

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

## **Diplomová práce**

**2023**

**Bc. Dominik Misík**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Digitální propast a šíření dezinformací  
v období pandemie COVID-19**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Dominik Misík

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Radim Wolák

Rok obhajoby: 2023

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Dominik Misík

## **Bibliografický záznam**

MISÍK, Dominik. *Digitální propast a šíření dezinformací v období pandemie COVID-19*. Praha, 2023. 91 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Radim Wolák.

**Rozsah práce: 126 413 znaků včetně mezer**

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zaměřuje na problematiku digitální propasti a šíření dezinformací v období pandemie COVID-19. Teoretická část se věnuje prvním zmínkám o digitální propasti a představuje některé z osobností, které se touto oblastí zabývaly. Jsou zde vysvětleny měřicí metody a pro lepší pochopení jsou také uvedena data spojená s digitální propastí v roce 2021. V další části jsou uvedeny základní pojmy z oblasti dezinformací, které jsou zasazeny nejen do historického kontextu, ale i do současnosti. Příkladem mohou být fake news, které se objevily během pandemie COVID-19. Další kapitola se zabývá obrannými technikami proti dezinformacím, a to jak z tuzemského, tak mezinárodního hlediska. V závěru teoretické části jsou představeny výsledky celosvětové studie Světové zdravotnické organizace, která zkoumala způsoby získávání a práci s informací o pandemii COVID-19.

V praktické části byly poznatky z této studie zasazeny do České republiky, a to za pomoci kvantitativní metody formou dotazníkového šetření u více než tři sta respondentů. Získaná data jsou pak následně částečně porovnána s výsledky z mezinárodní studie WHO. Cílem je získat základní porovnání mezi vzorkem české a zahraniční populace a potvrdit či vyvrátit předem stanovené hypotézy.

## **Abstract**

This thesis focuses on two main topics: the digital divide and the spread of misinformation during the COVID-19 pandemic. The theoretical part is dedicated to the first mentions of the digital divide and introduces some of the main people who dealt with this area. The thesis follows up with the measurement and for a better understanding there are presented the data associated with the digital divide in 2021. In the next part, basic concepts from the field of disinformation are described, which are placed not only in a historical context, but also in the current reality. An example could be fake news that appeared during the COVID-19 pandemic. The next chapter deals with defense techniques against disinformation, both domestically and internationally. The results of a global study by the World Health Organization, which investigated ways of obtaining and working with information about the COVID-19 pandemic, are presented at the end of the theoretical part. In the practical part, the findings from this study were applied to the Czech Republic, with the help of a quantitative method in the form of a questionnaire survey with more than

three hundred respondents. The obtained data are then partially compared with the results from an international WHO study. The aim is to gain a basic comparison between a sample of the Czech and foreign population and to confirm or refuse previously established hypotheses.

### **Klíčová slova**

Pandemie, dezinformace, digitální propast, koronavirus, média,

### **Keywords**

Pandemic, disinformation, digital divide, coronavirus, media

### **Title/název práce**

**The digital divide and the spread of the fake news during the COVID-19 pandemic**

# Obsah

Úvod	9
1 Digitální propast	12
1.1 Průkopníci v digitální propasti	12
1.1.1 Fritz Machlup	12
1.1.2 Manuel Castells	13
1.2 Rozdělení digitální propasti	14
1.3 Měřicí metody digitální propasti	17
1.4 Statistické údaje digitální propasti	18
2 Manipulace s informacemi	21
2.1 Dezinformace	22
2.2 Propaganda	24
2.3 Hoax	27
2.4 Mylné informace	27
2.5 Konspirační teorie	28
2.6 Mýtus	28
3 COVID-19 a Fake News	29
3.1 Příklady z pandemie COVID-19	30
4 Strategie boje proti dezinformacím	34
5 Mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace	38
5.1. Zdroje pro hledání informací	39
5.2 Preferovaný obsah při sdílení informací na sociálních sítích	40
5.3 Detekce dezinformací a následná reakční schopnost na ně	40
5.4 Míra obav z pandemie a hlavní důvody	42
5.5 Zájem o informace k vakcíně	42
5.6 Přehlcenost informacemi	42
6 Metodologie	44
7 Praktická část	45
7.1 Dotazníkové šetření	46
7.1.1 Demografická data	47
7.1.2 Kde respondenti získávají informace	48
7.1.3 Úroveň znalosti práce s komunikačními technologiemi	52
7.1.4 Práce s informacemi v době pandemie COVID-19	56
7.1.5 Využívání sociálních sítí	59
7.1.6 Obsah sdílený na sociálních sítích	60
7.1.7 Preferovaný obsah na začátku pandemie a v jejím průběhu	62
7.1.8 Důvěryhodnost zdrojů	64
7.1.9 Obavy v době pandemické	69
7.1.10 Pět tvrzení o pandemii COVID-19	71
7.1.11 Fake news v období pandemie COVID-19	74
7.1.12 Informace poskytované Světovou zdravotnickou organizací	81

8 Závěr	84
Použitá literatura	88
Seznam obrázků	90
Seznam grafů	90
Seznam tabulek	91



## Úvod

Existuje velké množství definicí a přístupů, které se snaží pochopit a vysvětlit oblast digitální propasti. Nejedná se o příliš staré teorie, protože mnohé z nich začaly vznikat až s nástupem rozvoje technologií a mediální komunikace, avšak i přesto můžeme na ose téměř sta let sledovat zajímavý vývoj vnímání této problematiky.

Úvodní kapitola se bude věnovat některým z prvních přístupů z počátku 20. století, zaměří se na přerod do éry informačního průmyslu o desítky let později a nevynechává ani měřící metody, pomocí kterých ukáže aktuální data spojená s digitální propastí v roce 2021.

Specifickým faktorem, který má výrazný vliv na prohlubování digitální propasti je právě probíhající pandemie COVID-19. Ať už to byla silná omezení v pohybu občanů, setkávání se, přenesení výuky ze školních tříd do prostředí dětských pokojů, vytváření domácích kanceláří či větší využívání aplikací v rámci potřeby komunikace se sociálním okolím. Všechny tyto činnosti spojovalo jediné, a to přesun od reálné komunikace k té online.

Poslední roky ukázaly na významný problém, kdy v některých oblastech a sociálních skupinách dochází díky této propasti k odříznutí jedinců od přístupu k aktuálním informacím a možnosti si dané informace ověřovat z více relevantních zdrojů.

Přesto lze vnímat také pozitivní dopady pandemie na tuto oblast, která se stala tématem mnohých diskuzí a kroků vedoucích ke zlepšení celé situace. První teze, která bude touto diplomovou prací potvrzena či vyvrácena, je založena na předpokladu, že se digitální propast postupem času spíše snižuje.

Druhá teze se zaměřuje na demografické rozdělení společnosti v rámci velikosti obce, ve které respondenti žijí, a předpokládá, že obyvatelé větších měst dávají při příjmu informací přednost online komunikačním nástrojům, jako jsou mobilní telefon či počítač. Na druhé straně pak stojí ty tradiční, jako jsou televize, rozhlas a tisk, které budou voleny obyvateli menších obcí.

Druhá část této práce bude věnována úvodu do oblasti lživých informací, které se mohou zdát jako něco, co náš mediální svět začalo opanovat až spolu s komunikačním bojem v době epidemie COVID-19. Opak je však pravdou, jak se ukáže na zajímavých příkladech z minulosti. V závěru jsou definovány některé důležité pojmy, které výrazně rezonují právě v prostředí masmediální komunikace a které mohou být mezi běžnými uživateli

zaměňovány či zcela přehlíženy. Jedná se především o dezinformace, propagandu, hoaxy, mylné informace, konspirační teorie a mýty.

Období pandemie COVID-19 bylo živnou půdou pro vznik nejrůznějších druhů fake news, se kterými jsme se do té doby nesetkali a které na jedince působily, jak už z médií, internetu, ale také od rodiny, přátel či influencerů. Zavádějící schopnosti některých z nich byly tak vážné, že měly prokazatelný vliv na zdraví obyvatelstva a dostaly se tak dokonce do hledáčku Ministerstva vnitra a jeho Centra proti terorismu a hybridním hrozbám. Nejvýznamnější a nejvíce zavádějící z nich budou představeny v další části této práce.

Zveřejňování zásadních fake news je možné brát jako určitou formu boje proti jejich šíření. Více se této strategii s názvem prebunking věnuje samostatná kapitola. Její součástí je i další forma obrany, a to takzvaný debunking, který spočívá v detailním ověření šířené zprávy.

Velmi silný komunikační nástroj představují v dnešní době sociální média, díky kterým je spojení mezi lidmi výrazně jednodušší a hlavně rychlejší. To má ale za následek také zvýšené šíření zpráv, které pocházejí z neověřených zdrojů, a k jejich přenosu z jednoho uživatele na druhého stačí pouhý klik. Takto šířená zpráva s rostoucím počtem sdílení pak získává na důležitosti a pro mnohé také na pravdivosti. Problém nastává ve chvíli, kdy se takto šířené nepravdivé informace zaměřují právě na okolnosti spojené s pandemií, rozporují nařízení vydané autoritami a mají tak přímý dopad na rychlost či zpomalení jejího šíření.

Tyto dopady si uvědomila Světová zdravotnická organizace a ve spolupráci s univerzitou Melbourn a organizací Pollfish vytvořila mezinárodní studii studie s názvem Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials. Jak je z názvu patrné respondenti byli vybráni z věkových skupin 18 až 40 let a byly zjišťovány způsoby získávání informací o pandemii COVID-19 a také to, jak s nimi dále pracují.

