechány, aby ilustrovaly úroveň, v jaké se s nimi v prostředí internetu můžeme nezděravě setkat.

a) Zprávy popírající významné historické události:

- Titanic nikdy na žádný ledovec nenarazil. Jednalo se o největší pojišťovací podvod všech dob.
- Teorie zpochybňující události kolem smrti Adolfa Hitlera, Elvise Presleyho, Michaela Jacksona, J. F. Kennedyho a dalších známých osobností.
- Další vědecké důkazy: Jedenácté září je podvod na druhou. Letadla do Dvojčat nenarazila. Soud výpověď přijal. Fyzikální zákony mediální verzi „911“ vylučují.
- Silná rána pro USA: Přistání na Měsíci jsem natočil, byl to podvod, přiznal režisér Stanley Kubrick.

b) Zprávy s tematikou uprchlické krize:

- Budeme si vaše ženy odvádět jako sexuální otrokyně, je to naše právo! uvedl britský imám.
- Muslim přiznává: Cílem není uniknutí válce, ale islamizace Evropy.
- Do Německa jsou sváženy autobusy plné českých prostitutek pro uspokojení mladých utečenců.
- Muslimové stupňují požadavky na české školy: Chceme hidžáby, přestávky na modlení i modlitebny!

- Migranti přicházející do Evropy mají karty MasterCard plné peněz od OSN, EU a Sorose.

c) Zprávy týkající se zdraví:

- Ruský profesor: Cukrovka a rakovina jsou vymyšlené nemoci. Všechno je ve stravě. Peroxid vodíku – všelék? Věřit pohádkám, nebo zůstat v pasti?
- Norský losos je jedna z nejedovatějších potravin ve světě. Fakta, která překvapí.
- Bill Gates přiznal: Vakcíny mají snížit populaci.
- Velká rakovinová lež: Slunce smrtící melanomy nezpůsobuje, nýbrž léčí. Co mají společného Gisele Bündchen a slavný dermatolog? Nebojí se slunce, ale chemie. Tajná ingredience zdravého opálení na prázdninách.
- CHEMTRAILSOVÁ CHŘIPKA: UŽ JI MÁTE?
- Injekční stříkačka infikovaná HIV v tankovací pistoli na čerpacích stanicích.
- Pecky z ovoce, nejlépe meruňk, umí „zlikvidovat“ rakovinu.

d) Údajné výroky známých osobností:

- Papež František vychválil korán. Tak moc, až z toho mrazí.
- Karel Gott: Uprchlíci strkají před kameru děti, za nimi jdou mladí muži v moderních ohozech. Amerika nás chce držet ve strachu, abychom nerostli. Ilumináti nedovolí Trumpa.
- Karel IV.: „Muslimové, jež přijdou na české území, mohou zde žít a pobývat jako hosté, ale nesmí zde provádět náboženskou agitaci, nebo veřejně vyznávat víru.“
- Winston Churchill: „Fašisté budoucnosti budou sami sebe nazývat antifašisty.“
Zikmund Lucemburský: „Pomněte, že vaše malicherné spory jsou hloupé! Všichni křesťané, a i když můžeme mít na některé záležitosti svaté matky církve rozdílné názory, máme jednu společnou povinnost a tou je hájit Kristovu pravdu před machometány! (...) Stoupenci Alláha jsou největším nepřítelem naší víry. Tohle věděl už můj otec slavný císař Karel. A jeho jménem i svým vás prosím, braňte se společně proti Turkům.“
- Dominik Feri: „Radši v ČR 5 milionů islamistů než 5 milionů voličů Miloše Zemana.“

e) Zprávy původně šířené jako vtip/recese:

- EU chce zakázat Krtečka. Je černý a kope díry v zemi. „Rasistické, nekorektní,“ vykřikují úředníci.

- UPRCHLÍCI V PRAZE! Mají tu stanové městečko uprostřed hlavního města!!!!!! Jak je to možné???? Prý tu žádní nejsou!!!! TOTO JE PRAŽSKÁ NÁPLAVKA kde jsou UPRCHLÍCI!!!!!!!!!!
- EU požaduje po Česku, aby přejmenovalo Karlův most na Most Václava Havla.
- Z obchodů zmizí na měsíc maso i salámy. Můžou za to vegetariáni a vegani.
- Čeká češtinu revoluce? EU chce zrušit písmeno Ř! Prý kvůli zjednodušení.

f) Politicky zaměřené zprávy:

- Odvážný krok. Putin zakázal vstup do Ruska Rothschildům a bankovnímu kartelu NWO.
- Člověk musí být slepý, nebo úplný hlupák, aby si neuvědomil, že Rusko v Sýrii brání Evropu.
- Okamura v příspěvku na svém facebookovém profilu: „Evropská unie nyní přišla s návrhem na zákaz nožů! (...) To je opravdu už šílené. Evropská unie chce odzbrojit slušné občany. Nebudete si ani moci vyrazit s nožem na vandr či na houby.“
- Na pedofily se bude vztahovat ochrana v rámci Istanbulské úmluvy.

g) Ostatní:

- Facebook automaticky maže neaktivní členy skupin.
- Německý vanilkový cukr obsahuje vanilku, český jen sušenou příchut'.
- U dětského hřiště našli krysou, vážila přes deset kilo.
- Teorie, že Země je placatá.

(Manipulátoři.cz, online; iROZHLAS.cz, online; Gregor, Vejvodová 2018)

2.6 Šíření nepravdivých informací

V první kapitole této práce již bylo uvedeno, jakými způsoby a prostřednictvím kterých médií se informace šíří. Tytéž způsoby a média umožňují také šíření nepravdivých informací.

Významnou roli v produkci i distribuci informací v prostředí internetu hrají sociální sítě. Ty poskytují uživatelům prostor pro zveřejnění a šíření vlastního obsahu, ale také sdílení obsahu převzatého. Děti do tohoto prostředí vstupují zpravidla před dosažením povolené věkové hranice 13 let a stávají se aktivními konzumenty digitálního obsahu, ať v oblasti percepce či produkce informací všeho druhu (Kopecký In Řeřichová, 2016).

Riziko spočívá v tom, že tyto děti často nemají rozvinutou schopnost kritického myšlení, a proto přebírají a dále šíří neověřené a nepravdivé informace mezi další uživatele, zejména své vrstevníky. Tím se podílejí na šíření dezinformací ve formě nejrůznějších hoaxů, spamů či xenofobně a rasisticky zaměřených zpráv (Kopecký In Řeřichová, 2016).

Příčinou šíření nepravdivých informací může být i častá neznalost světových jazyků, a z toho plynoucí neschopnost dohledat původní, mnohdy zahraniční zdroj. Z dalších příčin můžeme jmenovat pohodlnost a lenost.

2.6.1 Alternativní a dezinformační weby

Vymezení pojmů

Obecně můžeme říci, že zdrojem alternativních informací jsou zejména média mimo hlavní proud (mainstream), názoroví vůdci, blízké osoby (rodina, přátelé) nebo důvěryhodní svědci daných událostí. Nejčastější informační alternativou jsou v dnešní době alternativní weby/servery. Vytvářejí prostor pro svobodnou občanskou debatu. Mainstreamová média (např. TV Nova, ČT, TV Prima, LN, Právo a další) ve většině případů nemohou plnit úlohu této alternativy. Důvodem je, že používají identické výchozí zdroje informací, kterými jsou nejčastěji Česká tisková kancelář, agentura Reuters, AP nebo AFP. Množství alternativních online zdrojů není dosud oficiální mocí a médiu hlavního proudu legitimizováno, proto není vnímáno jako důvěryhodné. Média hlavního proudu vlivem konkurenčních bojů zřetelně ztrácejí své dominantní postavení coby informační autority. V důsledku existence alternativy pak má každý možnost srovnání informačního obsahu, čímž mainstream ztrácí svoji důvěryhodnost a vliv, a tím roste vliv právě oné mediální alternativy (Ftorek 2017, s. 75).

Množství informací kolem nás má často na náš mozek zahlcující vliv. Alternativní a dezinformační weby přinášejí k velkému množství zpráv jejich alternativní vysvětlení, čím dochází k přesycení našeho uvažování a snížení naší schopnosti kriticky uvažovat. Všudypřítomnost dezinformací může způsobit, že jim nakonec uvěříme, i to, že nás otupí. Mnoho lidí proto rezignuje na hledání pravdy a volí jakousi „zlatou střední cestu“. Tento přístup může mnohé uklidnit, poskytnout jim pocit klidu, bezpečí a jistoty, a tím se stávají náchylnějšími vůči manipulaci. Pokud ke každému ověřenému faktu přidáme nepodloženou alternativní pravdu, naše původní přesvědčení založené na faktech se od pravdy odchýlí. Tím nás dezinformace matou a postupně nás odklání od našeho počátečního, na faktech založeného, přesvědčení. Frustrace, která plyne z velkého množství nejrůznějších

alternativních vysvětlení, neschopnost hledat pravdu a následná nedůvěra ve všechny informace mohou ústít až v apatii (Gregor, Vejvodová 2018, s. 86-89).

Často tyto alternativní weby a celkově alternativní média bývají chápána jako synonyma k dezinformačním webům/médiím. Toto vnímání je však dosti nepřesné a zjednodušené.

Kromě renomovaných zpravodajských serverů, které mají své gatekeepery (viz. výše), můžeme v prostředí internetu narazit na různé dezinformační weby. Pro ně je charakteristické, že podstatná část jejich obsahu je vystavěna na faktech, ke kterým se přidává vymyšlená či zkreslená „nadstavba“. Z důvodu tohoto faktického základu proto působí často věrohodně. Tyto weby hrají v šíření dezinformací významnou roli. Nabízejí „necenzurovanou pravdu“, pravdu, kterou se jinde nedočteme, odkazy na konspirační webové stránky nebo YouTube kanály, twitterové účty a blogy lidí, kteří rovněž znají pravdu. Nástrojem jejich sebe prezentace je očerňování tradičních médií, která obviňují z propagandy a cenzury.

Autoři článků jsou málokdy známí, častěji zůstávají anonymní a vystupují pouze pod přezdívkou. Typické je, že dezinformační servery od sebe navzájem články přebírají, čímž čtenáře přesvědčují o jejich pravdivosti. Stejně tak se autoři a komentátoři těchto článků objevují na více dezinformačních webech. Tyto weby preferují zahraniční témata před domácími. Často je velmi problematické zjistit, ze kterého webu dezinformace původně pochází, protože zde často není uveden zdroj, chybí citace nebo naopak odkazuje na zahraniční či domácí dezinformační servery nebo neexistující výzkumy a odborníky. Některé dezinformační servery se zbavují odpovědnosti za jimi produkováný obsah tím, že zveřejňují jen minimum autorského textu a daleko více přebírají články z jiných zdrojů (Krejčí 2017, online).

Informace z těchto webů pak často přebírají veřejně známé osobnosti či politici, kteří je sdílí na svých sociálních sítích, odkud se šíří mezi širokou veřejnost. Setkáváme se také s případy, kdy se takto šířená dezinformace dostane i do tradičních médií, kde může napáchat nemalé škody. Na rozdíl od dezinformačních webů však tato média ihned po zjištění, že jimi zveřejněná informace není pravdivá, vydají o této skutečnosti prohlášení. V běžné praxi tato opravná prohlášení nemívají příliš velký význam. Příkladem z praxe může být kauza Modrá velryba.

Konkrétní weby

Existenci dezinformačních webů potvrzuje Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby (BIS) za rok 2017. Jsou zmiňovány v souvislosti s ruskými vlivovými operacemi proti České republice a jejím zájmům. Z pohledu BIS jsou dezinformační weby jen jednou ze součástí systému ruské hybridní strategie. V souvislosti s dezinformačními weby zde konkrétně uvádí, že: *„Drtivá většina dezinformačních webů v českém jazyce je dílem českých (ideologicky motivovaných a přesvědčených o škodlivosti NATO, EU, USA, liberální demokracie či prvoplánově proruských) občanů, které nepodporují ruské entity. Tito aktivisté jen v rámci svých občanských práv a svobod šíří to, čemu věří, že je pravdivé. Jejich činnost je věcí diskuse a kritiky v rámci svobody slova a případně občansko-právních sporů, čímž ovšem není zpochybňováno, že tito lidé a jejich webové projekty zneužívá ruská strana pro šíření propagandy a dezinformací či pro podporu jiných komponentů hybridní strategie.“* (Výroční zpráva BIS za rok 2017, s. 7-8)

Server Aktuálně.cz přinesl v červnu 2017 zprávu o tom, že Ministerstvo vnitra ČR má v hledáčku téměř 40 českých alternativních a dezinformačních webů. Informace pochází údajně z interních dokumentů ministerstva a od několika vysoce postavených zdrojů přímo z ministerstva vnitra. Tento seznam na ministerstvu oficiálně neexistuje, proto je jeho existence z mnoha stran popírána. Ne všechny servery na tomto „seznamu“ jsou čistě dezinformační, v některých případech se jedná o aktivistické stránky, které zveřejňují zprávy zavádějící (Zelenka, Prchal 2017, online).

Tyto seznamy dezinformačních webů vytvářejí i jiné servery, zřejmě nejznámější z nich sestavil server Neovlivní.cz, odkud ho převzaly mnohé další weby. Seznam vzniká od roku 2015 a v zásadě se shoduje s údajným seznamem ministerstva vnitra. Na tomto serveru jsou dezinformační weby seřazené podle abecedního pořádku včetně jejich stručné charakteristiky obsahující základní informace o osobách, které za webem stojí, způsobu financování apod. Mezi nejvlivnější patří AC24, Svět kolem nás, Lajkit, Vědomosti, Parlamentní listy, New World Order Opposition, Svobodné noviny, Vlastenecké noviny, Czech Free Press, EUportal, Protiproud, Skrytá pravda, Rukojmí a Aeronet.

Otázka existence zmíněného seznamu ministerstva vnitra je nejasná. Samo ministerstvo se pro Českou justici vyjádřilo v tom smyslu, že žádné weby za dezinformační neoznačuje, seznamy dezinformačních webů nevytváří a konkrétní weby z hlediska způsobu informování neposuzuje. Posuzuje pouze konkrétní informace. Sekretariát vrchní státní

zástupkyně v Praze (pozn. autorky: Lenky Bradáčové) poslalo České justici vyjádření ke kauze, která sama o sobě není pro tuto práci podstatná. Podstatné však je, že ve vyjádření stojí: „... jak je Vám jistě známo, webový portál *Parlamentní listy* byl označen Ministerstvem vnitra ČR za dezinformační web.“ (Válová 2019, online)

Tyto protichůdné výroky předních osobností české politické scény obestírají tento dezinformační seznam tajemnem a nejistotou. Dle názoru autorky této práce není existence „oficiálního“ seznamu nijak podstatná. Na základě dostupných informací o fungování těchto dezinformačních webů, návodů, jak můžeme dezinformace jako takové odhalovat, a také s pomocí institucí, které se této činnosti věnují na profesionální úrovni, není existence tohoto seznamu nijak zásadní.