Není pochyb o významnosti této studie, pokrývala totiž 24 zemí na 5ti kontinentech a zúčastnilo se jí více než 24 000 respondentů. Do tohoto vzorku však nebyli zařazeni obyvatelé České republiky. Chybí tak ucelený obrázek, jak jsou na tom naši občané v práci s informacemi, v rozpoznávání dezinformací a přístupu k nim.

Třetí část diplomové práce bude věnována praktickému výzkumu, kdy budou poznatky získané z výše zmíněné celosvětové studie zasazeny do českých reálií. Za pomoci kvantitativní metody formou dotazníkového šetření budou osloveni čeští respondenti, což přinese možnost částečného porovnání výsledků obou studií. Jistou nadstavbou je také rozšíření věkové škály dotazovaných, díky níž je možné porovnávat výstupy nejen mezinárodně, ale také v rámci České republiky z pohledu jednotlivých věkových skupin.

Třetí tezí stanovenou v této diplomové práci je předpoklad, že méně než polovina respondentů ověřuje pravdivost zdrojových informací před jejich sdílením. K jejímu potvrzení či vyvrácení budou použity výsledky obou dotazníkových šetření.

Závěr práce tak přinese vyhodnocení základních hypotéz, shrnutí nejdůležitějších přístupů a měl by také obsahovat doporučení jakým způsobem dále přistupovat k problematice digitální propasti, šíření fake news či práce s informacemi.

## **1 Digitální propast**

Digitální propast, anglicky označovanou jako digital divide či digital split, lze definovat jako společenský problém, který spočívá v rozdílnosti množství informací mezi osobami, které mají přístup k internetu a osobami, kterým přístup k internetu a ostatním komunikačním technologiím chybí. Jan van Dijk ve své knize *The Deepening Divide, Inequality in the Information Society* upozorňuje především na rozdíly ve schopnostech a dovednostech jednotlivých lidí, které předurčují jejich mediální a informační gramotnost.

Problematika digitální propasti však nezávisí pouze na přístupu k informačním a komunikačním technologiím, ale odvíjí se také významně od ceny a kvality poskytovaného připojení. Existuje několik různých pohledů, jak lze na digitální propast nahlížet.

Jedním z pohledů je vliv, který má na informační technologie znalost jejich ovládání a práce s nimi. Tato bariéra je patrná převážně u starších osob, které za rychle postupující mírou digitalizace výrazně zaostávají. K dalším bariérám, které přispívají ke zvětšování digitální propasti, je například bariéra fyzická, psychická, sociální či materiální. K jejich vzniku přispívají různé faktory, proto se jim hlouběji budu věnovat v dalších částech práce.

Jednou z tezí stanovených pro účely této diplomové práce je, že se digitální propast s postupem času spíše zmenšuje. Tato teze bude ověřena či vyvrácena v závěrečné části této kapitoly na základě reálných statistických údajů.

### **1.1 Průkopníci v digitální propasti**

Téma digitální propasti se začalo výrazněji diskutovat v 90. letech minulého století, avšak první zmínky o problematice rozdílnosti k přístupu k novým médiím se objevily již mnohem dříve.

#### **1.1.1 Fritz Machlup**

Mezi nejvýznamnější vědce zabývajícími se procesem distribuce informací ve 20. století, byl rakousko-americký ekonom Fritz Machlup. Ten se narodil v Rakousku, kde studoval na Vídeňské univerzitě a získal titul doktor. S nástupem nacismu se rozhodl uprchnout do

Ameriky, kde získal americké občanství. K tomu mu pomohlo Rockefellerovo stipendium, které získal v roce 1933 a na základě, kterého vstoupil na akademickou půdu významných amerických univerzit jako například Harvard, Stanford a další. V roce 1962 vznikla jeho klíčová práce s názvem *Produkce a distribuce znalostí ve Spojených státech*, která byla v tehdejší době považována za přelomovou. Tato publikace obsahuje kvantitativní analýzu vládních dat Spojených států amerických z roku 1958, která přinesla zjištění, že část průmyslu, do kterého spadá vzdělání, výzkum a také vývoj masmédií, informační stroje a informační služby, generovala téměř třetinu HDP (29 %) a za poslední desetiletí rostla dvakrát rychleji oproti ostatním částem amerického průmyslu. Díky těmto výsledkům Machlupovi práce mohla být pozornost politiků a odborné veřejnosti zaměřena na podporu distribuce informací, protože kde nefunguje přesvědčování, zabere řeč čísel s o to větší silou, když má přímý dopad na blahobyt občanů Spojených států amerických. (THORNTON, 2007)

### **1.1.2 Manuel Castells**

Tím, jak rostl informační sektor, rostla také potřeba jeho zkoumání z pohledu vědního oboru sociologie. Jedním z nejdůležitějších a nejznámějších teoretiků, zkoumajících tuto oblast, se stal americký sociolog se španělskými kořeny Manuel Castells, který svůj život zasvětil zkoumání komunikace, informační společnosti a globalizace. Jeho díla se zabývají důsledky vzniku a rozšíření nových médií na společnost, komunikaci, politiku a ekonomiku. (Petr Lupač, 2016, s. 33)

Manuel Castells se narodil v roce 1942 ve Španělsku. V průběhu studia práv a ekonomie na univerzitě v Barceloně se profiloval jako významný aktivista proti totalitnímu režimu Francisca Franca. Tyto jeho aktivity ho dostaly do výrazných konfliktů, nakonec byl nucen emigrovat do Francie. V Paříži v roce 1964 dokončil své vysokoškolské studium, kde později získal titul PhD. Ve své disertační práci zkoumal statistické analýzy strategií lokálních pařížských firem. Své studium rozšířil o doktorát z humanitních věd, které pak ještě rozšířil na různých světových univerzitách. Od roku 1979 se začal věnovat výuce například na University of California, Cambridge nebo Oxford. V 80. letech 20. století začal působit jako profesor na univerzitě v Berkley, kde mimo jiné zkoumal inovační centra informačních technologií v Silicon Valley. Manuel Castells se tak ocitl přímo v centru dění a mohl zblízka zaměřit svou pozornost na proměnu masové komunikace. Ta od

70. let 20. století zaznamenala výrazné přesměrování od tradičních medií, jako jsou například televize či noviny k začínajícím novým mediím, z nichž se tím nejsilnějším stala globální internetová síť. Castells na základě svých pozorování začíná upozorňovat na stále se zvětšující problém sociální nerovnosti v možnostech přístupu k informacím, které tyto technologie přinášejí. (Petr Lupač, 2016, s. 33-40)

Sociálními a ekonomickými změnami, které souvisejí s rozmachem informačních technologií, se Manuel Castells poprvé zabývá ve své knize s názvem *The City and the Grassroots* (1983), která je založena na jeho terénním výzkumu z rozdílných částí světa. Jeho hlavním zjištěním je provázanost mezi urbanizací a kapitalistickým dělením peněz, kterou prezentuje na podmínkách života ve squatech a slumech ve Střední a Jižní Americe. (Petr Lupač, 2016, s. 40)

Otázky revoluce informačního věku se staly hlavním předmětem jeho zkoumání a výzkumu především v Severní a Jižní Americe, Evropě i Asii. Výsledkem tohoto pozorování, v období 1983 až 1996, je trilogie *The Information Age: Economy, Society and Culture*. V prvním díle *The Network Society* (1996) se Castells zaměřuje na technologicko-ekonomické změny v dosavadním světě. Druhý díl s názvem *The Power of Identity* (1997) zkoumá nové trendy v rámci sociálních hnutí, tedy hlavně o přizpůsobení se a odolnosti vůči internetu. Ve třetím svazku *End of Millennium* (1998) Castells propojuje témata z předchozích dílů a popisuje transformaci světa.

Ve své další knize s názvem *THE INTERNET GALAXY* pojednává o problematice dnes nám známé jako digitální propast. Pro lepší přiblížení této problematiky čtenářům využil rozsáhlých statistik, které se věnovaly rozdílům v přístupu k internetu (etnické, věkové, finanční, geografické atd.). Na základě těchto získaných výsledků mohl reálně upozornit na rozevírající se nůžky v rámci získávání informací a další vytěsňování třetího světa z globálního propojení.

Manuel Castells dodnes publikoval více než 20 literárních děl, přičemž za své úspěchy a přínosy v oboru sociologie a v urbanistickém výzkumu získal také mnohá celosvětová ocenění. V roce 2020 – 2021 dokonce působil ve Španělsku jako ministr pro univerzity.

## **1.2 Rozdělení digitální propasti**

S výskytem pojmu digitální propasti se v 90. letech minulého století začaly objevovat

různé pohledy na její rozdělení.

Jeden z nejdůležitějších pohledů vychází z možnosti přístupu k informačním technologiím. S tímto rozřazením přišel sociolog Paul Attewell, který digitální propast dělí na primární a sekundární.

Primární digitální propast se zabývá základním, dalo by se říci prostým rozdělením a to, zdali jedinec disponuje přístupem k informačním technologiím, či mu tento přístup chybí. Paul Attewell v rámci této skupiny přichází s tvrzením, že tím, jak plyne čas, dochází ke stále rychlejšímu a rozvinutějšímu technologickému pokroku, díky kterému se internet a komunikační technologie stávají dostupnějšími, a proto se tato diverzita pomalu, ale jistě uzavírá.

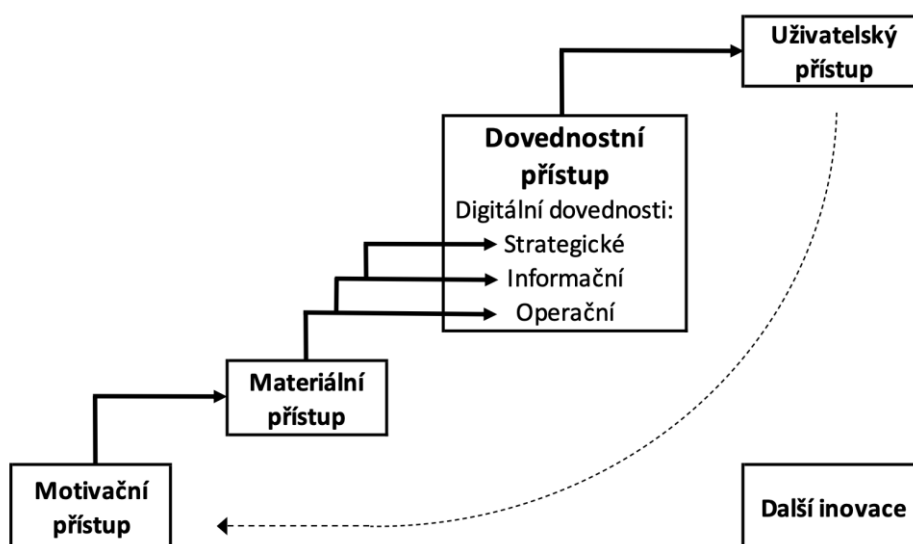
Druhá část označována jako sekundární digitální propast bere v potaz sociální rozdíly v používání informačních technologií. Zkoumá tedy to, kdo a jakým způsobem využívá komunikační technologie. Zároveň však pohlíží na úroveň uživatelských znalostí a dovedností.

Britsko-americká politoložka, teoretička a harvardská profesorka Pippa Norris se v přístupu k dělení digitální propasti drobně odlišuje a přichází s dalšími třemi kategoriemi.

1. Sociální digitální propast – poukazuje na rozdíl v přístupu k informacím mezi lidmi s různým socioekonomickým statusem. Podle Pippy Norris sociální digitální propast nezmizí ani díky dostupnějšímu a rozšířenějšímu internetu, protože jsou stále sociální rozdíly, které záleží na vzdělání, příjmu a pracovním statusu.
2. Demokratická digitální propast – zabývá se tím, jakým způsobem lidé využívají informační technologie a jakým způsobem se pomocí nich zapojují do veřejného života.
3. Globální digitální propast – zkoumá rozdíly přístupů k internetovému připojení ve vyspělých a rozvojových zemích. Vzhledem k tomu, že v chudších částech světa není výskyt informačních technologií na takové úrovni jako v těch vyspělejších, udržuje se stálý rozdíl mezi jednotlivými státy z obou kategorií.

Dalším zajímavým pohledem na rozdělení digitální propasti jsou čtyři úrovně přístupů k novým médiím, se kterými přichází profesor sociologie a komunikačních věd na Univerzitě v Twente Jan van Dijk. Tuto teorii představil ve své knize *The Deepening Divide*.

Petr Lupač (Za hranice digitální propasti 129) tuto teorii popisuje jako východisko pro chápání přístupů k informačním a komunikačním technologiím ve formě souboru čtyř sukcesivních úrovní. Sukcesivními jsou nazvány proto, že každá úroveň přístupu je podmíněna úspěšným zvládnutím nižší úrovně. Uživatelem informačních a komunikačních technologií se člověk stává až tehdy, když úspěšně ovládá všechny čtyři úrovně. K uzavření digitální propasti navíc dochází tehdy, když dojde k vzájemnému propojení všech jednotlivých úrovní. Nejde o to, aby uživatel pouze pasivně informace přijímal, ale aby je uměl využívat ve svůj vlastní prospěch a ve prospěch společnosti. Tento model se také často používá jako podklad pro kvantitativní i kvalitativní výzkumy.



Obrázek 1 Čtyři úrovně přístupu podle Jan Van Dijka

Mezi zmiňované čtyři úrovně přístupů patří:

**Motivační přístup:** v této úrovni člověk přemýšlí nad tím, zdali si pořídí danou technologii (počítač, mobil), zřídí si přístup k internetu, osvojí si potřebné znalosti a dovednosti pro efektivní využívání. Existují lidé, kteří v sobě nemají motivaci k používání informační a komunikační technologie, nebo v ně nemají důvěru, či je nemají v oblibě. Další skupinou jsou lidé, kterým není umožněno si počítač a přístup k internetu pořídít, například z materiálních či mentálních důvodů.

**Fyzický a materiální přístup:** v druhé úrovni má již uživatel možnost technologii fyzicky používat. Ovládat ji může ze svého domova, školy, zaměstnání, ve veřejných prostranstvích jako jsou úřady práce, knihovny, městské Wi-Fi s připojením zdarma a jiné.



Velká část teoretiků předpokládá, že zvládním této bariery je tato úroveň zvládnuta. Oproti tomu však Jan Van Dijk avizuje, že nelze pouze disponovat přístupem k technologiím. Dalším důležitým aspektem je také využívání zdrojů a programů, které pomáhají k získání informací. Jan Van Dijk upozorňuje na fakt, že místa, kde jsou technologie či internetové připojení i veřejně přístupné, mohou být určité funkce omezené. Může se proto stát, že uživatel nemá možnost se ke svému cíli dopracovat.

**Dovednostní přístup:** po úspěšném zvládnutí prvních dvou fází je důležité, aby se uživatel s danou technologií naučil pracovat tak, že bude využívána co nejefektivněji. Mnoho výzkumů prokazuje, že v tomto přístupu dochází k prohlubování bariér mezi jednotlivými skupinami, ať už mezi mladou a starší generací, mezi lidmi s nižším a vyšším vzděláním, nebo zda člověk s počítačem pracuje pravidelně či nikoli. Jan Van Dijk ve své práci přichází se specifikací několika dovedností, které jsou potřeba pro práci s komunikačními technologiemi. Jeho dělení se zakládá na dovednostech, které souvisejí s médii a na dovednostech souvisejících s jejich obsahem.

Dovednosti související s médii		Dovednosti související s obsahem		
Operační dovednosti	Formální dovednosti	Informační a komunikační dovednosti	Dovednosti k vytváření obsahu	Strategické dovednosti
Ovládání média založené na znalostech	Ovládání menu, souborů a základní navigace, použití webu	Vyhledávání, selekce a hodnocení digitálního obsahu a efektivní komunikace pomocí e-mailu, chatu ad.	Schopnost tvořit software, webové stránky, profily,...	Schopnost využívat média pro dosažení osobních i pracovních cílů

*Obrázek 2 Rozdělení dovednostního přístupu podle Jan Van Dijka*

**Používání:** v této poslední fázi Jan van Dijk upozorňuje na to, že i přes zvládnutí všech třech úrovní, není zaručeno, že jedinec bude s technologií zacházet efektivně, pro což existuje hned několik důvodů, mezi které patří především nedostatek času, příležitosti a úsilí, či snaha a chuť. Existuje několik možných způsobů, jak používání měřit, a to například pozorováním. Sledujeme, zda vůbec objekt danou technologií používá. Dále měříme čas, který používáním technologií stráví, přičemž další proměnnou může být například četnost tohoto používání.

### 1.3 Měřicí metody digitální propasti

Ve výzkumu digitální propasti hrají významnou roli mnohé přístupy, které nám mohou

pomoci ji lépe pochopit a pomoci najít způsoby, jak ji zmenšovat nebo ji minimálně ještě dále neprohlubovat.

Mezi nejznámější metody patří statistická měření, která zkoumají kvalitu a míru výskytu technologií na úrovni domácností, regionů či států. V rámci výzkumů lze měřit například kolik procent obyvatel je připojeno k internetu, rychlost tohoto připojení, objem přijatých a odeslaných dat a podobně.

Další rozšířenou metodou jsou statistické indexy, které rozlišují digitální propast na základě ekonomické úrovně daného státu. Zaměřují se na to, jak jsou technologie efektivně využívány v jednotlivých zemích, a to od zemí rozvojových až po technologicky vyspělé.

V neposlední řadě je možné se zaměřit na rozvoj digitální propasti a definice jednotlivých proměnných jako jsou například věk, pohlaví, dosažené vzdělání, země, vlastnictví komunikačních technologií či přístup k internetovému připojení.

## **1.4 Statistické údaje digitální propasti**

Velkým milníkem v pohledu na přístup k digitálním informacím se stal rok 2020 spolu s nástupem pandemie COVID-19. Ta znamenala nejen omezení společenského kontaktu s našimi nejbližšími, ale výrazně zasáhla také do pracovní oblastí. Jediné možné východisko pro nás představovali komunikační technologie, díky kterým jsme se mohli potkávat s rodinou nebo s kolegy a obchodními partnery ve virtuálním prostředí.

Základní podmínkou je mít přístup k internetovému spojení a jeho dostatečná kvalita. Ačkoli bychom si mohli myslet, že bezproblémové internetové připojení je již samozřejmostí, stále ještě existují lokality, kde toto může být problém, jak si ukážeme na podrobnějších číslech. Neméně závažná je také bariéra finanční, protože internet je komoditou ve velké míře placenou.

Nyní přejdeme k dalšímu stupni. Pokud bychom teoreticky uvažovali tak, že pokrytí internetovou sítí je všude na světě stejné a všichni uživatelé mají tedy rovnocenné podmínky v rámci přístupu k němu, může se objevit další problém a to, zda mají uživatelé přístup ke komunikačním technologiím jako je například počítač, chytrý telefon či tablet, bez kterých by pro ně bylo kvalitní internetové pokrytí zcela bezcenné. Díky statistickým údajům však již máme srovnání, jak jsme na tom v této kategorii v České republice v

porovnání s Evropskou Unií.

V posledním stupni pojďme předpokládat, že každý z nás disponuje přístupem k internetu a vhodným zařízením. To nás ale vede k další možné překážce, a tou je uživatelská úroveň a dovednosti při zacházení s těmito technologiemi. V dnešní době je téměř předpokladem, že i ti nejmladší zvládají ovládat tablet či chytrý telefon, kde si bez problému přehrají videa, navštěvují sociální sítě a využívají další možnosti, které internet nabízí. Na druhé straně se samozřejmě můžeme setkat s jedinci, kteří se s moderními technologiemi sžívají hůře.