2.6.2 Trollové a elfové

V souvislosti s šířením dezinformací se musíme zmínit také o trollech. Jedná se o uživatele, kteří záměrně provokují a odrazují ostatní účastníky od věcné diskuze svými emotivními výpady. Virtuální prostředí jim poskytuje anonymitu, a proto jsou agresivnější než v reálném životě. Nejčastěji se s nimi můžeme setkat v internetových diskuzích pod články na zpravodajských serverech a na sociálních sítích. Píší vulgarity a urážky, očerňují ostatní, a tím ničí věcnou debatu. Někteří tak činí z vlastního přesvědčení nebo pro zábavu, jiní to dělají pro peníze. Mohou být placeni za propagaci různých výrobků, ale také za šíření politických dezinformací a propagandy. O trollech se často hovoří v souvislosti s Ruskem, které zakládá celé „trollí farmy/fabriky“ a často se hovoří i o „trollích armádách“. Jedna z největších byla odhalena v Petrohradě, pod oficiálním názvem Centrum internetového výzkumu. Úkolem těchto trollů je psát proruské komentáře v internetových diskuzích, ve kterých se objevují proevropské nebo protiruské postoje. Pro trolly v tomto pojetí je to zaměstnání jako každé jiné. Pracují na směny a jejich pracovní náplní je rozeštvávat lidi (Gregor, Vejvodová 2018, s. 54-55).

V České republice vznikla v reakci na tyto „politické trolly“ dobrovolnická skupina, která si říká „elfové“. Tato skupina má svou vnitřní hierarchii. Někteří se snaží narušovat činnost trollů v diskuzích, vyjadřovat se proti jimi šířeným dezinformacím, vyjadřovat opoziční názor. Smyslem tohoto uskupení je najít hlavní distribuční uzly, odhalovat falešné trollí profily na sociálních sítích a přemlouvat je k zanechání této činnosti, v opačném případě zveřejnit jejich skutečnou identitu. Skupina elfů je anonymní, což jí umožňuje proniknout ke

zdrojům a v případě infiltrace vyřadit „škodlivého“ člena, aniž by byla narušena činnost celé skupiny. Pracují zadarmo a ve svém volném čase. Jejimi členy jsou učitelé, studenti, lékaři, podnikatelé, vědci nebo vojáci (Janoušek 2018, online).

Označení elfové je příznačné. Tak jako mýtičtí elfové, nejudatnější bojovníci v knihách J. R. R. Tolkiena, bojují proti Temnému pánovi, bojují čeští elfové proti trollům šířícím dezinformace. Tito čeští elfové se inspirovali aktivitami podobných skupin, které se původně objevily v Pobaltí.

2.7 Ověřování pravdivosti informací

Základní pravidlo tkví v kritickém přístupu ke všem přijímaným informacím. V dnešní době je nutností nahlížet na médií předkládaná sdělení s určitou dávkou skepse, vyžadovat zdroje a hodnotit informace v jejich celkovém kontextu. Některé nepravdivé informace jsou odhalitelné na první pohled, jiné vycházejí z reálného základu, jsou sofistikovány a jejich odhalení vyžaduje čtenářovo vyšší úsilí. Někdy však ani zvýšené úsilí nestačí. Ověřování pravdivosti informací je vědomým procesem, díky kterému se člověk může rozhodovat na základě vlastního svědomí a neumožní tak dezinformátorům jím manipulovat (Slouka 2017, online).

V souvislosti s ověřováním pravdivých a nepravdivých informací se často objevuje pojem *fact-checking*. Jednu z mála českých definic tohoto pojmu přináší internetová stránka inSmart.cz. „*Fact-checking je jednou z nejdůležitějších schopností digitálního věku – odhalit pravdivé zprávy mezi záplavou lží vyžaduje vědomou snahu.*“ (Slouka 2017, online) Můžeme tedy říct, že *fact-checking* je záměrná činnost, která slouží k ověřování výroků a určování jejich pravdivosti či nepravdivosti.

Factcheck je rychle rostoucím oborem, který se profesionalizuje. V dnešní době nabývá na významu v souvislosti s častějším výskytem a zvýšenou rychlostí šíření dezinformací. V zahraničí bývá pojmem *fact-checking* označován specifický směr žurnalistiky, jehož náplní je zjišťování pravdivých informací. V České republice se tímto pojmem myslí pouze činnost spojená s ověřováním pravdivosti. Své vlastní „*fact-checkingové oddělení*“ má v dnešní době spousta mediálních domů, velkých firem, bank i konzultantských společností. Důvodem je, že právě pro tyto instituce je správnost a přesnost informací naprosto zásadní (Heřmanová 2017, online).

2.7.1 Způsoby ověřování informací

Na internetu najdeme spoustu návodů, jak odhalit nepravdivé informace. Je důležité si uvědomit, že neexistuje postup, který by byl bezchybný a stoprocentně spolehlivý.

Metoda ABC

Metodu vytvořil Brit Ben Nimmo. Obsahuje tři kritéria, na základě kterých je možné nepravdivé informace rozpoznat. Těmito kritérii jsou:

1. přesnost faktických výroků (accuracy),
2. vyváženost v informování (balance), ve smyslu zkoumání více názorů/pohledů na věc,
3. důvěryhodnost zdrojů (credibility).

(Nimmo 2016, online)

Návod projektu Nesdílím fake

Tento návod je propracovanější než Metoda ABC. Vybraná sdělení analyzuje z pohledu níže uvedených kritérií, pomocí kterých lze zjistit jeho pravdivost (Nesdílím fake 2019, online).

a) Zdroj

Každá zpráva by měla obsahovat zdroj, odkud pochází. Pokud tento zdroj chybí nebo je zdrojem odkaz na jiný článek, který je též bez zdroje, je to podezřelé. Informace z tohoto zdroje bychom neměli brát příliš vážně. Tohoto kritéria se využívá nejen pro analýzu textu, ale také obrázků. V jejich případě můžeme hledat původní zdroj pomocí tzv. reverzního vyhledávání (opačného vyhledání), což je specializovaný vyhledávač, do kterého obrázek nahrajeme, a on se pokusí najít jeho zdroj. Další možností je Google Images, do jehož vyhledávacího pole vložíme adresu obrázku či samotný obrázek, čímž můžeme zjistit, zda nebyl použit v souvislosti s jinou zprávou. Dále vyhledá i obrázky podobné, což může být mnohdy užitečné. Na stejném principu, ale o něco dokonaleji, funguje Tineye. Naopak jednodušší variantou je internetový prohlížeč (například Chrome), kde stačí na obrázek kliknout pravým tlačítkem myši a z nabídky vybrat možnost *vyhledat obrázek* (365tipu.cz 2015, online). O relevanci informace si můžeme udělat úsudek také na základě „povahy“ samotného média, které je jejím nositelem, i podle dalších zpráv, které toto médium zveřejňuje.

b) Autor

Každá zpráva by také měla mít svého autora. Není-li autor uveden nebo vystupuje pod přezdívkou, je to varovný signál, že bychom si tuto zprávu měli ověřit. Podpis autora u článku však ještě není zárukou pravdivosti. Stejně tak se totiž v souvislosti s dezinformacemi setkáváme s tím, že pod zprávou je uvedeno jméno autora, který buď vůbec neexistuje, nebo nemá s danou zprávou nic společného. Může dojít i k situaci, kdy nás pátrání po autorovi zavede na zahraniční zpravodajské či jiné servery, kde už si nevystačíme pouze s českým jazykem. A právě tato skutečnost odrazuje spoustu lidí od ověřování informací.

c) Předsudky

Má-li být sdělení kvalitní, mělo by se vyvarovat stereotypů, předsudků a podsouvání vlastního názoru. Dezinformace se tímto principem neřídí. Rozdělují společnost na „dobré“ a „zlé“, respektive na „my“ a „oni“, čímž podsouvají čtenáři stranu, se kterou se má podvědomě ztotožnit, místo aby si na věc udělal názor sám.

d) Emoce

Dezinformace cílí na emoce, častěji na ty negativní, jako je například strach. Proto je pro ně v psané podobě typické časté užívání velkých tiskacích písmen, vykřičníků, pejorativních a urážejících slov. Emoce omezují schopnost racionálního uvažování. Dezinformace jsou proto často atraktivnější než čistě informativní zprávy, které jsou ve srovnání s nimi strohé. Informační hodnota je však nesrovnatelná. Objektivní žurnalistika informuje a snaží se zůstat nestranná a emočně neutrální. Proto setkáme-li se v médiích s očerňováním druhých a s šířením strachu a paniky, neměli bychom brát toto sdělení příliš vážně a nejprve si ověřit fakta.

V prostředí internetu existují také webové stránky, na kterých jsou zveřejňovány parodie či satiry reagující na současné dění. Cílem těchto zpráv není, aby jim čtenář uvěřil, ale aby se pobavil, případně zamyslel nad určitými jevy. I tyto primárně humorné zprávy se mohou stát šířící se dezinformací, neověříme-li si jejich zdroj. Pro představu můžeme uvést zprávu, která informovala o tom, že Evropská unie chce zakázat Krtečka, protože je černý a kope díry, což je údajně rasistické a nekorektní.

e) Datum

Vhodné je také všimnout si data, kdy byla zpráva publikována. Některé se totiž šíří opakovaně už několik let, a přitom se v nich dočteme, že se jedná o šokující novinku. S tím souvisí

i faktor počasí. Je-li ve sdělení zmínka, že při určité události bylo slunečno, můžeme si tuto skutečnost poměrně snadno ověřit.

Koncepce 5 klíčových otázek

Nejvyžívanější metodou v současné době je metodická koncepce **5 klíčových otázek**, která vznikla v rámci projektu Jeden svět na školách a jejímž cílem je rozvoj schopnosti nahlížet na mediální sdělení kriticky. Můžeme říci, že se v mnohém shoduje s návodem uvedeným výše (viz. body a – e), je však zpracován přehledněji a tím dle autorky této práce i snáze zapamatovatelný. Jeho využitelnost se vztahuje k textovým i audiovizuálním sdělením. Otázkami, na kterých je tato koncepce založena, jsou KDO?, CO?, KOMU?, JAK? a PROČ?.

1. KDO?

Kdo je autorem článku? Jaké informace o něm můžeme dohledat? Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením tohoto sdělení? Pokud víme, kdo mediální sdělení vytvořil a kdo ho šíří, můžeme snáze pochopit, proč vzniklo. Pokud tyto informace nemůžeme zjistit, je to výzva k ostražitosti.

2. CO?

Co je obsahem sdělení? Jaké názory či hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Obsahuje sdělení zdroje? Jak se dají obsažené informace ověřit? Kvalitní média by měla rozlišovat, zda jejich sdělení přináší fakta, názory, komentáře či propagaci. Přítomnost zdrojů nám umožňuje posoudit důvěryhodnost daného sdělení. Také to, zda nám tvůrce předkládá více pohledů na věc nebo nám nějaký pohled zamlčuje, může vypovídat o serióznosti sdělení.

3. KOMU?

Jaké cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemcům dostává a jak se dále šíří? Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců? Každé sdělení má svou cílovou skupinu, které se přizpůsobuje. O tom, jaké sdělení se k nám prostřednictvím internetu dostane, rozhodují automatické algoritmy, které jsou nastaveny tak, aby nám ukazovaly právě to, co se nám líbí a co nás zajímá. Každý z nás vnímá a interpretuje stejná mediální sdělení různě. Je to dáno sociodemografickými charakteristikami, životními zkušenostmi, názory a postoji.

4. JAK?

Jak se sdělení snaží upoutat naši pozornost? Jaký je jazyk a audiovizuální forma sdělení a proč? Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat a proč? Tvůrci mediálních sdělení se svými produkty snaží upoutat naši pozornost. Nejčastěji k tomu využívají výrazné titulky. V dnešní době roste snaha vyjadřovat co nejvíce informací prostřednictvím obrázků a videí, protože na čtení dlouhých textů nemají čtenáři často chuť ani čas. Na to, co si z videa odnese, má vliv úhel záběru, střih i zvuk. Důležitý je také výběr jazyka sdělení. Zda je neutrální, citově zabarvený nebo obsahuje výrazně hodnotící výrazy. Vliv na čtenáře má také to, zda je sdělení vyprávěno v první nebo třetí osobě. Pokud si budeme všechny tyto prostředky uvědomovat, budeme odolnější proti manipulaci.

5. PROČ?

Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení prospěch či užitek? Vznik mediálního sdělení a jeho následné šíření má vždy nějaký důvod. Osobní motivace tvůrce, chuť pobavit ostatní, něco sdělit, někoho vzdělávat nebo přesvědčit. Odměnou může být dobrý pocit, popularita, spousta „lajků“ nebo sdílení. Další motivací však může být komerční zisk nebo snaha o posílení moci či vlivu. Jestliže začneme přemýšlet o tom, kdo má z určité informace a jejího šíření prospěch, snadněji odhalíme cíle, kterých má dané sdělení dosáhnout (Jeden svět na školách 2019a, online).

2.7.2 Profesionalizované subjekty ověřující pravdivost informací

Výše uvedené postupy slouží k tzv. analýze sdělení. Tato analýza vyžaduje určitou míru příjemcovy ochoty a zároveň času si sdělení ověřit. Pokud ani jedním z toho nedisponujeme, můžeme se podívat na webové stránky nezávislých projektů, které se odhalování nepravdivých informací věnují. Nejznámějšími v českém prostředí je Hoax.cz a Manipulátoři.cz, které mají databázi obsahující nejčastější a nejšířenější dezinformace. Na těchto webových stránkách nalezneme kromě samotného výčtu dezinformací také analýzu a vysvětlení, proč a v čem je dané sdělení nepravdivé. Pravdivosti výroků politiků se potom věnuje zejména Demagog.cz. Na zmíněných webech pracují odborníci, kteří využívají k ověřování nejrůznějších informací kromě výše uvedených technik také všemožné statistiky, platné zákony a směrnice a v případě komunální politiky zápisy ze zastupitelstev apod.

2.8 Boj s dezinformacemi na úrovni státu

Závažnost a rizika spojená s rychle se šířícími dezinformačními kampaněmi si stále více uvědomují politické reprezentace států. V některých zemích včetně České republiky proto vznikají centra pro boj proti hybridním hrozbám.

V roce 2017 v Česku vzniklo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám (CTHH), které je v gesci Ministerstva vnitra. Impulzem pro vznik tohoto centra bylo doporučení, které vzešlo z předběžných závěrů Auditů národní bezpečnosti. Ten vyhodnotil různé druhy hybridních hrozeb, mimo jiné i terorismus a další formy radikalizace nebo vlivové a dezinformační kampaně ze zahraničí jako závažnou hrozbu pro vnitřní bezpečnost státu (Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, online).

Ministerstvo vnitra definuje hybridní hrozby jako: „*Klasické i neortodoxní typy bezpečnostních hrozeb úmyslně a kombinovaně používané cizí mocí k dosažení cíle, jímž je rozvrátit protivníka po stránce politické, ekonomické, vnitřní bezpečnosti, vojenské atd. Jde o vedení války jinými než jen vojenskými prostředky.*“ (Ministerstvo vnitra ČR, online)

Toto centrum vzniklo v rámci pracoviště již existujícího odboru a za využití stávajících finančních prostředků rozpočtové kapitoly ministerstva.

Podle webu Ministerstva vnitra jde o odborné analytické a komunikační pracoviště, které provádí monitorování hrozeb spojených přímo s vnitřní bezpečností státu. Centrum se zaměřuje na potenciální incidenty v oblasti terorismu, útoky na měkké cíle a bezpečnostní aspekty migrace, extremismu, hromadných akcí, narušování veřejného pořádku a různé trestné činnosti, a také dezinformační kampaně se vztahem k vnitřní bezpečnosti státu. Na základě této činnosti bude centrum detekované problémy vyhodnocovat a přicházet s návrhy věcných i legislativních řešení, které bude v případě potřeby realizovat. Zároveň je jeho úkolem šířit odborné informace a osvětu o daných problémech směrem k laické i odborné veřejnosti.