Abychom mohli celou problematiku pochopit, popsat její základní principy, zkoumat její změny, potřebujeme k tomu to nejdůležitější, a to jsou empirická data. Tato diplomová práce pro své účely vychází z aktuálních analýz Českého statistického úřadu.

V roce 2022 vydal tento úřad analýzu s názvem Informační společnost v číslech – 2022, která vychází z údajů v roce 2021. Získaná data prozrazují, že připojení k internetu má v průměru 83 % domácností, avšak u těch s nejnižšími příjmy je to pouze 52,9 %, oproti skupině s příjmy nejvyššími, kde procentuální podíl činí 99,2 %. Vzhledem k tomu, že se jedná takřka o dvojnásobek, je z mého pohledu rozdíl mezi těmito dvěma ukazateli velmi vysoký a ukazuje na velký prostor pro zlepšení a především nutnost větší iniciativy ze strany státu v rámci rovných podmínek nejen k přístupu k informacím, ale také ke vzdělání. Velký problém v nedostatečném připojení k internetu ukázala pandemie COVID-19 v domácím vyučování, kde právě děti z nízkopříjmových domácností byly z tohoto vzdělávání mnohdy vyloučeny.

Co se týče hardwaru, přesně 79 % českých domácností disponuje vlastním počítačem, přičemž se z velké části jedná o notebook. Přibližně 70 % domácností využívá připojení pomocí Wi-Fi.

V roce 2021 vlastnil mobilní telefon téměř každý Čech starší 16 let (celkem 99,3 %). Z této skupiny pak většina (78,4 %) vlastní chytrý mobil, zbytek (33,6 %) používá mobil tlačítkový. Porovnání věkových skupin nepřináší žádná velká překvapení. Skupina 65 let a více vlastní z 32,5% chytrý telefon a 76,3 % zůstává u tlačítkového telefonu. U skupiny 64 let a méně je to přesně naopak. Zde vlastnictví chytrých telefonů radikálně převládá. To, že nás tato čísla nepřekvapí, ale neznamená, že je to takto v pořádku. Vzdělávání seniorů by mělo být jedním z dalších cílů vlád, díky kterému můžeme lépe bojovat proti sociálnímu odloučení nejen v době pandemie.

Pokud bychom stejná kritéria aplikovali na Evropskou unii, tak dojdeme ke zjištění, že se jako celek (EU 27) nacházíme na 92 % v rámci přístupu k internetu a v roce 2010 to bylo 68 % v rámci celé EU. Česká republika se v tomto srovnání nachází až v druhé polovině porovnávaných států a to s 89 %, přičemž za rok 2010 to bylo 61 %. V této analýze můžeme nalézt státy, které pokrývají internetem téměř všechny své domácnosti jako například Lucembursko a Nizozemí (99 %). Oproti nim stojí například Bulharsko s nejnižší procentuální hranicí (84 %). Avšak právě u zmiňovaného Bulharska došlo k nejvyššímu nárůstu oproti roku 2010, kdy pouze 33 % domácností disponovalo přístupem k internetu.

Pro podrobnější analýzu je nutno brát úvahu fakt, že statistická data uvedena Eurostatem se mírně liší od údajů zveřejněné Českým statistickým úřadem. Eurostat do svého výzkumu zahrnuje osoby ve věkové kategorii 16 až 74 let. Český statistický úřad pracuje za všechny osoby 16 let a výše.

Na základě výsledků výše zmíněného sledování provedené Eurostatem je tedy možné potvrdit jednu ze stanovených hypotéz, která předpokládá, že digitální propast se s postupem času spíše snižuje. V řeči čísel došlo ke zvětšení populace, která má přístup k internetu o 28 procentních bodů mezi roky 2010 až 2021.

## 2 Manipulace s informacemi

Oblast šíření mylných informací bývá spojována s mnoha pojmy, jako jsou například dezinformace, fake news, hoaxy, propaganda a jiné. Tato označení bývají veřejností vnímána jako synonyma, ač mají v některých aspektech zcela odlišný význam. A právě v době, kdy jsou v běžné komunikaci stále více skloňovány, je třeba klást důraz na jejich správnou interpretaci a pochopení.

Alespoň s jedním z pojmů se určitě setkal každý z nás. Znat je můžeme z rádií, televizí, obálek časopisů a hlavně z internetu. Jak napovídá název většiny z uvedených termínů, tak jejich podstatu tvoří informace, která je buď přímo nepravdivá, nebo přinejmenším zavádějící a její tvůrce či šířitel má jediný cíl, a to ovlivnit a zmanipulovat jeho příjemce.

Může však dojít k případu, že je nepravdivý či zavádějící obsah šířen nevědomě. Potom se tedy jedná o tak zvanou misinformaci.

Misinformací může být i to, že dezinformace vznikly až v době technologického pokroku, či rozšíření sociálních sítí. Jejich podstata je však stará jako lidstvo samo. V historii je vládci, diktátoři a vojevůdci používali, aby oklamali a zmanipulovali své nepřítelky ve válce či politickém souboji. S příchodem masmédií, a především sociálních sítí, se dezinformace staly velmi rozšířené i mezi širokou masou lidí. Publikace Nejlepší kniha o Fake News dokonce přirovnává dezinformace s příchodem sociálních sítí ke zbraním hromadného ničení.

Nové nástroje vyvinuté v 21. století dávají šířitelům dezinformací možnost jít dokonce ještě dál, než pouhými slovy vloženými do úst někomu, kdo je nikdy nevyslovil. Na tento fenomén upozorňuje ve své knize *Bad News* americký psycholog Rob Brotherton. Jako příklad uvádí virální video většiny světových politických lídrů, kteří společně zpívají píseň *Imagine* od Johna Lennona. Video obsahuje záběry zpívajícího Donalda Trumpa, Vladimira Putina, Theresy May, Baracka Obami, Shinzo Abe, Kim Jong Una a dalších. Brotherton připouští, že se nejednalo o typický příklad padělku. Firma, která video pustila do světa, chtěla poukázat na nový software, který vytvořila a video navíc obsahuje sdělení, že se nejedná o realitu. Ukázalo se však, kam až umělá technologie může zajít, a že již není nemožné sledovat záběry člověka, který nám přes obrazovku říká informace, které nikdy z jeho úst nevyšly. (Rob Brotherton, 2020, s. 189-192)

## 2.1 Dezinformace

Kde, kdy a jak slovo dezinformace vzniklo? Miloš Gregor a Petra Vejvodová se ve své práci přiklání k jedné z nejrozšířenějších tezí, kde slovo dezinformace vychází z anglického slova „disinformation“ a objevilo se poprvé v padesátých letech 20. století. Ještě starší zmínka pochází z Ruska roku 1923, kdy v rámci tajné policie a zpravodajských služeb vzniklo speciální oddělení se záměrem šířit dezinformace v rámci zpravodajských operací.

Dezinformace patřily mezi silné nástroje v průběhu světových válek. K jejich největšímu šíření došlo v období studené války, kde tyto praktiky nejvíce používaly zpravodajské služby států Varšavské smlouvy, včetně Československa.

Ve spojitosti s dezinformacemi se můžeme setkat se slovním spojením Fake News, které bývá označováno jako nový termín pro dezinformace. Jejich znění obsahuje nepravdivé či zavádějící informace a hlavním cílem je ovlivnit či zmanipulovat určité osoby. Četnost používání tohoto pojmu se od roku 2016 zvýšila o 365 % a dnes je všudypřítomný. (Lubomír Huďo, 2019, s. 46).

Marshall McLuhan ve své knize Jak rozumět médiím – Extenze člověka použil citací francouzského básníka Lamartine: „Kniha přichází příliš pozdě“. Na tomto výroku ukazuje velkou odlišnost mezi knihami a novinami a rychlostí, jak dokáží reagovat na aktuální dění.

Současné dezinformace se nejčastěji a nejsnadněji šíří pomocí sociálních médií či internetu, přičemž rychlost tohoto šíření roste s rychlostí, jakou se snižuje digitální propast. Díky takřka neomezené dostupnosti internetu a možnosti šířit a sdílet informace z jednoho místa téměř všem jeho uživatelům najednou, započala proměna světa do globální vesnice, kde sice neznáme jméno souseda, ale můžeme komunikovat online s lidmi na druhé straně planety. Mediální gramotnost a kritické myšlení je nevyhnutelným řešením, pokud se nechceme ztratit v bezbřehém oceánu informací, ale dokázat v něm plavat, ať už s proudem nebo proti němu. Petr Nutil, 2021, s. 47)

Pro lepší pochopení problematiky dezinformací bude v další části této práce uvedeno několik příkladů z historie, které zároveň poslouží k porozumění, jak dezinformace fungují a k čemu vlastně slouží.

Miloš Gregor a Petra Vejvodová uvádějí jako učebnicový příklad využití dezinformací

během řecko-perské války v období 480 - 479 př. n. l. v antickém Řecku, kdy athénský vojevůdce Themistoklés přelstil perského krále Xerxese hned dvakrát. Velká část perské armády byla tvořena řeckými válečníky, a tak Themistoklés vypustil přes propuštěné otroky informaci, že se Řekové chystají v průběhu boje přidat ke svým krajanům s cílem donutit Xerxese, aby tento válečný oddíl do chystaného boje nezapojil. Perský král této informaci uvěřil a řecké válečníky z boje stáhl. Druhý případ, který měl pro Perskou říši mnohem závažnější dopad, bylo rozšíření zprávy o plánovaném uprchnutí řeckých lodí kotvicích u Salamíny. Perský král nechal poslat do úzké úžiny velké množství perských lodí, aby útěku zabránil. Perská převaha však byla v úzkém průplavu zbytečná a pohyblivější řecké lodě, díky dobře načasované dezinformaci, v tomto boji zvítězily.

Oba autoři ve své knize upozorňují na to, že především totalitní režimy mají ve zvyku používat dezinformace, aby dosáhly co nejvyšší možné loajality u svých obyvatel. Příkladem může být Adolf Hitler, který jejich pomocí přesvědčil Němce o správnosti nacistických idejí. Miloš Gregor a Petra Vejvodová uvádí vojenskou operaci Overlord, známou též jako vylodění v Normandii, jako jednu z nejúspěšnějších a nejvýznamnějších dezinformačních kampaní v historii. Spojenci usilovali o znovu otevření západní evropské fronty, o čemž Nacisté věděli, ale neměli žádné indicie, kdy a kde k tomu dojde. Z této obavy nechal Adolf Hilter vystavět pobřežní opevnění tzv. Atlantický val, které mělo zabránit pokusu o vylodění. Pro jeho úspěšné zvládnutí bylo důležité Němce zmást a nechat je uvěřit, že vylodění proběhne na zcela jiném místě. Pro tento účel vznikla vojenská operace s názvem Bodyguard, která se skládala z dalších dílčích operací. Nejprve bylo zvoleno jiné fiktivní místo vylodění, dále probíhala hraná rádiová vysílání, nechyběly nafukovací makety vylodňovacích lodí. Pro znásobení německé nejistoty byly posílány další falešné informace o možnostech vylodění. Právem je tato historická událost přirovnávána k divadelnímu představení.

I v rámci naší vlastní historie se můžeme setkat s řadou úspěšných dezinformačních kampaní. Jednu z nich vytvořil představitel československé StB Luděk Bittman, který stál v čele dezinformačního odboru. V roce 1964 uběhlo téměř dvacet let od druhé světové války, což znamenalo, že v Západním Německu dojde k promlčení nacistických zločinů. S cílem prodloužit tuto promlčecí lhůtu vznikla operace Neptun, která měla zároveň připomenout hrůznost nacistických činů. A to vše díky fiktivnímu nalezení nacistických dokumentů na dně Černého jezera. StB vycházelo z toho, že na stejném místě již našlo

několik beden s municí z druhé světové války. Poté následovala ostře sledovaná tisková konference, na které bylo sděleno, že nalezené dokumenty prozrazují, že v Západním Německu a Rakousku je stále mnoho nacistických představitelů. Operace Neptun přinesla slibovaný úspěch, protože zahraničními médii se šířilo toto prohlášení z Československa a promlčení bylo odloženo o dalších pět let. Fiktivně nalezené dokumenty byly použity se záměrem zkompromitovat zahraniční politiky. Někteří z nich svoji politickou kariéru opravdu ukončili.

Jak bylo již v této diplomové práci zmíněno, tak dezinformacím se hojně dařilo právě v průběhu studené války. V první polovině 80. let se ve světě mezi lidmi začal šířit virus HIV a nikdo nevěděl, odkud tato nemoc pochází. Této nevědomosti využilo ruské KGB a jako viníky a šířitele označilo Američany. Této události, Milošem Gregorem a Petrou Vejvodovou označovanou jako konspirační teorii, dodnes věří miliony lidí. Zahájilo ji zaslání anonymního dopisu do redakce indických prosovětských novin Patriot, které byly založeny KGB. Tento dopis obsahoval obvinění ze šíření a vytvoření této biologické zbraně právě Spojenými státy americkými. Vzhledem k neexistenci internetu došlo k rapidnímu šíření této zprávy až o dva roky později. Pro větší důvěryhodnost byl dokonce učiněn fiktivní výzkum, který přišel se zjištěním, že původ viru HIV pochází právě z amerických laboratoří. Následně byla tato zpráva šířena po celém světě ve více než třiceti jazycích. Následně se objevovali další šokující zjištění typu, že američtí vědci v Africe očkují virem AIDS, rozdávají kondomy obsahující tento virus a jiné. Různé průzkumy veřejného mínění ukazují, že operace INFEKTION skončila úspěchem, protože v roce 1991 této dezinformaci věřilo 15 % Američanů. I přes to, že mnoho vědeckých institucí včetně Sovětské akademie lékařských věd Valentina Pokrokovského tvrdí, že virus AIDS je přírodního původu.

## **2.2 Propaganda**

Pod definicí tohoto pojmu si lze představit systematické šíření informací a myšlenek, které jsou sdíleny neobjektivním či zavádějícím způsobem, a to za účelem prosazování nebo podpory politického, náboženského či jiného názoru.

Nejlepší obětí je pro propagandu člověk, který preferuje naprosto jasný a jednoduchý názor. Pro úspěch šíření propagandy je potřeba strachu, ignorace a velkého přesvědčení, že to, co chci šířit k ostatním, znám nejlépe. Avšak právě bez lidí, kteří preferují jednoduchý názor, by nešlo zvítězit. Propagandista většinou nikdy nepochybuje, jeho informační



přehled a hluboko potlačená nejistota o sobě samém mu zpravidla nepřipustí pochybnosti o správnosti jeho pohledu na svět. Zkrátka vytěsni informace, které nezapadají do jeho způsobu smýšlení. Vyhýbá se mnohočetnosti, rozporuplnosti, nejednoznačnosti, složitosti přijímaných informací. Preferuje srozumitelné informace s jednoduchou strukturou, které jsou v souladu s jeho emočním souhlasem, poté ji považuje za pravdu a vyhledává lidi se stejným názorem (Alexandra Alvarová, 2017, s. 135).

Název propaganda vznikl z latinského Sacra Congregatio de Propaganda Fide a toto označení představovalo kontrolní komisi ustanovenou Vatikánem v roce 1662 s cílem propagace římskokatolické církve.

Mezi nejstarší zmínky o dezinformacích lze považovat nález kamenných desek z období Mezopotámie, které obsahují záznamy o výbojích Asyřanů. Ti v roce 701 před naším letopočtem dobili na čtyřicet izraelských měst. Vzhledem k dobrému fungování tehdejšího zpravodajství se o jejich postupu dozvěděli v Jeruzalémě a měli dostatek času se na jejich útok připravit, a Asyřanům se dobití města nezdařilo. Na nalezených deskách stojí, že Asyřané zahnali Židy do Jeruzaléma a drželi je tam jako ptáky v kleci. Na židovských deskách však stojí, že Jeruzalému se podařilo Asyřany zastavit v postupu, a že si na jejich hradbách vylámali zuby (Pavel Verner, 2011, s. 6).

Úkolem dobře vystavěné propagandy není pouze měnit veřejné mínění, ale především s ním jemně manipulovat. Tato manipulace může docílit prohloubení a vyostření názorů, které se již mezi lidmi šíří. Stačí jim přidělit ostřejší tvar a zesílit. Názory bývají častěji žity a smýšleny, než by byly vysloveny. Propagandisté znají slabá místa své cílové skupiny a pro její oslovení používá takový způsob komunikace, že vytváří hromadný pudový souhlas. (Alexandra Alvarová, 2017, s. 15)

Spolu s vývojem mezilidské komunikace se ruku v ruce rozvíjela také samotná propaganda. Pavel Verner ji ve své knize dělí do čtyř milníků:

1. Éra gest (posunky a mimika při sdělování pokynů přináší postavení vůdců a větší zisky po lovu či boji).
2. Éra řeči (kázání kněží k věřícím či proslovy vůdců ke své armádě).
3. Éra psaní (psaní idejí a vysvětlení lidského poznání, díky kterému správci a církevní představitelé ovlivňují své čtenáře).
4. Éra médií (zmnožením stejného sdělení dochází k ovlivňování stále většího počtu

osob s využíváním narůstajících médií jako je tisk, rozhlas, televize a v neposlední řadě internet).

Miloš Gregor a Petra Vejvodová ve své publikaci Nejlepší kniha o Fake News popisují hlavní smysl propagandy v zapůsobení na lidi a v úmyslném formování jejich myšlení, postojů, názorů a chování tak, aby bylo dosaženo cíle propagandisty.

Britský historik s českými kořeny Zbyněk Zeman dělí propagandu na tři druhy dle toho, zda lze určit zdroj propagandy. Na tomto základě se poté odvíjejí další charakteristické rysy.

- Bílá propaganda ke svým účelům používá pravdivé a objektivní informace. Zdroj neskrývá svoji totožnost, proto ji příjemce může objektivně hodnotit.
- Šedá propaganda šíří informace, které nelze spolehlivě ověřit a jejich zdroj bývá často neznámý. Díky tomu se stává nebezpečnější, protože pravost informací nelze stoprocentně ověřit.
- Černá propaganda v sobě obsahuje věrohodně působící polopravdy, dezinformace, fámy a skandalizace. Jejím hlavním cílem je oklamat příjemce a očernit nepřítele. Jako jejich zdroj bývá často uveden někdo jiný.

Hlavní prostředek pro šíření propagandy, ale i jiných dezinformačních taktik, jsou jednoznačně média. Jejich tvůrce je totiž potřebuje dostat ke své cílové skupině a média jsou tím nejlepším možným řešením. Vznik propagandy však sahá hluboko do historie, do doby výrazně starší než se datuje vznik médií, a ačkoliv to měl jejich autor výrazně těžší, k jejich šíření přesto docházelo.

V dnešní době bývá propaganda uplatňována v politickém přesvědčování a psychologické válce. Jejím hlavním cílem je přesvědčit druhého o svém názoru či ho naverbovat na svoji stranu. Propaganda bývá využívána různými stranami, v různých kontextech a pro různé účely. Nástroje pro její využívání se díky technologickému vývoji neustále mění.