Na tomto webu se také dočteme, že toto centrum:

- nebude mít „tlačítko na vypínání internetu“,
- nebude vnucovat lidem pravdu ani provádět cenzuru,
- nebude z internetu ani z tištěných médií odstraňovat žádný obsah,
- nebude nikoho „zavírat do vězení“, „vyslýchat“ nebo s někým vést jakákoli řízení,
- nebude šířit ničí propagandu, ale odborné poznatky z oblasti bezpečnosti.

(Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, online)

S širokou veřejností tento mladý útvar ministerstva komunikuje především prostřednictvím sociální sítě Twitter, kde zveřejňuje vyvrácené falešné zprávy, které měly potenciál narušit vnitřní bezpečnost země, a také návody na jejich rozeznání (Gregor, Vejvodová 2018, s. 137).

Role státu je v boji proti dezinformacím nezastupitelná. Jeho možnosti a pravomoci jsou však jen omezené. Stát nemůže médiím nařizovat, jaké informace mohou a jaké nemohou zveřejňovat. Dalším limitujícím faktorem je, že není v možnostech státu, aby monitoroval všechny zveřejněné informace a všechny dezinformace vyvrátil. V případě kontroly médií státem narážíme na citlivé téma svobody tisku a médií, která těmito praktikami mohou být poškozena. V případě značné regulace bychom dokonce hovořili o cenzuře. Není ani žádoucí, aby měl stát přehled o všem, tyto techniky nepatří do demokratické společnosti. V rámci zachování této základní svobody je stát vázán podporou a ochranou různorodosti médií. Proto je vhodnější podpora iniciativ, které nezávisle na konkrétní politické moci nebo státu ověřují a odhalují nepravdivé informace (Gregor, Vejvodová 2018, s. 138).

Nejvýznamnější ze strany státu tak zůstává investice do vzdělání. Ta je cílena na mladé lidi, ovšem ani osoby starší by z této intervence ze strany státu neměly být vyčleněny. Je nezbytné zvyšovat povědomí občanů o této problematice, prohlubovat mediální gramotnost a kritické myšlení, zapojovat tato témata do školních, mimoškolních i jiných osvětových aktivit (Gregor, Vejvodová 2018, s. 138).

3 Mediální výchova

3.1 Vymezení problematiky

Jedním z charakteristických rysů současné moderní společnosti je její medializace. Jirák, Wolák (2007, s. 6-7) vysvětlují medializaci jako „unikátní sociální změnu, jejíž podstatou je nebyvalé rozšíření komunikačních médií a jejich stále zřetelnější podíl na životě společnosti.“ Média jsou jednou z rozhodujících institucí, které se podílejí na procesu socializace a identifikace se společností, mnohdy dokáží zastínit školu i rodinu. Jejich vliv se projevuje na chování každého z nás, na celkovém životním stylu i na kvalitě života. Toto aktivní zasahování do našich životů poskytuje prostor pro záměrné ovlivňování, které může být společensky žádoucí a potřebné, ale i manipulativní. Z těchto a mnoha dalších důvodů vznikla potřeba systematického vzdělávání společnosti v oblasti mediální komunikace.

V současnosti je nesmírně důležité nezůstat v roli pasivních příjemců mediálních sdělení a bezvýhradně a nekriticky přijímat obraz médií jako „čtvrté moci“ (vedle zákonodárné, výkonné a soudní) či „hlídacího psa demokracie“, ale umět pracovat se sděleními, jež jsou médiím nabízena a mají často nestejnorodý charakter. To vyžaduje osvojení si různých dovedností a znalostí, které by měly být zahrnuty do mediální výchovy v procesu školní edukace (Frank, Jirásková 2008, s. 9-10).

Mediální výchova je jednou z možných cest realizace mediální pedagogiky (pozn. autorky – tyto dva pojmy bývají často užívány jako synonyma), která se zaměřuje nejen na jedince v období školního vzdělávání, ale i na vzdělávání jakožto celoživotní proces. Schorb, Sloboda (In Mašek 2009, s. 10) definují mediální výchovu jako „*příspěvek k rozvoji aktivity a společensky-orientovaného chování jedince.*“

Ve většině vyspělých zemí světa je součástí všeobecného vzdělávání právě mediální výchova. Důvodem je, že média se stala součástí našich životů, jsou hlavním zdrojem informací o našem blízkém okolí, ale také o dění na opačném konci světa. Počátky debat o potřebě mediální výchovy spadají do období po druhé světové válce, kdy se tato výchova měla stát obranou proti totalitní propagandě v masových médiích. V dnešním pojetí je hlavním cílem mediální výchovy především tzv. *mediální gramotnost*.

3.2 Mediální výchova jako průřezové téma RVP ZV

Mediální výchova je jedním ze šesti průřezových témat Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání. Dalšími tématy jsou Osobnostní a sociální výchova, Výchova demokratického občana, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova a Environmentální výchova.

Definice z RVP ZV (2017, s. 125) říká: „*Průřezová témata reprezentují v RVP ZV okruhy aktuálních problémů současného světa a stávají se významnou a nedílnou součástí základního vzdělávání. Jsou důležitým formativním prvkem základního vzdělávání, vytvářejí příležitosti pro individuální uplatnění žáků i pro jejich vzájemnou spolupráci a pomáhají rozvíjet osobnost žáka především v oblasti postojů a hodnot.*“

Problematika průřezových témat se v českém školství objevuje poprvé až v souvislosti se zaváděním RVP. Jejich obsah je rozpracován do tematických okruhů, které nabízejí témata, činnosti a náměty pro realizaci daného okruhu. Výběr témat a způsob jejich realizace je v kompetenci školy.

Průřezová témata jsou povinnou součástí základního vzdělávání. Škola musí do vzdělávání zařadit všechna průřezová témata uvedená v RVP ZV, ta však nemusí být zastoupena v každém ročníku. V průběhu vzdělávání musí být žákům nabídnuty všechny tematické okruhy daných průřezových témat, jejich rozsah a způsob realizace je stanoven v ŠVP konkrétní školy. Samotná realizace průřezových témat může probíhat jako součást vzdělávacího obsahu jiného vyučovacího předmětu, v podobě samostatného předmětu (méně časté) nebo v rámci projektů, seminářů či kurzů (RVP ZV 2017).

Průřezová témata pomáhají rozvíjet klíčové kompetence a propojují vzdělávací obsahy oborů, čímž přispívají ke komplexnímu vzdělávání žáků v dané problematice. Dále se zaměřují na rozvoj postojů a hodnot žáků, mají tedy formativní charakter.

Mediální výchova je součástí RVP od jeho vzniku v roce 2000. Od školního roku 2006/2007 je součástí kurikulární reformy. Zaměřuje se na problémy současného světa, odráží jeho současný stav a napomáhá jeho pochopení a orientaci v něm. Jejím cílem je osvojení **mediální gramotnosti**.

3.3 Mediální gramotnost

3.3.1 Související pojmy

V minulosti pojem *gramotnost* představoval zejména dovednost číst a psát. V dnešní době je toto pojetí nedostačující. V souvislosti s gramotností se můžeme setkat s pojmy jako *základní gramotnost*, *elitní gramotnost*, *kulturní gramotnost*, *počítačová gramotnost*, *třetí gramotnost* či *e-gramotnost*. Z tohoto pohledu bychom mohli jakoukoliv schopnost vykonávat určitou činnost označit za gramotnost svého druhu (Rabušicová 2002, s. 10–23).

Spojení gramotnosti s „každodenním životem“ a její zasazení do konkrétního sociálního kontextu představuje *funkční gramotnost*. To vyplývá také z definice UNESCO (1978:12), kterou publikovala ve svojí knize Rabušicová (2002, s. 18): „*Funkčně gramotný člověk je takový, který může být zapojen do všech aktivit, v nichž je pro efektivní fungování v jeho skupině a komunitě vyžadována gramotnost, a také které mu umožňují pokračovat ve využívání čtení, psaní a počítání v zájmu jeho vlastního a komunitního rozvoje.*“

Dalším pojmem, vztahujícím se k této problematice, je *informační gramotnost*. Dříve byla pokládána za složku gramotnosti funkční, dnes ji vnímáme jako samostatnou kategorii. Její podstatou je, že informačně gramotný jedinec musí být schopen pracovat s informacemi – rozeznat je, umět je vyhledat, vyhodnotit a efektivně je využít. Tito lidé jsou díky ní připraveni k celoživotnímu vzdělávání (Sochorová 2016, s. 40). V souvislosti s prostředím internetu a znalostmi a dovednostmi potřebnými pro práci s moderními komunikačními zařízeními, jako jsou běžné osobní počítače, notebooky, tablety a smartphony, hovoříme také o tzv. *digitální gramotnosti*.

3.3.2 Vymezení pojmu mediální gramotnost

Mediální gramotnost bývá definována jako: „*Série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formách.*“ (Bína 2005, s. 20) Nejrůznějšími formami se rozumí to, že není podstatné, zda se jedná o informace v tištěné, elektronické nebo digitální podobě.

Jednu z nejznámějších definic formulovali Mičienka, Jiráček (2007, s. 9): „*Mediální gramotností se zpravidla rozumí soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí prostředí, v němž se současný člověk pohybuje.*“

Z výše uvedeného vyplývá, že mediální gramotnost je tvořena dvěma hlavními obsahovými rozměry:

1. poznatky, které jsou potřebné pro získání kritického odstupu od médií a zároveň umožňují maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod.,
2. dovednostmi, které dovolují a usnadňují tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií (Mičienka, Jiráček 2007, s. 9).

Toto pojetí se odráží právě ve výše zmíněném Rámcovém vzdělávacím programu, ve kterém jsou rovněž tematické okruhy mediální výchovy rozděleny na dvě části. První okruh tvoří receptivní činnosti, kam je řazeno kritické čtení a vnímání mediálního sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality, stavba mediálních sdělení, vnímání autora mediálních sdělení a fungování a vliv médií na společnost. Druhá část pak obsahuje tematické okruhy produktivních činností, kam spadají tvorba mediálních sdělení a práce v realizačním týmu (RVP ZV 2017).

Znalostní rovina mediální výchovy tedy představuje informace o fungování a společenské roli současných médií a o základních principech, na nichž média fungují. Dovednostní rovina směřuje k osvojení si dovedností rozvíjejících sebevědomé, aktivní a nezávislé zapojování jednotlivce do mediální komunikace. Tyto roviny nestojí odděleně, ale vzájemně se propojují. Abychom mohli rozvíjet dovednosti, musíme mít určité znalosti, stejně tak by tyto znalosti měly být provázány rozvojem přírodních dovedností (Frank, Jiráčková 2008, s. 10).

Frank, Jiráčková (2008, s. 12) zmiňují kromě základního cíle mediální výchovy, kterým je mediální gramotnost, ještě tři konkrétnější cíle.

1. Uvědomit si, že mediální obsahy nejsou prostým odrazem světa. Mohou být vytrženy z kontextu, být zatíženy subjektivností autora, být vytvořeny s cílem manipulovat s příjemci apod.
2. Odhalovat (dešifrovat) argumentaci a manipulativní tendence médií a především reklamy.
3. Rozvíjet komunikativní dovednosti v komunikaci s médii.

Zvyšování mediální gramotnosti a realizace mediální výchovy na školách a následně jejich vazba na ostatní vzdělávací oblasti je přínosem pro jednotlivce i celou společnost. Někteří odborníci vnímají mediální gramotnost jako nezbytnou podmínku pro to, aby se

jedinec dokázal plnohodnotně zapojit do veřejného života. V současnosti je totiž stále důležitější, aby člověk kriticky vnímal roli médií ve společnosti. Měl by umět vyhodnotit roli médií v poznávání okolního světa, v racionálním rozhodování, chápat pojetí veřejné sféry a roli médií v demokratické společnosti (Jirák, Wolák 2007, s. 7-8). Jedná se o klíčovou schopnost v oblasti celoživotního učení a základní předpoklad pro snížení rizika vyloučení ze společnosti (Andrejsková, Tichý 2012, s. 14).

Zatímco Jirák, Wolák (2007, s. 8) označují mediální gramotnost jako schopnost žít „s médii“, Nutil (2018, 89-91) ji již vnímá jako život „v nich“. Tento názor vysvětluje tím, že s nástupem internetu a otevřeností sociálně-komunikačních platforem jsme se z diváků a posluchačů (konzumentů) začali proměňovat v hráče s informacemi, jimž nové technologie umožňují stát se autory a spoluvůrci nových médií. Média nám tak umožňují účast na budování skutečnosti a připomínají nám, že jsme nevyhnutelně součástí společenské reality a tvarujeme ji.

Zvyšování mediální gramotnosti neprobíhá pouze v rámci mediální výchovy. Její realizace může probíhat také prostřednictvím mediální osvěty a profesní/odborné přípravy. Mediální osvěta bývá realizována skrze samotná média (osvětové weby, kritické weby, vzdělávací pořady apod.), informováním veřejnosti, autoregulací (klasifikací pořadů dle jejich potenciální škodlivosti pro příjemce) či občanskými aktivitami. Profesní/odbornou přípravou se rozumí příprava těch, kteří mediální výchovu realizují, ale také osob, které se podílejí na mediální produkci (Jirák, Köpplová 2007, s. 350).

3.3.3 Kritické myšlení jako předpoklad rozvoje mediální gramotnosti

V textu této práce jsme několikrát narazili na pojmy jako *kritický odstup*, *kritické čtení* či *kritické vnímání*. Všechny tyto pojmy souvisí se schopností kritického myšlení. Sumner (In Koukolík 2006, s. 259) říká, že: „*Kritika je zkoumání a ověřování všech tvrzení, která jsou předkládána k přijetí. Smyslem kritiky je zjistit, zda odpovídají nebo neodpovídají skutečnosti. Kritické myšlení je jedinou zárukou, která nás chrání před klamy, podvody, pověrami a mylným chápáním jak sebe samých, tak světa kolem nás.*“ Dále dodává, že: „*Vzdělávání v kritickém myšlení je jediné vzdělávání, o němž lze pravdivě říci, že tvoří dobré občany.*“

Kritické myšlení je tedy naprosto zásadní schopností v životě člověka, na jejímž základě se rozhodujeme o tom, zda nějaké tvrzení přijmeme jako pravdivé, odmítneme ho

z důvodu nepravdivosti, případně zda se na základě nedostatku informací o něm zdržíme úsudku.

Kritické myšlení neříká člověku, co si má myslet, ale učí ho, jak myslet. Podle Nutila (2018, s. 117) je kriticky myslící člověk odolnější vůči podvodům, pověrám a předsudkům.

U žáků by měla být tato schopnost rozvíjena nejen v rámci průřezového tématu Mediální výchova, ale měla by postupovat všemi vzdělávacími oblastmi a být rozvíjena ve všech vyučovacích předmětech. V této práci nás zajímá kritické myšlení především v souvislosti s percepcí a produkcí pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu, konkrétně se schopností žáků analyzovat informace a vyhodnotit jejich pravdivost.