S vývojem technologií jsme se přesunuli do doby internetové. Na jedné straně tato doba přináší nespočet výhod, na internetu najdeme takřka cokoli, téměř okamžitě jsme schopni se dozvědět, co se děje na druhé straně planety. Můžeme být v kontaktu s kýmkoli na světě, ale jak tomu bývá, také existuje i druhá strana mince. V internetovém prostředí se pohybuje více než 4 miliard osob a každý si v něm může tvořit svůj vlastní obsah. Tato svoboda poskytuje výživnou půdu dezinformačním technikám, protože jak propagandisté,

tak dezinformátoři mají přístup k obrovskému množství uživatelů, kteří velmi často mezi sebou dané informace sdílejí. Pro lepší pochopení celé problematiky je nutné se také vyznat v terminologii, která tuto oblast popisuje. Ač jsou tyto pojmy v médiích v poslední době skloňovány čím dál tím častěji, ne každý přijímatel informací zná například rozdíl mezi hoaxem, konspirační teorií či mýtem.

### **2.3 Hoax**

Tento pojem lze z angličtiny přeložit jako falešnou, poplašnou zprávu, mystifikaci či výmysl. Nejjednodušeji si ho lze představit jako poplašnou bleskově šířící se zprávu, která obsahuje nepřesné, zkreslující informace, přetvořené do polopravd a lží. Často se snaží přesvědčit svojí důležitostí, odkazuje se na důvěryhodné zdroje nebo se naopak může jednat o tajnou zprávu, která vyzívá příjemce, aby pokračoval v jejím šíření. A právě tento poslední bod je typickým poznávacím znamením pro Hoax.

Používáním hoaxů v mediálním prostoru může dojít například k vyvrácení faktů či vytvoření takové situace, ve které lze všechna tvrzení považovat za stejně pravděpodobné. Jejich použitím tedy mnohdy nejde o to, aby příjemce věřil pouze jedné informaci, ale spíše o to vytvořit nedůvěru k autoritám, médiím a jimi poskytovaným informacím. Hoax tedy v tomto případě předkládá další alternativu k souboru informací předkládaným například autoritami, takže se část příjemců této informace odkloní od základu právě k hoaxu. Jejich cílem tedy není ublížit těmto subjektům, ale spíše cílit na veřejné mínění obyvatel (Lubomír Hud'o, 2019, s. 148).

Miloš Gregor a Petra Vejvodová dodávají, že hoaxy mohou mít různé obsahy a důvody šíření jako jsou například petice či žádosti o pomoc v nouzi. Mohou být zábavné, ale mnohdy pro nás mohou představovat také nebezpečí. Z tohoto pohledu také dělí Hoaxy na dvě skupiny. Ty, které nás obtěžují svojí četností a nutí nás je nahlašovat a mazat ze svých emailů a sociálních sítí a ty, které mají za cíl poškodit pověst určitého člověka či skupiny. Upozorňují také na nebezpečí zneužití osobních údajů, které může vzniknout přeposíláním hoaxů, kdy si mnozí nelámou hlavu s mazáním předchozích emailových adres apod.

### **2.4 Mylné informace**

Z angličtiny též známá jako misinformation, což v překladu znamená nepravdivá/mylná informace. Na rozdíl od dezinformací se šíří, aniž by vznikla za účelem někomu či něčemu uškodit, nebo uvést v omyl. Vzniká nedorozuměním, nepochopením, bez zlého záměru

nebo díky zjednodušení dané problematiky. Typickým příkladem mohou být drby nebo historiky o lidech, kterým se stala nějaká zvláštní příhoda. Záměrem šíření mylných informací není někomu úmyslně lhát, ale podělit se o zajímavý příběh, o jehož pravdivosti lze polemizovat. Cílem tedy z velké části může být pokus o zviditelnění se (Miloš Gregor a Petra Vejvodová, 2018, s. 8).

## **2.5 Konspirační teorie**

Konspirační teorie známé také pod pojmem spiknutí nebo tajné dohody stanovené mocenskými silami. Jedná se o vysvětlení události nebo situace, ovlivněné především politickou motivací. Lidé, kteří věří konspiracím, tvrdí, že svět je ovládán úzkou skupinou mocných a vyvolených lidí, kteří nám v určitých směrech zatajují pravdu, a to za účelem získání moci, zbohatnutí či například ovlivnění demografických parametrů (snížení porodnosti s cílem dosáhnout nižšího počtu obyvatel). Konspirace v sobě často obsahují dezinformace a objevují se napříč historií.

Miloš Gregor a Petra Vejvodová ve své knize ke konspiračním teoriím dodávají, že pokud k nějaké události či jevu přiřadíme nadpřirozené vlastnosti či si je vymyslíme, tak si jejich interpretaci vysvětlíme po svém. Porovnáme informaci, kterou slyšíme poprvé, a přiřadíme jí k něčemu, s čím jsme se již setkali a snažíme se to pochopit. Konspirační teorie přiřadíme tedy ke spiknutí nějaké určité organizace, která za vším stojí. Celý tento proces je zakotven v tom, že si automaticky vybíráme takové informace a jevy, které jsou v souladu s naším pohledem na svět, a oproti tomu ignorujeme ty informace, se kterými se neztotožňujeme.

## **2.6 Mýtus**

Jedná se o jeden z nejstarších termínů, který sahá hluboko do historie. Můžeme jej popsat jako symbolické vyprávění řádu a smyslu daných věcí a dějů. Mezi typické mýty lze zařadit příběhy o vzniku světa, původu člověka, líčení konce světa a mnoho dalších. Mýtus vznikl za účelem vysvětlení, které dává smysl světu. Doba osvícenství s sebou přinesla příval myšlenkových proudů, které měly za cíl odvrát od víry, církevních dogmat a mýtů ve prospěch rozumu, vědeckého poznání a tolerance. To však neznamenalo zánik tohoto pojmu. S mýtem se můžeme setkat i v dnešní době, kdy zjednodušeně vysvětluje procesy a dění ve světě či běžném životě. Nemusí však automaticky znamenat lež nebo nepravdivou informaci, která by měla za cíl komukoliv uškodit.

### 3 COVID-19 a Fake News

Každý z nás má určité slabiny, přes které je možné ovlivnit naše myšlení. Manipulátoři tato slabá místa znají a volí ten styl, který dokáže vytvořit hromadný souhlas. Takzvané ztotožnění se. (Alexandra Alvarová, 2017, s. 14)

Dezinformační weby se při šíření svých nepravd spoléhají na to, že existuje velké množství standardních médií. Díky tomu je pro uživatele složité se orientovat v tom, s čím vším se mohou na internetu potkat. Pro dezinformátory je proto jednoduché vytvořit v tomto množství pár dalších webů, které neposkytují pravdivé informace. Avšak i přes nízkou návštěvnost těchto webů je jejich propagandistický potenciál celkem vysoký. (Jiří Táborský, 2020, s. 137)

Martin Kožíšek a Václav Písecký ve své příručce Bezpečně na internetu upozorňují, že provozovatelé internetových služeb nedisponují mnoha nástroji, jak ověřit pravdivost informací. Ačkoli je při registraci požadováno ověření osobních údajů, tak následná vymahatelnost je téměř nemožná. U sociální sítě Facebook dále uvádí, že i když pro vstup na tuto platformu vyžaduje reálnost jmen uživatelských profilů, tak se to setkalo s velkým odporem. A navíc některé státy mají zákonem stanoveno, že není možné uživateli bránit vstup na sociální sítě pod přezdívkou. Naopak Petr Nutil ve své knize uvádí, že dezinformace byly, jsou a budou nedílnou součástí internetu, a to primárně z toho důvodu, že internetový prostor je svobodným, neregulovaným prostorem, a takovým by měl i zůstat.

Stejně jako jinde ve světě, tak i v České republice s sebou pandemie COVID-19 přinesla řadu dezinformací, hoaxů, propagand či manipulací, a důvodů pro jejich šíření je nespočet. Od snahy někoho zdiskreditovat, pomluvit, přimět o své pravdě a mnoho dalších. Dezinformace se na příjemce hrnuly ze všech stran, jak už z médií, internetu, ale také od rodiny, přátel či influencerů.

Jako jedna z prvních proti nim bojovala například Metodická příručka Dezinformační dezinfekce, která uvádí, že na základě masového sdílení sociálních sítí a dezinformace a konspirační teorie v e-mailech oslovily velké množství obyvatel České republiky. Tyto nepravdivé informace vzbudily obavy u části populace a řadě entit přinesly mnoho nových

čtenářů, a hlavně výnosy z reklamních sdělení. Autoři upozorňují, že i přes rozšíření online prostředí u nás stále dominovala tradiční média, která sice žádné z dezinformací a konspirací vědomě nešířila, ale pro zvýšení sledovanosti či čtenosti dávala mediální prostor aktérům, kteří neměli odpovídající kvalifikaci, aby se takhle vyjadřovali k pandemické problematice. (Michaela Ďurková, Karel Strachota, Kateřina Šafářová, 2020, s. 9)

S cílem jejich zastavení, nebo alespoň ke zpomalení šíření nepravd, se přidalo také Ministerstvo Vnitra, které zveřejnilo přehled těch nejvýznamnějších narativů s dezinformačním potenciálem, které se nejčastěji objevovaly v mediálním prostředí, ale i na sociálních sítích, v e-mailech a jiných platformách.

Následují příklady některých fake news, na které upozorňuje centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, které se primárně zaměřuje na dezinformace týkající se vnitřní bezpečnosti vyskytující se v českém informačním prostoru. Na základě masivního šíření dezinformací v souvislosti s pandemií COVID-19 ministr vnitra rozhodl o rozšíření kompetencí tohoto centra o detekci a reakci dezinformačních narativů týkajících se pandemie.

### 3.1 Příklady z pandemie COVID-19

#### **Př. 1: Neschopnost EU**

**Dezinformace:** Evropská unie je zbytečná. Není schopná na pandemickou krizi efektivně a včas reagovat a pouze svými rozhodnutími celé situaci škodí.

**Příklad:** *Silvia Kucherenko o pomoci Ruska Itálii: Putin je mužem činu, tým odborníků EU ale nedokázal udělat vůbec nic.* Zdroj: Sputnik Česká republika

**Fakt:** Evropská unie má velmi malé pravomoci v rámci zdravotnictví a vnitřních bezpečností, za oba dva sektory jsou zodpovědné výlučně členské státy. EU však vytvořila záchranný fond, který slouží na pomoc malým a středním firmám, ke stabilizaci zdravotnictví či na podporu trhu práce. Další nemalé investiční prostředky investuje do vývoje léků proti koronaviru, usnadnila a zrychlila proces jeho schvalování. Sjednotila nákup společných ochranných pomůcek, podílela se na návratu občanů z ciziny, například zorganizování letů do destinací, kam komerční lety nelétaly.

#### **Př. 2: COVID-19 a migrace**

**Dezinformace:** Vláda ve spolupráci s médii zahrnuje své občany informacemi o pandemii

s cílem odvedení pozornosti od jiného problému, a to migrace. Ta představuje invazi, kterou navíc podporují neziskové organizace, a přitom se jedná o snahu islamizace Evropy.

#### **Příklady:**

Chřipka horší než migrující muslimáci a negři? Ministr Hamáček oznámil obnovení kontrol na hranicích. Zdroj: Vlastenecké noviny.

Z blogu Vox Populi: V Německu vyháněli seniory z domovů kvůli migrantům, nyní se jim koronavirus hodí. Zdroj: Pravý prostor.

**Fakta:** Konspirativní teorie o snaze vlád, EU, OSN importovat do Evropy muslimské migranty, byla skloňována v médiích ještě dříve před COVID-19. Byla však rozšířena ve spojitosti se situací na řecko-makedonské hranici a situací kolem pandemie COVID-19. Česká republika má již dlouho zavedenou strategii migrační politiky včetně boje proti nelegální migraci.

### **Př. 3: Virus byl vyvinut jako biologická zbraň**

**Dezinformace:** Virus byl vyvinut (Američany / Brity / Číňany / globálními elitami jako je Bill Gates) za účelem zničení lidstva, nastolení světové nadvlády, zisku z prodeje vakcíny apod.

**Příklad:** *Koronavirus: Je to biologická zbraň? Kdo ji vytvořil? Kdo ji vypustil? Pohled na fakta.* Zdroj: Pravý prostor.

**Fakta:** Dezinformace se často váží k politickým otázkám a pandemie COVID-19 není výjimkou. Podle aktuálně dostupných informací od předních výzkumných institucí a laboratoří tento virus nebyl laboratorně ani uměle vytvořen. Díky globálnímu šíření tohoto viru došlo k mutaci jeho genetické informace. Postupná modifikace virů je však normální a pravděpodobná. Na základě současných poznatků nelze říci, že byl virus vyvinut uměle. Velmi nepravděpodobné jsou také spekulace o cíleném vytvoření tohoto viru nějakou mocností za účelem dosažení svých politických a geopolitických cílů.

### **Př. 4: Prevence a alternativní léčba proti COVID-19**

**Dezinformace:** Jako prevence či léčba při nakažení je nejlepší užívání alkoholu, česneku, kouření, pití horké vody, omývání chlórem, užívání nosních kapek, antibiotik aj. Díky užití ibuprofenu dochází ke zhoršení průběhu onemocnění. Neúčinnost roušek, respirátorů apod.

**Příklad:** Léčba na koronavirus: Je to tak jednoduché: Whisky a med! Zdroj: AC24

**Fakta:** Ani užívání alkoholu, česneku, kouření, pití horké vody, omývání se chlórem,

antibiotik není v boji proti koronaviru účinné. Tyto i další praktiky na svých stránkách vyvrací Ministerstvo zdravotnictví. Na základě vyhlášky Státního ústavu pro kontrolu léčiv může lékař nebo lékárník doporučit Ibuprofen, pokud je onemocnění doprovázeno horečkami. Neexistují žádné vědecké důkazy, že by tato látka zhoršovala průběh infekce.

### **Př. 5: Ostatní státy zabavují ochranné prostředky České republiky**

**Dezinformace:** Německo i jiné státy záměrně zdržují dodávky pro nás důležitých zdravotnických pomůcek, což značně omezuje lékařskou péči. Vláda a média tuto informaci zatajují.

**Příklad:** Koronavirus: To snad ne! Německo zdržuje na svém území zásilky s rouškami do České republiky a dalších zemí? Miliony respirátorů v německých skladech, zatímco v Evropě umírají tisíce lidí!. Zdroj: Arfa.cz.

**Fakta:** Některé země včetně České republiky přistoupily od 4. března k zákazu vývozu zdravotnického materiálu, a to z toho důvodu, že ho byl obecný nedostatek, a také objednávky a distribuce nebyly v té situaci značně přehledné. Tento stav bývá často zneužíván se záměrem vyvolat paniku.

### **Př. 6: Karanténa měst a její dopady**

**Dezinformace:** Používání výrazů jako je koncentrák, stanné právo, výzvy k lynčování osob nedodržujících karanténu, uzavírání konkrétních měst za účelem vyvolat paniku. Autor se snaží navodit dojem důvěryhodnosti tím, že odkazuje na zaručené interní informace z bezpečností komunity.

**Příklad:** Seznam koncentračních táborů – Panika nekončí, ale roste: Olomoucko uzavřeno! Lidé nesmějí odjet ani vstoupit do 21 obcí. Zdroj: Vlastenecké noviny.

**Fakta:** Hoaxy o uzavírání určitých měst se velmi často objevují na sociálních sítích. Netýká se to pouze České republiky. Dezinformace ohledně uzávěry hlavního města Prahy musel několikrát vyvracet ministr vnitra, primátor hlavního města Prahy i premiér. V mediálním prostoru se objevovaly také další manipulativní informace o uzavřených oblastech, pandemických opatření a jiné.

### **Př. 7: Škodlivost očkování**

**Dezinformace:** Česká republika plánuje hromadné očkování všech občanů, a to za účelem kontroly společnosti, protože společně s vakcínou bude do těla vpraven nanočip, který



bude sloužit ke kontrole populace.

**Příklad:** Pandemie Coronavirus COVID-19. Skutečným nebezpečím je „Agenda ID2020“.

Zdroj: Nová republika.

**Fakta:** Povinné a plošné očkování proti COVID-19 za účelem nastolení totalitní světovlády je jedno z nejčastějších dezinformačních sdělení. Staví převážně na nedůvěryhodnosti lidí v účinnosti očkování, či dokonce o jeho škodlivosti. Slouží převážně k vyvolání strachu, nedůvěry a paniky.

## **8. Pandemie je pouze předstíraná, situace není tak vážná**

**Dezinformace:** Epidemie je výmysl, který pouze vyvolává paniku, strach a zakrývá jiné problémy. Pandemie není vážná, a proto není potřeba přijímat ochranná opatření. Ekonomické dopady jsou pro stát mnohem horší, než které může způsobit virus.

**Příklad:** Jak se dělá pandemie, když zemřelo méně lidí než loni. Svět Dr. Wodarga. Koronavirus je prý fikce. Mnozí se mu vysmívají, ale data proti němu chybí. VIDEO a šokující statistika. Zdroj: Arfa.cz.

**Fakta:** Důležitým argumentem proti podceňování COVID-19 jsou země s vysokým nárůstem infikovaných osob. Jelikož má koronavirus delší inkubační dobu než například chřipka, je zásadní včasné zavedení klíčových opatření. Nekontrolované šíření by kromě značných finančních ztrát přineslo také závažnější dopady na společenský život.

Konspiračním teoriím týkajících se pandemie COVID-19 se ve své knize věnují autoři John Bodner, Wendy Welch, Ian Brodie a další. Zmiňují jednu z původních teorií, že celá epidemie je pouze hoax. Upozorňují na to, že vzhledem k počtu postižených by nebylo možné dát dohromady a zesynchronizovat desítky tisíc herců, kteří by představovali nemocné, lékaře či policejní složky. Zmiňují také nebezpečná prohlášení Donalda Trumpa, který podceňováním dopadu koronaviru výrazně posílil hlas propagandistů.

## 4 Strategie boje proti dezinformacím

S přílivem dezinformací se vyskytly i obranné nástroje, kterými se proti nim lze bránit. Důležité však je, aby se tyto nástroje dostaly i k širší veřejnosti. Mezi tyto techniky lze zařadit například prebunking a debunking. Prebunking patří mezi preventivní boje s dezinformacemi a spočívá v tom, že ukazuje často používané dezinformace a manipulační techniky a témata. Proškolení uživatelé je pak již lépe rozpoznají. Díky prebunkingu si pak člověk uvědomí, že například daný článek používá podezřelý emotivní jazyk nebo se v příjemci snaží vyvolat pocit hněvu. Což by mělo vyvolat pocit nedůvěry. Druhým nástrojem je debunking, který spočívá v tom, že se detailně ověří daná zpráva, která se šíří. Po osvojení obou nástrojů by se měl člověk naučit pracovat s informacemi.