3.4 Výzkumy mediální gramotnosti

3.4.1 Šetření České školní inspekce

Ve školním roce 2017/2018 provedla České školní inspekce tematické šetření zaměřené na posouzení podmínek a průběhu realizace témat souvisejících s mediální výchovou na základních a středních školách. Jeho cílem bylo zhodnotit dosaženou úroveň mediální gramotnosti žáků 2. stupně základních škol a středních škol a diskutovat vybrané aspekty rozvoje mediální výchovy. Takto zaměřené šetření se uskutečnilo poprvé. Jeho souvisejícím cílem byla formulace doporučení k podpoře efektivity výuky témat souvisejících s mediální gramotností a také k systémové podpoře mediální výchovy na úrovni celé vzdělávací soustavy.

Šetření probíhalo prostřednictvím elektronického dotazování ředitelů a učitelů škol, inspekční činnosti na vzorku škol (hospitace a rozhovory s vedením škol a učiteli), zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti žáků prostřednictvím elektronického testování.

Celkem se šetření zúčastnilo 107 škol (55 základních a 52 středních), na základních školách se šetření týkalo žáků 9. ročníků (4251) a na středních školách žáků 2. ročníků (7758).

Hlavním zjištěním bylo, že na více než 70 % škol se realizaci mediální výchovy věnuje alespoň polovina interních učitelů. Na 53 školách se mediální výchovou nezabývají vůbec.

Nejúspěšnější byli žáci v úkolech týkajících se rozpoznávání mediálního žánru a identifikace časového vývoje vzniku médií (88 - 98 %). Největší problémy jim působily otázky vyžadující kritické porozumění delšímu mediálnímu textu, kdy žáci na základě uvedeného textu rozhodovali o pravdivosti či nepravdivosti souvisejících tvrzení nebo o postoji autora daného sdělení (do 10 %).

Šetření dále ukázalo, že se pedagogové vyučující mediální výchovu málo věnují rozvoji dovedností žáků, jež jsou potřebné pro vytváření různých mediálních obsahů. Nejméně často jsou učitelé ve výuce využívány nejnovější on-line platformy mediální komunikace.

Dalším výstupem tohoto šetření bylo, že mediální výchova se na školách realizuje jako průřezové téma (90 % škol), jako samostatný povinný či nepovinný předmět (10 %) nebo produkce vlastního média. Školy také volí formu besed, diskuze nebo exkurze v médiích (35 %) a projektové výuky (27 %). 70 % učitelů uvedlo, že jejich jedinou přípravou na realizaci mediální výchovy je samostudium.

Z šetření dále vyplývá, že přibližně 60 % žáků tráví většinu volného času používáním různých typů médií. Žáci označují internetové zpravodajství a sociální sítě za mediální zdroje, které na ně mají nejsilnější vliv. Početnější skupina zpochybňuje věrnost zobrazení dané skutečnosti masovými médii, méně početná skupina pak vnímá tuto podobu zobrazení spíše pozitivně. Skeptičtější pohled v této věci vyjadřují žáci 2. ročníků SŠ.

Celkové výsledky ve zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti ukazují, že průměrná úspěšnost žáků 9. ročníku ZŠ v testu dosáhla pouze 43 %, průměrná úspěšnost žáků 2. ročníku SŠ v testu byla 50 %.

Celkově žáci obou ročníků dosáhli vyšší úspěšnosti v otázkách kognitivní složky a nižší úspěšnosti v otázkách kritické složky mediální gramotnosti. Schopnost žáka kriticky a tvořivě nakládat s médii a s jejich produkcí se tak jeví být větší výzvou pro zvyšování mediální gramotnosti žáků obou ročníků (Česká školní inspekce 2018, online).

3.4.2 Výzkum agentury Stem/Mark pro Českou televizi

Tento plošný výzkum mapoval úroveň mediální gramotnosti české populace, tedy nejen žáků a studentů. Sběr dat probíhal v období květen - červen 2018 a zúčastnilo se ho

1561 respondentů starších 15 let. Data byla sbírána prostřednictvím zhruba 40 minutového dotazníku, který zjišťoval znalosti a postoje v jednotlivých oblastech mediální gramotnosti.

Naměřená úroveň mediální gramotnosti v ČR je dle výzkumu na hodnotě 39 bodů ze 100. Na základě tohoto šetření byla populace rozdělena do tří kategorií - nízká úroveň (čtvrtina populace), střední úroveň (zhruba polovina populace), vysoká úroveň (čtvrtina populace).

Analýza tohoto výzkumu ukázala, že úroveň mediální gramotnosti se odlišuje dle jednotlivých sociodemografických skupin. Vysoké úrovně dosahují především muži (31 % z nich), lidé ve věku 30-40 let (31 %) a respondenti s vysokoškolským vzděláním (46 %). Nízkou úroveň vykazují častěji ženy (32 % z nich), osoby starší 60 let (36 %) a ti, kteří nemají maturitu (38 %).

Z šetření dále vyplývá, že lepších výsledků dosahovali respondenti v oblasti technických dovedností, v praktických úkolech na internetu a ve znalosti médií veřejné služby a mediálních formátech. Nižších výsledků dosahovali v oblasti hodnocení komunikačních záměrů a v povědomí o vlastnictví a kontrole médií.

Zajímavý výsledek přinesla otázka „*Je důležitější svoboda obsahu nebo bezpečí uživatelů?*“, na kterou osoby s nižší úrovní mediální gramotnosti odpovídali, že je důležitější „*bezpečí*“ a „*spíše bezpečí*“, zatím co osoby s vyšší úrovní mediální gramotnosti odpovídali „*svoboda*“ a „*spíše svoboda*“. (STEM/MARK 2018, online)

Nutil (2018, s. 90) je přesvědčen, že svobodný přístup k informacím (a s tím spojená zodpovědnost každého konzumenta informací) je cennější hodnotou než „shora“ řízená ochrana čtenářů. Za pochopení, porozumění a orientaci v informacích je zodpovědný každý příjemce mediálního sdělení, proto by nemělo být v kompetenci státu, korporací ani organizací určité informace cenzurovat a potlačovat. Je nezbytné si uvědomit, že média jsou tvořena lidmi, kteří nejsou neomylní, vlastníky hájícími své zájmy, podnikateli usilujícími o zisk, idealisty a pragmatiky.

3.5 Programy a projekty týkající se mediálního vzdělávání

3.5.1 Zvol.si.info

Tento projekt, založený skupinou studentů Masarykovy univerzity, vznikl v roce 2016. Jejich mentory jsou Petra Vejvodová a Miloš Gregor. Smyslem projektu je vzdělávat studenty

v oblasti kritického myšlení a mediální gramotnosti. V rámci tohoto projektu vytvořili *Stopařův průvodce internetem*, který odlehčenou formou a srozumitelným jazykem seznamuje s pěti základními technikami moderní propagandy. Také pořádají přednášky pro základní a střední školy, vydali knihu nazvanou *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*, která přehledně mapuje současnou dezinformační scénu. Za svoji činnost získali několik ocenění, jako například cenu Gratias Tibi od Člověka v tísní, 3. místo v rámci zemí OBSE v soutěži P2P: Global Digital Challenge a Cenu rektora Masarykovy univerzity. K datu 22. 3. 2019 navštívili v rámci přednášek celkem 47 českých a slovenských měst, v nich 158 škol a oslovili 8176 studentů (*pozn. autorky této práce: k datu 31. 3. 2019 se tyto údaje zvýšily na 81 měst, 182 škol a 10597 oslovených studentů*). (Zvolši.info 2019, online)

Jednou z nejnovějších aktivit tohoto projektu je vznik únikové hry nazvané Fakescape, se kterou od listopadu 2018 objíždějí střední školy. Cílem je zábavnou formou učit studenty základům informační a mediální gramotnosti. Hra má podobu čtyř úkolů, ve kterých se studenti postupně zabývají ověřováním informací, pracují s textem, zkoumají titulky ve zpravodajství a manipulaci s fotografiemi. Všechno je zasazeno v příběhu, kde je hlavním hrdinou novinář pracující v období před prezidentskými volbami v roce 2028.

Do budoucna plánují tuto hru provozovat i bez asistence jejích tvůrců. Formát této hry je využitelný pro různé volnočasové kroužky nebo skautské oddíly (Fojtů 2018, online).

3.5.2 Jeden svět na školách (Člověk v tísní)

Jeden svět na školách je jedním ze vzdělávacích programů organizace Člověk v tísní. Od roku 2001 přispívá v rámci různých projektů k výchově zodpovědných mladých lidí, kteří se orientují v současném světě, otevřeně a kriticky přistupují k informacím, nejsou lhostejní, chtějí ovlivňovat a také skutečně ovlivňují dění kolem sebe. V rámci těchto projektů vznikají volně dostupné výukové materiály pro různé oblasti výchovy a vzdělávání na základních a středních školách (Jeden svět na školách 2019b, online).

Jedním z těchto projektů je *Mediální vzdělávání*. K této problematice nabízí aktuálně 26 audiovizuálních lekcí, ke kterým jsou připraveny doprovodné aktivity, otázky a odpovědi a další doporučené materiály. Vše na webu je zdarma a legálně (Jeden svět na školách 2019c, online).

Nejnovější aktivitou tohoto projektu je vznik pětidílného pořadu *Kovyho mediální ring*, který přináší praktické tipy, jak se zorientovat v komplikovaném světě médií.

Průvodcem pořadu je známý youtuber Kovy, jenž se v každém z videí věnuje jedné z klíčových otázek rozebraných v části textu věnované ověřování dezinformací. Současně také přibližuje různá mediální témata (Jeden svět na školách 2019d, online).

Pod záštitou tohoto projektu probíhají již třetím rokem *Týdny mediálního vzdělávání*. V rámci těchto týdnů se mohou všechny školy v České republice zapojit do různých zajímavých aktivit zaměřených na rozvoj kritického myšlení a mediální gramotnosti, jako jsou debaty s novináři a mediálními odborníky, filmové projekce, workshopy na mediální témata, semináře organizací věnujících se mediálnímu vzdělávání či exkurze do redakcí. Dále školy obdrží spoustu zajímavých publikací, plakátů a dalších materiálů (Jeden svět na školách 2019e, online).

3.5.3 #nesdilimfake

Na začátku roku 2019 se na Instagramu objevil hashtag *#nesdilimfake*, který se stal symbolem stejnojmenné osvětové kampaně o fake news. Ta byla součástí mezinárodního projektu zaměřeného na celosvětový problém šíření dezinformací. Tento projekt cílil na mladé lidi, kteří jsou v komunikaci na sociálních sítích a práci s informacemi nejaktivnější. Smyslem bylo podněcovat kritické myšlení a ukázat, jak snadno rozpoznat hoaxy od faktů.

V první fázi české kampaně bylo publikováno pět příspěvků ve stylu fake news, které uživatele rozdělily do dvou táborů. Témata těchto příspěvků bylo sledování občanů webkamerou, zpomalování internetu z důvodu používání sprostých slov, vyhazov z práce za sledování porna, špionáž prostřednictvím GPS apod. Druhá fáze obsahovala pět příspěvků poskytujících návod, jak si pravdivost uvedených příspěvků ověřit. Kampaň končila soutěží pro všechny, kteří si uvědomili, že na rozpoznání pravdy „jedno otevřené oko nestačí“. Soutěžící se měli vyfotit s jedním zakrytým okem a s připojením hashtagu *#nesdilimfake*. Pět vylosovaných výherců získalo fotoaparát. Tato kampaň zasáhla na Instagramu téměř 300 tisíc uživatelů ve věku 18-26 let (StoryTLRS 2019, online).

PRAKTICKÁ ČÁST

4 Výzkumné šetření

4.1 Stanovení výzkumného cíle, metodologie

Toto výzkumné šetření je zaměřeno na problematiku pravdivých a nepravdivých informací a jejich percepci žáky 5. – 9. tříd základních škol. Hlavním cílem tohoto výzkumu je zjistit schopnosti této cílové skupiny v oblasti ověřování pravdivosti informací v prostředí internetu. Tyto schopnosti jsou prověřovány prostřednictvím určování pravdivosti či nepravdivosti výroků a sdělení, případně kombinací sdělení a obrázku.

Dílčím cílem je zjistit, zda se žáci setkali s pojmy dezinformace/fake news a hoax, případně kde se s nimi setkali, zda znají jejich význam a uvědomují si rizika s těmito pojmy spojená.

Vzhledem k tomu, že zkoumaná problematika spadá do oblasti mediální gramotnosti, která je součástí průřezového tématu RVP ZV – Mediální výchova, jehož realizace je na základních školách povinná, zajímá nás, zda je tomuto tématu věnován prostor v rámci školního vyučování.

V souvislosti s percepcí dále zjišťujeme, jak žáci vnímají význam rozlišování pravdivých a nepravdivých informací, které internetové stránky a další média považují za pravdivá a zda ví, kde získat ověřené informace.

Zatímco před samotným ověřováním konkrétních výroků a sdělení zjišťujeme aspirace, v samotném závěru nás pak zajímá, zda pro ně tato aktivita byla obtížná či nikoliv. Po odeslání dotazníku si žáci mohou prostřednictvím přiloženého odkazu zkontrolovat, jak byli úspěšní.

Sběr dat byl realizován za použití kvantitativní metody dotazníku, jehož prostřednictvím bylo možné oslovit velké množství respondentů během krátkého časového úseku. Dotazník byl vytvořen pomocí služby Google Forms a do škol byl rozeslán v elektronické podobě po předchozí osobní domluvě s vedením škol. Samotný sběr dat probíhal rovněž elektronickou formou v rámci hodin informačních technologií. Realizace tohoto výzkumu na vybraných školách byla vedením škol vnímána velmi pozitivně. Tento námět byl uvítán jako příležitost se tomuto tématu více věnovat.

4.2 Charakteristika výzkumného prostředí a výzkumného vzorku, výzkumné otázky

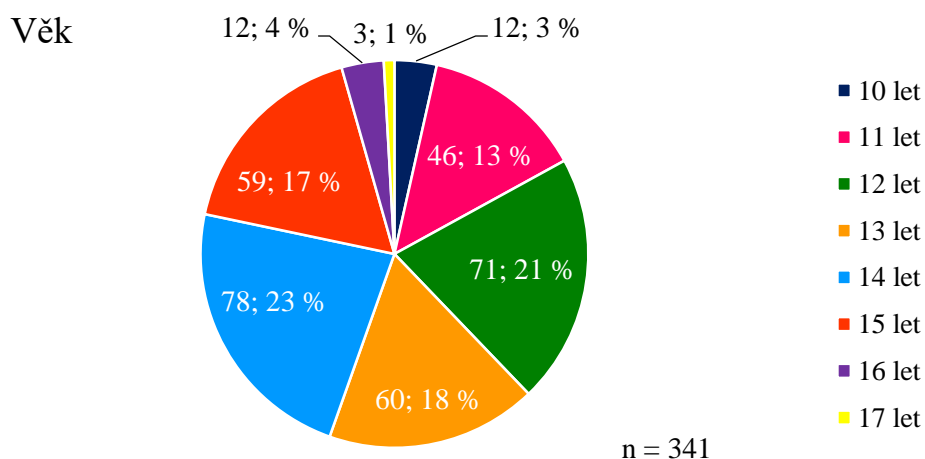
V rámci tohoto výzkumu bylo osloveno pět základních škol z okresu Znojmo. Celkem se šetření zúčastnilo 341 žáků 5. – 9. tříd ve věkovém rozmezí 10 – 17 let. Sběr dat probíhal v období od 2. 3. 2019 do 19. 3. 2019.

Dotazník tvoří celkem 38 položek. Obsahuje 5 otevřených otázek, 2 polootevřené a 31 uzavřených, z nichž u 22 jde o výběr z možností „pravda“ x „nepravda“. U tří otázek lze vybrat více odpovědí a u 30 otázek je možná pouze jedna odpověď.

Otázky v dotazníku jsou uspořádány od zjišťování obecných údajů ke konkrétnějším. Nejprve zjišťujeme základní informace o osobě respondenta, jako je pohlaví, věk a bydliště, po nich následují teoretické otázky mapující vlastní zkušenosti respondenta se zkoumanými jevy, ale také znalosti s tím související. Pozornost se zaměřuje také na realizaci tohoto tématu v rámci školní výuky a na aspirace respondentů v oblasti ověřování pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu. Samotnému testování této dovednosti se věnuje závěrečná část dotazníku, ve které je žákům doporučeno využívat internet (konkrétně Google). Poslední otázka zjišťuje vnímání obtížnosti dotazníku respondenty, po ní následuje možnost kontroly správných odpovědí.

4.3 Interpretace výzkumného šetření

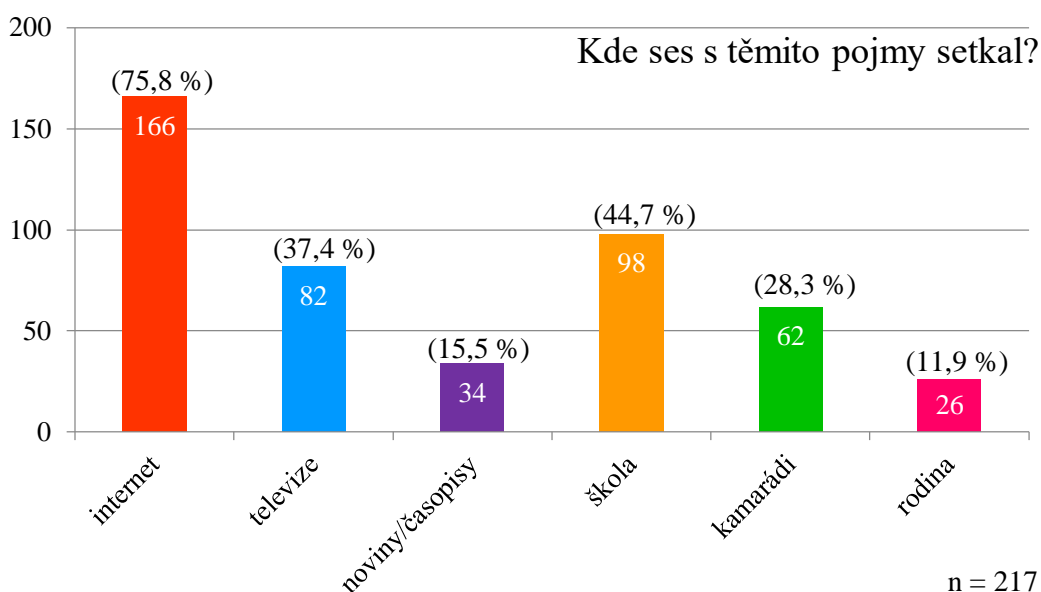
Úvodní otázky slouží ke zjišťování obecné charakteristiky zkoumaného vzorku respondentů. Celkem se výzkumného šetření zúčastnilo 341 respondentů, počet mužů a žen je poměrně vyrovnaný, 46 % (157) tvoří chlapci a 54 % (184) dívky. Větší rozdíl v naměřených hodnotách se objevuje u místa bydliště. 21,4 % (73) respondentů žije ve městě, zatímco 78,6 % (268) na vesnici.



Graf č. 1 – Věkové složení respondentů

Co se týče věkového složení, nejpočetnější skupinu tvoří respondenti ve věku 14 (78 žáků), 12 (71 žáků), 13 (60 žáků), 15 (59 žáků) a 11 let (46 žáků). Zbytek výzkumného vzorku tvoří žáci ve věku 10 (12 žáků), 16 (12 žáků) a 17 let (3 žáci).

První otázka vztahující se k danému tématu zněla: „Slyšel/a jsi někdy o pojmech FAKE NEWS/DEZINFORMACE, HOAX?“. 64,2 % (219) dotázaných odpovědělo kladně, zbylých 35,8 % (122) záporně. Žáci, jež odpověděli „ne“ byli přesunuti do části dotazníku, kde byly tyto pojmy definovány, ostatní respondenti odpovídali na otázku ohledně místa/prostředí, kde se s těmito pojmy setkali.



Graf č. 2 – Místo setkání s pojmy fake news/dezinformace a hoax (možnost více odpovědí)

Z grafu číslo 2 vyplývá, že nejčastěji se žáci setkávají s těmito pojmy na internetu (75,8 %; 166 respondentů) a ve škole (44,7 %; 98 respondentů). Další častou odpovědí byla „televize“ (37,4 %; 82 respondentů) a „kamarádi“ (28,3 %; 62 respondentů).

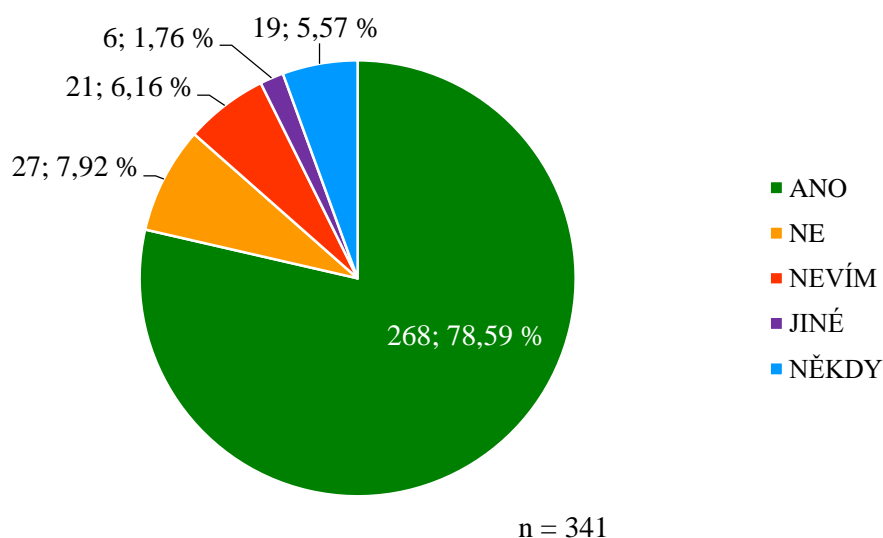
Následující otázka zkoumala, zda žáci znají nějaký konkrétní příklad fake news/dezinformace nebo hoaxy. 88 dotázaných (25,8 %) uvedlo, že „ne“, 27 dotázaných (7,92 %), že neví, 167 dotázaných (48,97 %) odpovědělo kladně a zbývajících 59 respondentů (17,31 %) uvedlo jako odpověď něco nesrozumitelného ve formě teček, bezvýznamných shluků písmen apod. Nejčastějšími odpověďmi byly: „zemřel Karel Gott“ – 19 odpovědí, „poplašné řetězové zprávy“ – 12 odpovědí, „konec světa v roce 2012“ – 7 odpovědí, „pes, který doštěkne 200 km“ – 7 odpovědí. Obecně můžeme říci, že nejvíce uvedených příkladů se týkalo smrti nějaké známé osobnosti (celkem 30 odpovědí) a katastrof, které se dle šířených zpráv údajně měly stát a nestaly (21 odpovědí).

Další zkoumanou oblastí bylo, kde se žáci nejčastěji setkávají s hoaxy (řetězovými zprávami). Z výzkumného šetření vyplývá, že nejčastěji se s nimi setkávají „na sociálních sítích (Facebook, Messenger, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp a další)“ – 78,9 % (269) ze všech dotazovaných, „jinde na internetu“ – 27,9 % (95) ze všech dotazovaných, možnost „posílají mi je kamarádi, spolužáci“ zvolilo 23,5 % (80) respondentů, prostřednictvím e-mailu se s nimi setkala celkem 31 dotázaných (9,1 %), z toho 9 respondentů (2,6 %) odesílatele zná a 22 (6,5 %) nezná. 7 (2,05 %) žáků se s hoaxy nikdy neseťkalo.

Obdobně byla položena otázka: „Kde se nejčastěji setkáváš s nepravdivými informacemi?“ Také u této otázky převládala odpověď „na sociálních sítích (Facebook, Messenger, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp a další)“ – 68 % (232) respondentů, na rozdíl od předchozí otázky velké množství respondentů odpovědělo „televize“ – 36,7 % (125), variantu „jinde na internetu“ vybralo 27,6 % (94). Podobný počet dotazovaných uvedl možnost „noviny/časopisy“ - 21,7 % (74) a „posílají mi je kamarádi“ – 19,4 % (66).

Rozdíl ve zjištěných hodnotách u dvou posledních uvedených otázek je dán tím, že zatímco hoaxy jsou spjaty s prostředím internetu, nepravdivé informace se mohou šířit prostřednictvím všech médií. Ze získaných údajů vyplývá, že si žáci tento rozdíl uvědomují.

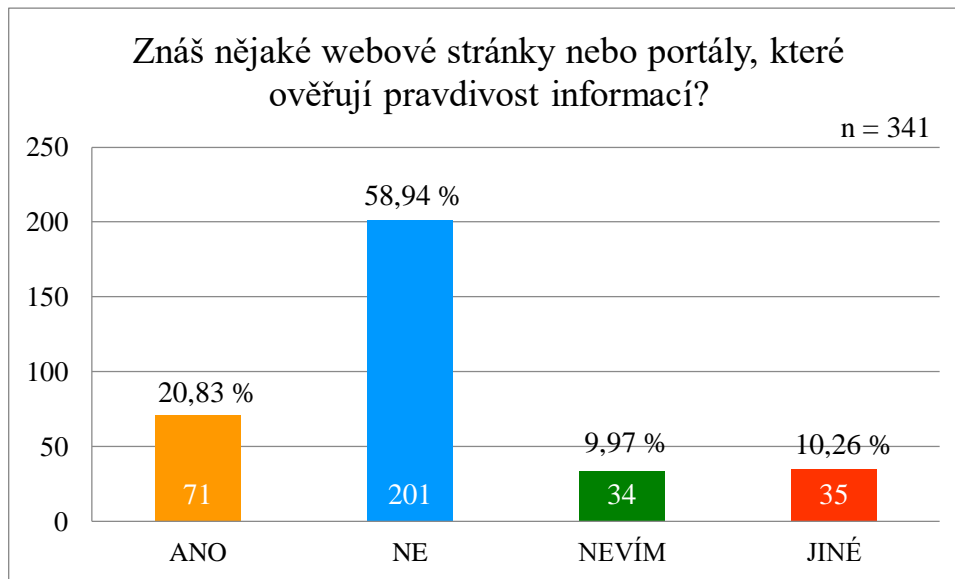
Mohou být nepravdivé informace nebezpečné?



Graf č. 3 – *Nebezpečí nepravdivých informací*

Z grafu číslo 3 vyplývá, že 78,59 % (268) dotázaných považuje nepravdivé informace za nebezpečné. Opačný názor má 7,92 % (27) z celkového počtu 314 respondentů. 5,57 % (19) dotázaných uvedlo, že některé nepravdivé informace mohou být nebezpečné, není tomu tak ale vždy a 6,16 % (21) žáků na tuto otázku nezná odpověď.

Součástí této otázky bylo také zdůvodnit svoji odpověď. Nejčastější odpovědí bylo, že nepravdivé informace mohou ohrozit naše zdraví – 36 odpovědí. Respondenti přibližně ve stejném poměru uvedli zdraví fyzické (často infarkt, úrazy až smrt) a zdraví psychické (deprese). Druhou nejčastější odpovědí bylo, že nebezpečí nepravdivých informací spočívá v tom, že vyvolávají paniku – 27 odpovědí. Další odpovědí bylo pošpinění pověsti, a to jak naší vlastní, tak i druhých osob – 11 dotázaných a zmatení člověka, ve smyslu že neví, co je pravda a co lež – 10 dotázaných. 7 žáků pak uvedlo, že nepravdivé informace mohou sloužit k manipulaci s lidmi. Stejný počet se také domnívá, že mohou ohrozit náš majetek. Z dalších odpovědí můžeme zmínit nebezpečí zneužití osobních údajů (5), počítačových virů (4), strach a nejistota (4), šikana a kyberšikana (4).

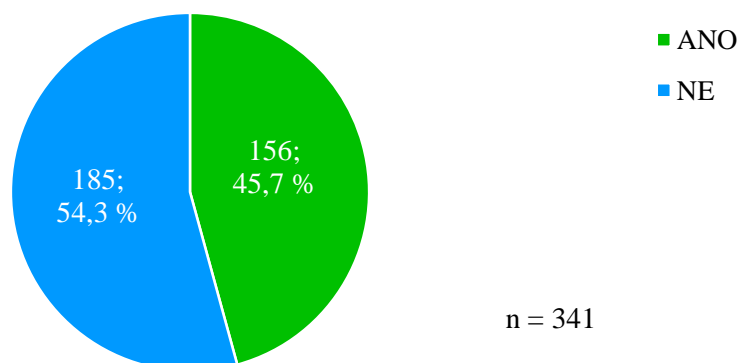


Graf č. 4 – Znalost webů či portálů ověřujících pravdivost informací

Na otázku: „Znáš nějaké webové stránky nebo portály, které ověřují pravdivost informací?“ odpovědělo 201 (58,94 %) respondentů záporně, z toho 3 se domnívají, že takový web/portál vůbec neexistuje. Ze 71 (20,83 %) žáků odpovědělo 13, že takový web znají, ale nepamatují si jeho název. Ze zbylých odpovědí byly nejčastější „Seznam.cz“ (12), „Wikipedie.cz“ (11), „Google.com“ (8), „Instagram“ (5), „Facebook“ (5) a „Nova.cz“ (4).

Další oblastí zájmu tohoto výzkumného šetření bylo, zda žáci znají nějakou konkrétní internetovou stránku či konkrétní médium, které přináší pouze ověřené/pravdivé informace. „Ne“ odpovědělo 176 (51,61 %) dotázaných, z toho 18 dotázaných se domnívá, že neexistuje médium, u kterého si můžeme být úplně jisti, že přináší jen pravdivé informace. „Ano“ pak odpovědělo 106 (31,09 %) dotázaných. Jako konkrétní příklady žáci uváděli nejčastěji „Seznam.cz“ (20), „Wikipedie.cz“ (19), „TV Nova, TN.cz, Televizní noviny“ (11), „iDNES.cz“ (9), „Google.com“ (7), „Youtube“ (6), „Česká televize“ (4) a „časopisy“ (4).

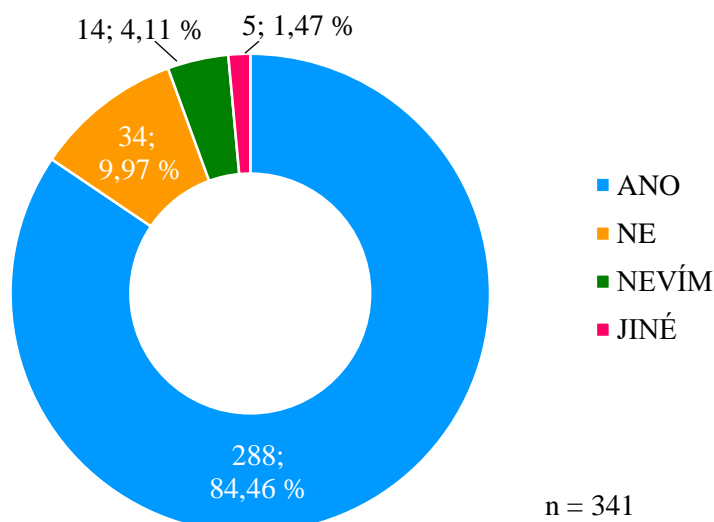
Máte ve škole nějaký vyučovací předmět, kde se o pravdivých a nepravdivých informacích, jejich rozlišování, šíření a rizicích bavíte?



Graf č. 5 – *Zapojení problematiky pravdivých a nepravdivých informací do výuky*

Následující dvě otázky byly zaměřeny na realizaci tohoto tématu v rámci školního vyučování. První otázka zkoumala, zda mají žáci ve škole nějaký vyučovací předmět, kde se o pravdivých a nepravdivých informacích, jejich rozlišování, šíření a rizicích baví. Zjištěná data ilustruje graf číslo 5. 185 (54,3 %) respondentů uvedlo, že se s touto problematikou v rámci žádného vyučovacího předmětu nesetkalo. Zbývajících 156 (45,7 %) respondentů uvedlo, že „ano“. S touto otázkou souvisí také otázka následující: „Měli jste ve škole nějakou přednášku, besedu nebo workshop na toto téma?“, na kterou 214 (62,8 %) dotázaných odpovědělo „ne“ a 127 (37,2 %) „ano“.

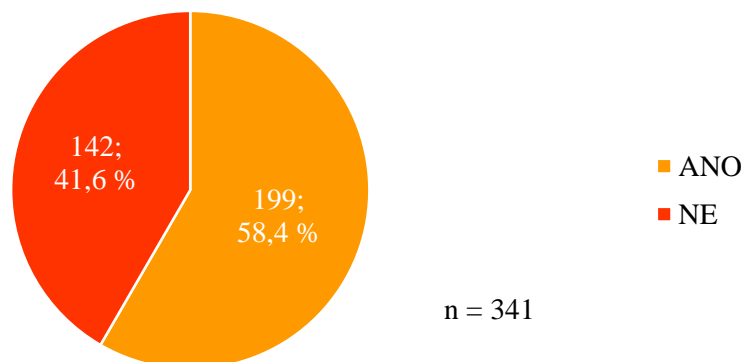
Je podle tebe důležité dokázat rozlišit pravdivé a nepravdivé informace?



Graf č. 6 – Význam schopnosti rozlišovat pravdivé a nepravdivé informace

Autorku této práce dále zajímalo, zda žáci 5. – 9. tříd základních škol považují schopnost rozlišit pravdivé a nepravdivé informace za důležitou a proč. Z celkového počtu 341 respondentů jich za důležitou považuje 288 (84,46 %) z nich. Jako nedůležitou ji označilo 34 (9,97 %) dotázaných a neurčitě se k této schopnosti staví 14 (4,11 %) dotázaných. Součástí této otázky bylo její zdůvodnění. Nejčastějšími důvody, které žáci uvedli, byly: „*abychom dál nešířili nepravdy*“ (26), „*protože je to důležité*“ (22), „*abychom věděli, co je pravda a co lež*“ (20), „*abychom se chránili před nebezpečím*“ (14), „*abychom nepanikařili*“ (11), „*abychom nebyli za blbce*“ (10), „*abychom nežili v nejistotě*“ (7), „*abychom měli přehled*“ (5), „*nemám rád lži*“ (5), „*může se to hodit*“ (4) a „*aby nás nikdo nepodvedl*“ (3).

Myslíš, že dokážeš rozeznat pravdivé a nepravdivé informace?



Graf č. 7 – *Aspirace žáků v oblasti rozlišování pravdivých a nepravdivých informací*

Poslední otázka před samotným zkoumáním schopností žáků rozlišit pravdivé a nepravdivé informace byla zacílena právě na jejich sebehodnocení (aspiraci), zda se domnívají, že dokáží od sebe tyto informace rozeznat. 58,4 % (199) dotázaných odpovědělo „ano“, zatímco 41,6 % (142) uvedlo, že „ne“.

Následující část dotazníku byla zaměřena více prakticky. Byla zde zkoumána schopnost ověřování konkrétních výroků či zpráv, se kterými se kdokoliv z nás může v prostředí internetu (i jinde setkat). V této části mohli respondenti ke zjišťování správných odpovědí, respektive „pravdy“ či „nepravdy“ daného sdělení využívat internet – doporučen jim byl vyhledávač Google.

První výrok zněl: „*Povinná školní docházka v ČR trvá 9 let.*“ Správně odpovědělo 91,2 % (311) žáků, že je výrok pravdivý. 8,8 % (30) žáků odpovědělo, že je nepravdivý.

Druhým výrokem bylo: „*Planeta Země je placatá. Má tvar plochého disku. Nemáme žádnou opravdovou fotografii Země, všechny jsou montáže. Dokonce i NASA přiznává, že záběry Země dělá ve Photoshopu.*“ Správnou odpověď – „nepravda“ uvedlo 91,5 % (315) dotázaných, nesprávně – „pravda“ odpovědělo 8,5 % (29) žáků.

Tvrzení že: „*Titanic nenarazil do ledovce, jednalo se o pojišťovací podvod. Společnost International Mercantil Marine, která plavidlo vyrobila, se zadlužila, a proto se její majitel uchýlil k pojišťovacímu podvodu.*“ jako nepravdivé správně vyhodnotilo 302 (88,6 %) respondentů. Zbylých 39 (11,4 %) se nechalo oklamat a uvedlo, že se jedná o pravdu.

Nepravdivé zprávě o tom, že: „Facebook má nové pravidlo. Sám od sebe vyřazuje neaktivní členy skupin. Proto vás prosíme, napište aspoň nějaký komentář pod tento příspěvek. To abyste tu mezi námi zůstali.“ uvěřilo 76 (22,3 %) dotazovaných. Správně jako nepravdivou tuto zprávu označilo 265 (77,7 %) dotazovaných.

Nesprávně vyhodnotilo pravdivý výrok o tom, že: „Největší pavouk na světě má rozpětí nohou 30 cm.“ celkem 128 (37,5 %) respondentů. To, že se jedná o „pravdu“, správně určilo 213 (62,5 %) respondentů.

„Evropská unie požaduje po Česku, aby přejmenovalo Karlův most na Most Václava Havla.“ Tuto nepravdivou zprávu správně vyhodnotilo 93 % (317) žáků. 7 % (24) žáků tomuto tvrzení uvěřilo a zvolilo možnost „pravda“.

Také u výroku, že: „Prezidentem České republiky je Miloš Zeman.“ se objevily nesprávné odpovědi. Celkem 13 (3,8 %) žáků se domnívá, že se jedná o nepravdu. Větší část dotazovaných (328; 96,2 %) uvedla, že je informace pravdivá.

Zpráva o tom, že: „Před několika týdny si jedna dívka v kině sedla na něco ostrého. Když vstala, aby zjistila, co to bylo, našla zapíchnutou jehlu do sedadla, na které byl připevněn vzkaz: 'Právě jsi byl/a nakažen/a HIV.'“ se šíří internetovým prostředím již řadu let. Mnohými webovými stránkami byla označena za nepravdivou. Přesto jí stále mylně věří 87 (25,5 %) dotazovaných. Jako nepravdivou ji správně označilo 254 (74,5 %) osob.

80 (23,5 %) dotazovaných se nechalo oklamat informací, že: „Od října roku 2018 je možný sběr hub v lesích jen na speciální průkaz od houbařského svazu. Novela zákona 289/1995 Sb. zavádí povinnost vlastnit tzv. houbařský lístek, který vydávají obecní či městské úřady. Kromě uhrazení správního poplatku ve výši 2 000 Kč za kalendářní rok je podmínkou i členství v Českém houbařském svazu, úřední přezkoušení ze znalosti jedlých a jedovatých hub a pravidelná účast na lesních brigádách.“ Správná odpověď byla „nepravda“ a rozpoznalo ji 261 (76,5 %) žáků.

Úspěšnější byli respondenti u zprávy, že: „Evropská unie chce zakázat Krtečka. Je černý a kope díry v zemi. 'Rasistické, nekorektní,' vykřikují úředníci.“ Tato zpráva je nepravdivá a tuto variantu vybralo 86,8 % (296) dotázaných. Chybně pak odpovědělo 13,2 % (45) respondentů.

S Evropskou unií souvisel i následující výrok: „Evropská lingvistická rada spadající pod EU jednohlasně rozhodla, že od letošního července ruší písmeno Ř. Důvodem je, že téměř

nikdo v Evropě tohle písmeno nepoužívá a pro každého, kdo neovládá češtinu, je jeho výslovnost extrémně obtížná.“ Vyhodnocení tohoto výroku je podobné, jako předchozího. 306 (89,7 %) žáků správně uvedlo, že výrok je „nepravda“. Zbylími 35 (10,3 %) byl nesprávně označen za pravdu.

Další sdělení obsahuje taktéž informaci týkající se Evropské unie. Ve sdělení se dočteme, že: *„Česko a Slovensko dostaly od Evropské unie výjimku a mohou při výrobě alkoholického nápoje 'tuzemák' dalších pět let používat tradiční rumový éter (aroma). Podle Evropského úřadu pro bezpečnost potravin esence obsahuje rakovinotvorné látky. Výjimka není platná pro výrobce cukrovinek.*“ Toto sdělení je pravdivé, což také uvedlo 112 (32,8 %) osob. Větší skupina (229; 67,2 %) respondentů se domnívá, že obsah tohoto sdělení není pravdivý.

Téma následujícího výroku je více zaměřeno na školní znalosti - *„Součet vnitřních úhlů v trojúhelníku je 180 stupňů.*“ Kladně a zároveň správně odpovědělo 74,2 % (253) dotazovaných, nesprávnou odpověď pak uvedlo 25,8 % (88) respondentů.

Posledním tvrzením v této části dotazníku bylo, že: *„Z obchodů zmizí na měsíc maso i salámy. Můžou za to vegetariáni a vegani.*“ Většina respondentů (304; 89,1 %) odhalila nepravdivost tohoto tvrzení, oklamat se nechalo 37 (10,9 %) dotazovaných.

V další části výzkumného šetření žáci opět s využitím internetu posuzovali, zda k sobě konkrétní informace a uvedený obrázek skutečně patří, respektive jsou společně pravdivé či nikoliv.



Obrázek č. 1 – Uprchlíci v Praze

U výše uvedeného obrázku byl připojen text: „*UPRCHLÍCI V PRAZE! Mají tu stanové městečko uprostřed hlavního města! Jak je to možné? Prý tu žádní nejsou! Toto je Pražská náplavka, kde jsou uprchlíci!*“ Správná odpověď zní „*nepravda*“ a zvolilo ji 257 (73,9 %) dotazovaných. Za pravdu byla tato otázka označena 89 (26,1 %) respondenty.



Obrázek č. 2 – *Obří krysa*

Obrázek číslo 2 spolu s výrokem: „*U dětského hřiště našli krysu. Vážila přes deset kilo.*“ je taktéž nepravdivý. Správně odpovědělo 245 (72,1 %) respondentů, špatně tyto údaje vyhodnotilo celkem 95 (27,9 %) respondentů.



Obrázek č. 3 – *256letý stařík*

Zpráva uvedená u tohoto obrázku zněla: „*256letý stařík před smrtí promluvil a odhalil světu šokující tajemství dlouhověkosti. Seznamte se s Li Čing-Juenem. Není to výmysl ani pohádka, skutečně. Podle článku v New York Times z roku 1930 objevil Wu Čung-čieh, profesor Univerzity v Čengdu, císařské záznamy z roku 1827, blahopřející Li Čing-Juenovi k jeho stopadesátým narozeninám a později i listiny s gratulací k dvoustým narozeninám*“

z roku 1877.“ Správně tuto zprávu vyhodnotilo 71,6 % (244) dotazovaných, kteří uvedli, že se jedná o nepravdu. Zbývajících 28,4 % (97) dotazovaných označilo tuto zprávu mylně za pravdivou.



Obrázek č. 4 – Migranti v Chebu

„To je Cheb. Česká televize i další televizní stanice o tom mlčí. Toto jsou migranti, které vyhostili z Německa k nám. Chebské nádraží. To je výsledek střežení hranic naší republiky. O tom se ale tiše mlčí a Českou televizi a další televize to nezajímá.“ Také tato zpráva včetně fotografie šířící se napříč internetovým prostředím není pravdivá. Správně odpovědělo celkem 265 (77,7 %) žáků, chybně 76 (22,3 %).



Obrázek č. 5 – Pavoučí síť v Pákistánu

Obrázek č. 5 spolu se zprávou, že: „Červencové povodně v roce 2010 měly v Pákistánu unikátní projev. Nad stoupající vodou se ukryly v korunách stromů miliony pavouků, a protože voda neklesala, jejich pavučiny větve doslova obalily kolem dokola.“ byl podle naměřených hodnot pro žáky obtížnější. Jedná se o pravdivou informaci. Rozdíl mezi

počtem správných a chybných odpovědí je poměrně malý. Možnost „pravda“ uvedlo 55,4 % (189) žáků, odpověď „nepravda“ zvolilo 44,6 % (152) žáků.



Obrázek č. 6 - Želvušky

Organismus vyobrazený na tomto obrázku skutečně existuje. Výrok o tom, že: „Nejodolnější organismy světa – želvušky snáší teploty od 150 °C do -273 °C. Přežívají působení tlaku 600 MPa, což je šestkrát větší tlak než na nejhlubším dně oceánu (Mariánský příkop).“ včetně obrázku je pravdivý. Správně dokázalo ověřit pravdivost této informace 212 (62,2 %) dotázaných, jako nepravdu ji označilo 129 (37,8 %) respondentů.



Obrázek č. 7 - Blobfish

Živočich z obrázku číslo 7 rovněž existuje. „Blobfish, česky sliznatá ryba, je druh hlubinné ryby z čeledi tlustohlavcovitých, která obývá hluboké pobřežní vody u Austrálie a Tasmánie.“ Správně informaci vyhodnotilo 71 % (242) respondentů. Zbýlých 29 % (99) informaci označilo jako „nepravda“.



Obrázek č. 8 - *Napůl člověk a napůl slon*

„*Napůl člověk a napůl slon, porodila ho norská žena. Miliony Indů ho považují za reinkarnaci boha Ganéši.*“ Podivné stvoření na obrázku číslo 8 je uměleckým dílem výtvarnice a sochařky Patricie Piccinini. Správným řešením tohoto úkolu byla tedy „*nepravda*“. Že se jedná o nepravdu, uvedlo 81,5 % (278) dotázaných, o opaku se domnívá 18,5 % (63) respondentů.

Cílem poslední otázky celého výzkumného šetření bylo zjistit, zda byl dotazník pro žáky obtížný či nikoliv. Tato otázka předcházela závěrečnému odkazu na správné odpovědi. Žáci odpovídali na základě subjektivních pocitů, nikoliv na základě objektivních výsledků. 191 (56 %) respondentů uvedlo, že pro ně dotazník nebyl obtížný. Zbývajících 150 (44 %) respondentů ho za obtížný označilo.

4.4 Závěry šetření

V dnešní době nás nepravdivé informace provázejí na každém kroku. Cílem výzkumného šetření bylo zjistit, zda jsou žáci 5. – 9. tříd základních škol s touto problematikou seznámeni, zda mají patřičné znalosti a dovednosti nezbytné pro rozlišování pravdivých a nepravdivých informací, jak vnímají význam této oblasti mediální výchovy a zda jí je věnován prostor v rámci výuky na základní škole. Do výzkumu se zapojilo celkem 341 žáků ve věku 10 – 17 let z pěti základních škol okresu Znojmo.

V šetření bylo zjištěno, že o pojmech fake news/dezinformace a hoax již někdy slyšelo 64,2 % (219) respondentů. Tito se s pojmy setkali nejčastěji na internetu (166), ve škole (98), v televizi (82) nebo od kamarádů (62). Z celkového počtu 341 respondentů jich pak 167 (48,97 %) dokázalo uvést konkrétní příklad. Nejvíce žáků (30) si vzpomnělo na dezinformace týkající se smrti nějaké známé osobnosti, nejčastěji Karla Gotta (19), Justina Biebera (2),

Seleny Gomez (3), ale také Rowana Atkinsona (1), Silvestera Stallona (1) či Miloše Zemana (3). Dalším častým příkladem byly poplašné řetězové zprávy (12), nepravdivá informace o konci světa v roce 2012 (7) nebo zpráva o psovi, který doštěkne 200 kilometrů (7).

Konkrétně s hoaxy (řetězovými zprávami) se dotazovaní nejvíce setkávají na sociálních sítích (78,9 %) nebo jinde na internetu (27,9 %), další častou odpovědí bylo, že jim je posílají kamarádi (23,5 %). Nepravdivé informace respondenti nacházejí rovněž nejvíce na sociálních sítích (68 %), dále v televizi (36,7 %) či jinde na internetu (27,6 %).

Za nebezpečné považuje nepravdivé informace většina respondentů (268; 78,59 %), konkrétní weby, které ověřují pravdivost informací, zná však pouze 71 (20,83 %) dotázaných. Za tyto weby žáci nejčastěji označili Seznam.cz (12), Wikipedii (11) a Google.cz (8). Po jednom žákovi si vzpomnělo na portál E-Bezpečí a server Hoax.cz. Za čistě pravdivá média a weby považují respondenti nejčastěji Seznam.cz (20), Wikipedii (19) a iDnes.cz (9). Celkem 18 dotázaných uvedlo, že ryze pravdivé médium neexistuje.

Pro autorku této práce je alarmující zjištění, že více než polovina dotazovaných žáků (185; 54,3 %) se v rámci školní výuky nesetkala s problematikou pravdivých a nepravdivých informací, stejně jako fakt, že 214 (62,8 %) respondentů neabsolvovalo žádnou přednášku, besedu či workshop na toto téma. Význam schopnosti rozlišit pravdivé a nepravdivé informace si uvědomuje 288 dotazovaných (84,46 %) a 58,4 % (199) žáků uvedlo, že tuto schopnost má.

Prakticky orientovaná část výzkumného šetření zaměřená na rozlišování pravdivých a nepravdivých informací obsahovala celkem 22 otázek, k jejichž zodpovězení bylo žákům doporučeno použít internet. U 20 otázek správně rozhodla nadpoloviční většina (tedy více než 150) respondentů. Zbývající dva výroky vyhodnotila chybně více než polovina respondentů. Jednalo se o výrok týkající se evropské výjimky ve věci výroby alkoholického nápoje „tuzemáku“ (229 respondentů) a o výrok o existenci nejodolnějšího organismu světa – želvušky (212 respondentů). Dalším obtížným úkolem byla pro žáky zpráva (včetně fotografie) týkající se červencové povodně v roce 2010 v Pákistánu, kde pavučiny obalily stromy kolem dokola. Tento úkol určilo chybně 152 respondentů.

ZÁVĚR

V dnešním světě nás na každém kroku obklopuje nesmírné množství informací. Jejich produkce se každou minutou zvyšuje. Vždy se však nejedná o informace pravdivé, stále častěji se setkáváme s informacemi nepravdivými či částečně pravdivými. To klade zvýšené požadavky na percepci těchto zpráv příjemcem, jímž je každý z nás. Rozeznat pravdivé informace od těch nepravdivých není vždy úplně snadné. Přesto je nezbytné si tuto dovednost osvojit, rozvíjet a každé sdělení předtím, než ho přijmeme jako pravdivé, kriticky zanalyzovat a ověřit. Tyto schopnosti by se měly rozvíjet již na základní škole.

Tato diplomová práce se skládá ze dvou hlavních částí, teoretické a praktické. Teoretická část je dále rozčleněna do 3 kapitol. První kapitola se věnuje obecně informacím, jejich vymezení, významu a především médiím, prostřednictvím kterých se informace šíří. Prostor byl věnován dělení těchto médií, jejich historickému vývoji a také rizikům, která se v souvislosti s informacemi objevují. Druhá kapitola se zabývá specifickým druhem informací – nepravdivými informacemi. Jsou zde vysvětleny základní pojmy vztahující se k tomuto tématu, jakými jsou dezinformace/fake news, bylo nahlédnuto do dávné historie a uvedeno, k čemu se tento druh informací využívá. Dále byly rozebrány jednotlivé druhy nepravdivých informací včetně konkrétních příkladů, se kterými se můžeme v prostředí internetu (a nejen v něm) běžně setkat. Další oblastí zájmu byly způsoby šíření těchto informací a metody či způsoby jejich ověřování. Závěrečná třetí kapitola teoretické části je zaměřena na oblast mediální výchovy, která je zde vymezena jak obecně, tak ve vztahu k Rámcovému vzdělávacímu programu pro základní vzdělávání, jehož je průřezovým tématem. Významnou částí této kapitoly je vymezení mediální gramotnosti a kritického myšlení, které jsou nezbytným předpokladem pro rozlišování pravdivých a nepravdivých informací. V závěru této kapitoly je věnován prostor výzkumům v oblasti mediální gramotnosti a programům a projektům zabývajícím se touto problematikou cílených především na žáky základních, případně středních škol.

Výzkumné šetření v praktické části této práce bylo zaměřeno na zkoumání mediální gramotnosti u žáků 5. – 9. tříd základních škol. Zúčastnilo se ho 341 respondentů z pěti základních škol okresu Znojmo. Výchozím zdrojem dat byla kvantitativní metoda dotazníku, který obsahoval celkem 38 položek. První polovina dotazníku byla orientována převážně teoreticky, zatímco v druhé polovině byly prověřovány praktické schopnosti respondentů. Získaná data byla zanalyzována a vyhodnocena pomocí grafů.

Výsledky šetření ukázaly, že značná část respondentů si uvědomuje závažná rizika spojená s nepravdivými informacemi, ne vždy je však schopna dané informace vhodně analyzovat a vyhodnotit. Na základě zjištěných dat vnímá autorka této práce značné rezervy v oblasti školního vyučování. Lze předpokládat, že nepravdivé informace budou stále více zasahovat do našich životů, proto autorka považuje za nezbytné věnovat této problematice dostatek zájmu a prostoru v prostředí školy, a tím připravovat mladou generaci pro život v současném světě.

SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ

Graf č. 1 – *Věkové složení respondentů*

Graf č. 2 – *Místo setkání s pojmy fake news/dezinformace a hoax*

Graf č. 3 – *Nebezpečí nepravdivých informací*

Graf č. 4 – *Znalost webů či portálů ověřujících pravdivost informací*

Graf č. 5 – *Zapojení problematiky pravdivých a nepravdivých informací do výuky*

Graf č. 6 – *Význam schopnosti rozlišovat pravdivé a nepravdivé informace*

Graf č. 7 – *Aspirace žáků v oblasti rozlišování pravdivých a nepravdivých informací*

Obrázek č. 1 – *Uprchlíci v Praze*

Obrázek č. 2 – *Obří krysa*

Obrázek č. 3 – *256letý stařík*

Obrázek č. 4 – *Migranti v Chebu*

Obrázek č. 5 – *Pavoučí síť v Pákistánu*

Obrázek č. 6 – *Želvušky*

Obrázek č. 7 - *Blobfish*

Obrázek č. 8 - *Napůl člověk a napůl slon*

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Tištěné publikace

1. ALTMANOVÁ, Jitka, Jaroslav FALTÝN, Katarína NEMČÍKOVÁ a Eva ZELENDOVÁ. *Gramotnosti ve vzdělávání: příručka pro učitele*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický, 2010. ISBN 978-80-87000-41-0.
2. ALVAROVÁ, Alexandra. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2017. ISBN 978-80-7553-492-7.
3. ANDREJSKOVÁ, Jana a David TICHÝ. *Mediální výchova - nástroj rozvoje klíčových kompetencí: modulový výukový program, pracovní DVD*. Čáslav: Gymnázium a Střední odborná škola pedagogická, 2012. ISBN 978-80-260-3588-6.
4. BELLAMY Christopher. *What is Information Warfare?* In MATTHEWS Ron and TREDDENICK John. *Managing the Revolution in Military Affairs*. Basingstoke: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-78189-9.
5. BÍNA, Daniel. *Výchova k mediální gramotnosti*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2005. ISBN 80-7040-844-8.
6. BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace: černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6.
7. BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Hranice: Fabula, 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.
8. BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001. ISBN 8085947676.
9. CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-1037-X.
10. ČAPEK, Karel. 1986. *O umění a kultuře III*. In: MLEZIVA, Emil a Miloslav PETRUSEK. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 8070213914.
11. FRANK, Tomáš a Věra JIRÁSKOVÁ. *K mediální výchově*. Praha: Občanské sdružení SPHV, 2008. ISBN 978-80-904187-4-5.
12. FTOREK, Jozef. *Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0605-9.
13. GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-2249-5.

14. HÖPPNER, Ondřej. *Zpověď bulvární hyeny*. Řitka: Daranus, 2007. ISBN 978-80-86983-15-8.
15. JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
16. JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
17. JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.
18. KAPFERER, Jean Noël. *Fáma - nejstarší médium světa*. Praha: Práce, 1992. ISBN 80-208-0262-2.
19. KLAPETEK, Milan. *Komunikace, argumentace, rétorika*. Praha: Grada, 2008. ISBN 9788024726526.
20. KOPECKÝ, Kamil. *Specifika rozvoje čtenářské gramotnosti a čtenářských strategií v prostředí internetu*. In: ŘEŘICHOVÁ, Vlasta. *Úroveň čtenářských strategií patnáctiletých žáků na konci základního vzdělávání*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. ISBN 978-80-244-5061-2.
21. KOUKOLÍK, František. *Vzpouza deprivantů: nestvůry, nástroje, obrana*. Praha: Galén, 2006. Makropulos. ISBN 80-7262-410-5.
22. MAŠEK, Jan, Zdeněk SLOBODA a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice: Plzeň, 17. - 18. června 2009*. Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU, 2010. ISBN 978-80-7043-851-0.
23. MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech, 2006. ISBN 80-239-6762-2.
24. MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
25. MLEZIVA, Emil a Miloslav PETRUSEK. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 8070213914.
26. MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací: jak s námi informace manipulují*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2004. ISBN 80-86898-12-1.
27. MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. Institut mediální komunikace. ISBN 80-7220-157-3.
28. NUTIL, Petr. *Média lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.

29. PIPES, Daniel. *Spiknutí: názory a teorie*. Přeložila Daria DVOŘÁKOVÁ. Praha: Themis, 2003. Studie. ISBN 80-7312-022-4.
30. RABUŠICOVÁ, Milada. *Gramotnost: staré téma v novém pohledu*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2002. ISBN 80-210-2858-0.
31. REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
32. ŘÍČAN, Pavel a Drahomíra PITHARTOVÁ. *Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
33. SHIBUTANI, Tamotsu. 1966. *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. In: KAPFERER, Jean Noël. *Fáma - nejstarší médium světa*. Praha: Práce, 1992. ISBN 80-208-0262-2.
34. SCHORB, Bernd a Zdeněk SLOBODA. *Teorie mediální pedagogiky*. In: MAŠEK, Jan, Zdeněk SLOBODA a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice: Plzeň, 17. - 18. června 2009*. Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU, 2010. ISBN 978-80-7043-851-0.
35. SOCHOROVÁ, Dagmar. *Mediální výchova: reflexe učitelů českého jazyka a literatury*. Brno: Masarykova univerzita, 2016. ISBN 978-80-210-8523-7.
36. ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. ISBN 80-7254-360-1.
37. TOMAN, Prokop. *Teorie informace 1: Úvod pro ekonomy*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1993. ISBN 80-7079-627-8.
38. VERNER, Pavel a Mária BEZCHLEBOVÁ. *Mediální výchova: průřezové téma*. Úvaly: Albra, 2007. ISBN 978-80-7361-042-5.
39. VERNER, Pavel. *Historie mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2013. ISBN 978-80-7452-027-3.
40. VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. ISBN 978-80-7452-015-0.
41. VYBÍRAL, Zbyněk. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0869-3.
42. ŽANTOVSKÝ Petr a Maciej IŁOWIECKI. *Manipulace v médiích*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-86723-50-1.

Elektronické zdroje

1. 365tipu.cz. *TIP#180: Jak najdu odkud pochází nějaká fotografie? Jak zjistím kdo je autorem?*[online]. 2015 [cit. 2018-12-07]. Dostupné z: <https://365tipu.cz/2015/06/29/tip180-jak-najdu-odkud-pochazi-nejaka-fotografie-jak-zjistim-kdo-je-autorem/>
2. Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám. Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 2019 [cit. 2019-02-21]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/cthh/>
3. Urban Dictionary. *Clickbait* [online]. 2015 [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=clickbait>
4. CNN. *When seeing is no longer believing. Inside the Pentagon's race against deepfake videos* [online]. 2019 [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/interactive/2019/01/business/pentagons-race-against-deepfakes/>
5. Česká školní inspekce. *Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018 – tematická zpráva* [online]. 2018 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: https://www.csicr.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Medialni-vychova_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx
6. FOJTŮ, Martina. *Studenti bojují s dezinformacemi pomocí únikové hry Fakescape* [online]. 2018 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.em.muni.cz/student/11092-studenti-bojuji-s-dezinformacemi-pomoci-unikove-hry-fakescape>
7. GOLIS, Ondřej. *Nová zbraň informační války. ,Deep fakes mohou napáchat obrovské škody,‘ varuje odbornice* [online]. 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-fake-news-deep-fakes-petra-vejvodova_1903060633_ogo
8. GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech* [online]. 2016 [cit. 2019-01-06]. Dostupné z: https://www.academia.edu/26046763/V%C3%BDzkumn%C3%A1_zpr%C3%A1va_Anal%C3%BDza_manipulativn%C3%ADch_tech_nik_na_vybran%C3%BDch_%C4%8Desk%C3%BDch_serverech
9. HEŘMANOVÁ, Marie. *Fact-checking nás nespasí* [online]. 2017 [cit. 2018-12-07]. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/25509-fact-checking-nas-nespasi>
10. Hoax.cz [online]. 2019 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <http://www.hoax.cz/hoax/>

11. iROZHLAS.cz. *Dezinformace* [online]. 2019 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/dezinformace/>
12. JANOŮŠEK, Artur. *Elfové proti trollům. Skupina Čechů se snaží potírat ničivý obsah internetu.* [online]. 2018 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/internet-boj-proti-trollum-cesti-elfove.A181120_211753_domaci_zaz
13. Jeden svět na školách. *5 klíčových otázek* [online]. 2019a [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/5-klicovych-otazek-metodicka-koncepce>
14. Jeden svět na školách. *Co je to JSNS?* [online]. 2019b [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/o-jsns/o-nas>
15. Jeden svět na školách. *Kovyho mediální ring* [online]. 2019d [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/lekce/226333-kovyho-medialni-ring>
16. Jeden svět na školách. *Mediální vzdělávání* [online]. 2019c [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>
17. Jeden svět na školách. *Týdny mediálního vzdělávání* [online]. 2019e [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/tydny-medialniho-vzdelavani-2019>
18. KOPECKÝ, Kamil. *Fake news - úvod do problematiky.* [online]. 2017 [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/1264-fake-news>
19. KREJČÍ, Markéta. *Kdo nás dezinformuje?* [online]. 2017 [cit. 2018-12-12]. Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/vyzkum/kdonasdezinformuje/>
20. Manipulátoři.cz. *Hoax* [online]. 2019 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/lexikon/hoax/>
21. MAREŠ, Petr. *Konspirační teorie aneb věřit všemu je jako nevěřit ničemu.* [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/konspiracni-teorie-aneb-verit-vsemu-je-jako-neverit-nicemu/>
22. MAZÁK, Jaromír. *Žijeme v zajetí bublin? Jak mohou sociální sítě přispívat k polarizaci společnosti* [online]. 2017 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/komentare/zijeme-v-zajeti-bublin-predstavy-o-narustajici-polarizaci-spolecnosti-jsou_1705181904_zlo

23. Ministerstvo vnitra České republiky. *Definice dezinformací a propagandy* [online]. 2019 [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
24. Nesdílímfake.cz. *Jak na ně* [online]. 2019 [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://nesdilimfake.cz/#Fake-News>
25. NIMMO, Ben. *Identifying disinformation: an ABC* [online]. 2016 [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <https://www.ies.be/files/PB%202016:01%20Ben%20Nimmo.pdf>
26. *Ottův slovník naučný: ilustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí* [online]. Praha: Paseka, 1998. ISBN 80-7185-156-6. Dostupné z: <http://kramerius4.nkp.cz/search/i.jsp?pid=uuid:d32d9ae0-e6e8-11e4-a794-5ef3fc9bb22f>
27. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online]. 2017 [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/41216/>
28. SLOUKA, David. *Polopravda horší lži: Jak rozpoznat lež a manipulaci s informacemi na internetu?* [online]. 2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://insmart.cz/polopravda-horsi-lzi-rozpoznat-manipulaci-informacemi-internetu/>
29. STEM/MARK. *Mediální gramotnost je v Česku nízká – pouze čtvrtina dospělé populace v ní dosahuje uspokojivé úrovně* [online]. 2018 [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/>
30. StoryTLRS. *Instagram ožil kampaní #nesdilimfake* [online]. 2019 [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <https://storytlrs.webflow.io/pr/19-02-19>
31. VÁLOVÁ, Irena. *Výroky Bradáčové: Žádné weby jako dezinformační neoznačujeme, uvedlo vnitro.* [online]. 2019 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: <http://www.ceska-justice.cz/2019/03/vyroky-bradacove-zadne-weby-jako-dezinformacni-neoznacujeme-uvvedlo-vnitro/>
32. VESELKOVÁ, Zuzana. *Falešné zprávy a dezinformace kolem nás* [online]. 2017 [cit. 2019-03-04]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/5068/etika-a-kvalita-zurnalistiky/dezinformace-a-fake-news-kolem-nas>
33. VILLASENOR, John. *Artificial intelligence, deepfakes, and the uncertain future of truth* [online]. 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <https://www.brookings.edu/blog/techtank/2019/02/14/artificial-intelligence-deepfakes-and-the-uncertain-future-of-truth/>

34. *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2017* [online]. 2017 [cit. 2019-03-07]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocnizpravy/2017-vz-cz.pdf>
35. WURMOVÁ, Nela. *Psychologie konspiračních teorií* [online]. 2015 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://psychologie.cz/psychologie-konspiracnich-teorii/>
36. ZELENKA, Jakub a Lukáš PRCHAL. *Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů.* [online]. 2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statu-t/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/?redirected=1553974697>
37. Zvol.si.info [online]. 2019 [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://zvol.si.info>

Zdroje použitých obrázků

Obrázek č. 1 – *Uprchlíci v Praze*. Zdroj: Facebook.com

Obrázek č. 2 – *Obří krysa*. Zdroj: Manipulatori.cz

Obrázek č. 3 – *256letý stařík*. Zdroj: AC24.cz

Obrázek č. 4 – *Migranti v Chebu*. Zdroj: Manipulatori.cz

Obrázek č. 5 – *Pavoučí síť v Pákistánu*. Zdroj: Wikinews.org

Obrázek č. 6 – *Želvušky*. Zdroj: Carolchanning.net

Obrázek č. 7 – *Blobfish*. Zdroj: Telegraph.co.uk

Obrázek č. 8 - *Napůl člověk a napůl slon*. Zdroj: Artlistr.com

PŘÍLOHA

Dotazník k výzkumu

Pravdivé a nepravdivé informace na internetu

Vážené respondentky, vážení respondenti,

obracím se na Vás s žádostí o vyplnění mého dotazníku určeného žákům 5. až 9. tříd ZŠ. Tento dotazník poslouží jako podklad pro moji diplomovou práci na téma „Percepce a produkce pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu jako součást mediální výchovy“. Dovoluji si Vás rovněž požádat o co nejpřesnější vyplnění dotazníku. K části otázek je povoleno a doporučeno využít internetový prohlížeč Google (vyznačeno v dotazníku). Účast ve výzkumu je zcela anonymní. Předem děkuji za spolupráci!

Martina Kuchaříková, studentka Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci

*Povinné pole

1. Pohlaví *

- žena
- muž

2. Věk *

- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17

3. Bydlím *

- na vesnici
- ve městě

4. Slyšel/a jsi někdy o pojmech FAKE NEWS/DEZINFORMACE, HOAX? *

- Ano
- Ne

5. Kde ses s těmito pojmy setkal/a? * (možnost více odpovědí)

- internet
- televize
- noviny/časopisy
- škola
- kamarádi
- rodina

Fake news/dezinformace, hoax

Fake news/dezinformace - nepravdivé nebo zavádějící informace, které jsou šířeny záměrně s cílem ovlivnit či zmanipulovat příjemce. Šíří se prostřednictvím televize, internetu, novin, časopisů a jiných médií.

Hoax - poplašná řetězová zpráva, která se šíří prostřednictvím internetu a nabádá k dalšímu rozeslání nebo sdílení.

6. Vzpomeneš si na nějakou konkrétní fake news/dezinformaci nebo hoax? Napiš jeden konkrétní příklad. *

7. Kde se nejčastěji setkáváš s hoaxy (řetězovými zprávami)? * (možnost více odpovědí)

- sociální sítě (Facebook, Messenger, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp a další)
- posílají mi je kamarádi, spolužáci
- chodí mi mailem, odesilatele neznám
- chodí mi mailem, odesilatele znám
- jinde na internetu
- Jiné:

8. Kde se nejčastěji setkáváš s nepravdivými informacemi? * (možnost více odpovědí)

- televize
- noviny/časopisy
- sociální sítě (Facebook, Messenger, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp a další)
- posílají mi je kamarádi, spolužáci
- chodí mi mailem, odesilatele neznám
- chodí mi mailem, odesilatele znám
- jinde na internetu
- Jiné:

9. Mohou být nepravdivé informace nebezpečné? Svoji odpověď zdůvodni. *

10. Znáš nějaké webové stránky nebo portály, které ověřují pravdivost informací? Pokud ano, uveď které. *

11. Znáš nějakou konkrétní internetovou stránku nebo jiné konkrétní médium, kde jsou podle tebe jen pravdivé/ověřené informace? Napiš jeden příklad. *

12. Máte ve škole nějaký vyučovací předmět, kde se o pravdivých a nepravdivých informacích, jejich rozlišování, šíření a rizicích bavíte? *

- Ano
- Ne

13. Měli jste ve škole nějakou přednášku, besedu nebo workshop na toto téma? *

- Ano
- Ne

14. Je podle tebe důležité dokázat rozlišit pravdivé a nepravdivé informace? Svoji odpověď zdůvodni. *

15. Myslíš, že dokážeš rozeznat pravdivé a nepravdivé informace? *

- Ano
- Ne

Rozhodni o pravdivosti/nepravdivosti následujících výroků:

K vypracování všech následujících úkolů můžeš používat internet. Doporučuji internetový prohlížeč Google.

16. Povinná školní docházka v ČR trvá 9 let. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

17. Planeta Země je placatá. Má tvar plochého disku. Nemáme žádnou opravdovou fotografii Země, všechny jsou montáže. Dokonce i NASA přiznává, že záběry Země dělá ve Photoshopu. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

18. Titanic nenarazil do ledovce, jednalo se o pojišťovací podvod. Společnost International Mercantil Marine, která plavidlo vyrobila, se zadlužila, a proto se její majitel uchýlil k pojišťovacímu podvodu. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

19. Facebook má nové pravidlo. Sám od sebe vyřazuje neaktivní členy skupin. Proto vás prosíme, napište aspoň nějaký komentář pod tento příspěvek. To abyste tu mezi námi zůstali. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

20. Největší pavouk na světě má rozpětí nohou 30 cm. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

21. Evropská unie požaduje po Česku, aby přejmenovalo Karlův most na Most Václava Havla. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

22. Prezidentem České republiky je Miloš Zeman. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

23. Před několika týdny si jedna dívka v kině sedla na něco ostrého. Když vstala, aby zjistila, co to bylo, našla zapíchnutou jehlu do sedadla, na které byl připevněn vzkaz: „Právě jsi byl/a nakažen/a HIV.“ *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

24. Od října roku 2018 je možný sběr hub v lesích jen na speciální průkaz od houbařského svazu. Novela zákona 289/1995 Sb. zavádí povinnost vlastnit tzv. houbařský lístek, který vydávají obecní či městské úřady. Kromě uhrazení správního poplatku ve výši 2 000 Kč za kalendářní rok je podmínkou i členství v Českém houbařském svazu, úřední přezkoušení ze znalosti jedlých a jedovatých hub a pravidelná účast na lesních brigádách. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

25. Evropská unie chce zakázat Krtečka. Je černý a kope díry v zemi. „Rasistické, nekorektní,“ vykřikují úředníci. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

26. Evropská lingvistická rada spadající pod EU jednohlasně rozhodla, že od letošního července ruší písmeno Ř. Důvodem je, že téměř nikdo v Evropě tohle písmeno nepoužívá a pro každého, kdo neovládá češtinu, je jeho výslovnost extrémně obtížná. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

27. Česko a Slovensko dostaly od Evropské unie výjimku a mohou při výrobě alkoholického nápoje "tuzemák" dalších pět let používat tradiční rumový éter (aroma). Podle Evropského úřadu pro bezpečnost potravin esence obsahuje rakovinotvorné látky. Výjimka není platná pro výrobce cukrovinek. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

28. Součet vnitřních úhlů v trojúhelníku je 180 stupňů. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

29. Z obchodů zmizí na měsíc maso i salámy. Můžou za to vegetariáni a vegani. *

- PRAVDA
- NEPRAVDA

Poznáš, který obrázek a výrok je pravdivý a který nepravdivý?

Opět doporučuji na pomoc internetový prohlížeč Google.

30. UPRCHLÍCI V PRAZE! Mají tu stanové městečko uprostřed hlavního města! Jak je to možné? Prý tu žádní nejsou! Toto je Pražská náplavka, kde jsou uprchlíci! *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

31. U dětského hřiště našli krysu. Vážila přes deset kilo. *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

32. 256letý stařík před smrtí promluvil a odhalil světu šokující tajemství dlouhověkosti. Seznamte se s Li Čing-Juenem. Není to výmysl ani pohádka, skutečně. Podle článku v New York Times z roku 1930 objevil Wu Čung-čieh, profesor Univerzity v Čengdu, císařské záznamy z roku 1827, blahopřející Li Čing-Juenovi k jeho stopadesátým narozeninám a později i listiny s gratulací k dvoustým narozeninám z roku 1877. *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

33. To je Cheb. Česká televize i další televizní stanice o tom mlčí. Toto jsou migranti, které vyhostili z Německa k nám. Chebské nádraží. To je výsledek střežení hranic naší republiky. O tom se ale tiše mlčí a Českou televizi a další televize to nezajímá. *



Petr
Cheb nádraží
Sdílet: Včera
To se líbí 2 uživatelům.
Sdíleno: 1.359x

Album: Mobilní příspěvky
Sdíleno s: Veřejný
Otevřít prohlížeč fotek
Stáhnout
Více o příspěvku

- PRAVDA
- NEPRAVDA

34. Červencové povodně v roce 2010 měly v Pákistánu unikátní projev. Nad stoupající vodou se ukryly v korunách stromů miliony pavouků, a protože voda neklesala, jejich pavučiny větve doslova obalily kolem dokola. *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

35. Nejdolnější organismy světa – želvušky snáší teploty od 150 °C do -273 °C. Přežívají působení tlaku 600 MPa, což je šestkrát větší tlak než na nejhlubším dně oceánu (Mariánský příkop). *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

36. Blobfish, česky sliznatá ryba, je druh hlubinné ryby z čeledi tlustohlavcovitých, která obývá hluboké pobřežní vody u Austrálie a Tasmánie. *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

37. Napůl člověk a napůl slon, porodila ho norská žena. Miliony Indů ho považují za reinkarnaci boha Ganéši. *



- PRAVDA
- NEPRAVDA

Hotovo!

38. Byl pro tebe dotazník obtížný? *

- Ano
- Ne

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Bc. Martina Kuchaříková
Katedra:	Katedra českého jazyka a literatury
Vedoucí práce:	doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.
Rok obhajoby:	2019

Název práce:	Percepce a produkce pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu jako součást mediální výchovy
Název v angličtině:	Perception and Production of True and False Information on the Internet as a Part of the Media Education
Anotace práce:	Diplomová práce „Percepce a produkce pravdivých a nepravdivých informací v prostředí internetu jako součást mediální výchovy“ se věnuje problematice pravdivých a nepravdivých informací a jejich vlivu na společnost. Součástí práce je obecné vymezení informací, vzhled do problematiky nepravdivých informací a začlenění výše uvedeného do kontextu mediální výchovy. Praktická část je zaměřena na zkoumání v oblasti mediální gramotnosti žáků 5. – 9. tříd základních škol a analýzu a interpretaci informací získaných výzkumným šetřením, jež bylo provedeno metodou dotazníku.
Klíčová slova:	informace, dezinformace, pravdivé informace, nepravdivé informace, fake news, média, internetové/webové stránky, alternativní a dezinformační weby, mediální výchova, mediální gramotnost, ověřování pravdivosti, manipulace, propaganda, ovlivňování, kritické myšlení, pravdivost

Anotace v angličtině:	<p>The Master's Thesis „Perception and Production of True and False Information on the Internet as a Part of the Media Education“ deals with the problematics of true and false information and its influence on Society. The Thesis covers the general definition of the Information as well as the insight into problematics of false information and its integration in the context of the media education. The practical part of the thesis is focused on the media literacy research of pupils from 5th to 9th grade in the Primary school and the interpretation of the information obtained from the research investigation performed by means of a survey.</p>
Klíčová slova v angličtině:	<p>information, disinformation, true information, false information, fake news, media, website, alternative and disinformation website, medial education, media literacy, verification of information, manipulation, propaganda, influencing, critical thinking, truth</p>
Přílohy vázané v práci:	<p>Dotazník k výzkumu</p>
Rozsah práce:	<p>95 stran</p>
Jazyk práce:	<p>Český jazyk</p>