Mezi další užitečné nástroje pro boj proti dezinformacím patří analýza přijímaných informací podle metodické koncepce pěti klíčových otázek. Detailně ji představují autoři Michaela Ďurková, Karel Strachota, Kateřina Šafářová ve své metodické příručce. Celkem pět klíčových otázek: Kdo? Co? Komu? Jak? Proč? Tyto otázky rozvíjejí schopnost nahlížet na příjem informací kriticky. Zároveň upozorňují, že i když je kritika daných sdělení důležitá, tak nás nesmí dostat k nedůvěře všeho a ke všem. Informace existují, jen je musí člověk hledat, nejsou nikomu jen tak naservírovány, protože držitelé moci nemají zájem na svéprávných občanech. Ten, kdo nic neví a nic vědět nechce, tak musí všemu věřit. (Viktor Farkas, 2012, s. 268). Jiří Tábořský ve své publikaci uvádí, že média nedisponují mocí určit lidem, co si mají myslet, zato mají výraznou možnost říci veřejnosti o čem má přemýšlet či mluvit.

Žurnalisté Petr Juna a Pavel Kasík uskutečnili pro Seznam zprávy rozhovor s výzkumníci Beth Goldberg o tom, jak se správně proti dezinformacím bránit pod titulkem „Sama jsem naletěla“, říká žena, která chce „očkovat“ proti dezinformacím. Společnost Google prostřednictvím svého think tanku Jigsaw, pro který Beth Goldberg pracuje, se snažila zjistit, zdali jsou schopni manipulacím zabránit ještě dříve, než se začnou šířit mezi uživateli. Tuto techniku přirovnává k mentálnímu očkování.

Základ spočívá v tom, že Beth Goldberg věděla, které dezinformace o očkování proti COVID-19 by mohly začít kolovat po internetu a pro jejich zastavení použila metodu prebunkingu. Debunking se využívá tehdy, když chci již předem vyvrátit dané tvrzení. Tím

tedy vytvořila mentální obranu, která lidem pomáhá poznat, zdali se jedná o dezinformace či manipulace, které dezinformátoři používají.

Beth Golberd ve spolupráci s Harvardovou a Americkou univerzitou vypracovala studii s názvem *Testing the Efficacy of Attitudinal Inoculation Videos to Enhance COVID-19 Vaccine Acceptance: Quasi-Experimental Intervention Trial?* V rámci této studie byla vytvořena tři krátká videa, jejichž cílem je divákovi pomoci rozpoznat a vyvrátit dezinformační narativ o škodlivosti vakcíny proti COVID-19.

Účinnost těchto prebunkingových videí byla otestována na více než 1000 Američanech. Tento výzkum spočíval v tom, že se respondenti v laboratorních podmínkách nejdříve podívali na video, následně se ukázal příklad dezinformace a v závěru se zjišťovalo, jestli budou sdílet tu danou dezinformaci. Vědci se jich dále zeptali, jestli důvěřují zdroji a jestli sami dokáží identifikovat narativ ve videích. U těch respondentů, kteří sledovali krátká prebunkingová videa, šlo zpozorovat výrazné zlepšení, například menší pravděpodobnost sdílení dezinformací, menší důvěra v samotnou dezinformaci či lepší identifikace narativu, který vypráví o škodlivosti vakcíny proti COVID-19 na lidské zdraví. Jako zajímavou část studie Beth Golberd popisuje to, že ve svém výzkumném vzorku měli více lidí, kteří nebyli očkovaní. Nakonec studie se jich zeptali, jaká je pravděpodobnost toho, že se nechají očkovat. Rozhodnutí pro očkování se zvýšilo u těch, kteří viděli prebunkingová videa, oproti těm, kteří viděli video kontrolní.

I mimo tuto studii se Beth Golberd se svými spolupracovníky snaží šířit povědomí o tom, jak se správně dezinformacím ubránit. Říká, že nejde tak ani o rozlišování pravdy od lži, ale spíše o schopnost odhalit, kdy je použita manipulace či dezinformační narativ. Tento um přirovnává k vytvoření si mentálních protilátek a mentální obranu.

V rozhovoru se objevila i otázka, jestli si výzkumnice myslí, že lidé budou mít takovou mentální kapacitu, aby dokázali takto důkladně přemýšlet u každé přečtené zprávy. Na základě proběhlých studií, kterých se Beth Golberd účastnila, vyzorovala úspěšné výsledky napříč všemi skupinami. Dodává však, že i když jsou testy v laboratorních podmínkách pozitivní, tak na internetu se lidé tolik nesoustředí, a navíc jsou ovlivněni svým okolím, jak přáteli či rodinou. Pokud člověk přemýšlí kriticky při testování, tak nelze

očekávat, že tak bude přemýšlet i ve svém soukromí.

Jsou známy důkazy, že někteří lidé jsou náchylnější vůči dezinformacím. Beth Golberd říká, že existují některé věci, které jsou přímo hnacími motory proto, aby člověk dezinformacím podlehl a jiné věci s dezinformacemi korelují. Například když člověk nemá svoji sociální komunitu, tak hledá sounáležitost a často ji najde v nějakém hnutí. Pokud se člověk necítí být součástí politiky, tak ji nedůvěřuje a s tím souvisí nedůvěra k institucím, médiím, lékařům, odborníkům a dalším. To vše vede k tomu, že je člověk náchylnější uvěřit dezinformaci.

Důležité je lidem pomoci, aby získali schopnost kritického myšlení a tím dokázali filtrovat přijímané informace. K tomu jim mimo jiné lze pomoci osvojením si různých nástrojů, mezi které mimo jiné patří prebunking a debunking. V závěru dodává, že už ve škole by se mělo učit o nových schopnostech umělé inteligence a zajistit vzdělání, či alespoň informovanost lidí, které již ve škole nejsou.

Je však důležité dodat, že vzniklo nespočet osvětových informačních kampaní, které si kladou za cíl seznámit žáky na školách s existencí dezinformací a dalších manipulativních technik. Jeden ze vzdělávacích programů organizace Člověk v tísni s názvem JSNS (Jeden svět na školách) vydal publikaci pro učitele s názvem Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím, která poukazuje na to, že se lze proti dezinformacím bránit. Nejefektivnější obranou je dle této příručky posilování dovedností kriticky analyzovat a posuzovat jednotlivé informace, které nejen skrze média přijímáme. Dále schopnost rozlišovat informace, které jsou založené na faktech od těch, která jsou manipulativní. Nejlepší dezinfekcí proti nim je mediální vzdělávání, které by mělo být součástí školní výuky (Michaela Ďurková, Karel Strachota, Kateřina Šafářová, 2020, s. 5).

Zvyšování mediální gramotnosti je velmi důležité také z pohledu Petra Nutila. Ten ve své publikaci uvádí, že jsme vystaveni velkému množství informací, díky tomu čelíme stále novým a novým otázkám, se kterými se musíme vyrovnat, chceme-li zůstat v obraze a mít povědomí, co je nového ve světě. Právě pojem mediální gramotnost v sobě zahrnuje porozumění médiím, schopnost vyhledávání a pochopení relevantních informací spolu s uměním jejich ověřování. Toto kritické hodnocení se stává klíčovou schopností

k celospolečenskému přežití. V další části své knihy zmiňuje, že by stát měl být zodpovědný za vzdělání svých občanů v oblasti mediální gramotnosti a kritického myšlení. (Petr Nutil, 2018, s. 91-95).

## 5 Mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace

S výskytem globální pandemie COVID-19 přišel do našich životů také strach, nedůvěra, nejistota a spousta dalších negativních emocí. Tím, jak se pandemie začala rychle šířit, vytvořila tato situace ideální prostředí pro stejně rychlé šíření dezinformací přes sociální sítě a další komunikační nástroje. Společně s pandemií COVID-19 se objevilo velké množství otázek a dedukcí, a proto bylo velmi snadné některým dezinformacím uvěřit, což dokonce vyústilo do úrovně hrozby pro veřejné zdraví.

Média patří k důležité součásti informačního prostoru. Pro oslovení větší části lidí to bez médií nepůjde. Avšak význam a síla těch tradičních jako je tisk, televize či rádio zvolna narušuje rozmach internetu a vliv sociálních sítí (Jiří Tábořský, 2020, 131).

Sociální média představují velmi silný komunikační nástroj, díky kterému je spojení mezi lidmi mnohem jednodušší a rychlejší. Mimo všechny výhody, které přináší, má samozřejmě i své negativní stránky. Například to, že jejich uživatelé mohou na základě jednoho kliknutí mezi sebou sdílet i informace, které se mohou tvářit jako pravdivé, avšak v mnoha případech jsou spíše záměrně zmanipulované a zkreslené. Problém nastává ve chvíli, když je příjemce bezmyšlenkovitě sdílí dál, aniž by danou zprávu ověřil pomocí dalšího vyhledávání. Často u nich chybí jméno autora, zdroj či datum vydání. Toto sdílení a uvěření v danou dezinformaci představuje výrazné ohrožení pro zastavení či omezení šíření pandemie.

Ze spolupráce Světové zdravotnické organizace (WHO) s univerzitou Melbourn a organizací Pollfish zabývající se globálními průzkumy, vznikla studie s názvem Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials. Ta zkoumala skupinu generace Z a Mileniálů a jejich způsob získávání informací o pandemii COVID-19 a také to, jak s nimi dále pracují. Do skupiny generace Mileniálů patří lidé, kteří se narodili v období mezi 80. let 20. století až do počátku 21. století. Na ně poté navazuje generace Z, do které se řadí lidé narození už v 21. století.

Tato mezinárodní studie do svého výzkumu zahrnula přes 23 000 respondentů ve věkovém rozhraní 18 až 40 let, ve 24 zemích na 5 ti kontinentech. Výzkum probíhal od října 2020 do ledna 2021. Díky získaným výsledkům studie poskytuje ucelený přehled o tom, kde a

z jakých zdrojů obě generace získávají informace o pandemii. Dále také to, jaké zdroje považují za relevantní a důvěryhodné. V neposlední řadě zkoumá také to, jaký mají respondenti přehled v oblasti dezinformací.

### **5.1. Zdroje pro hledání informací**

Jak ukázaly výsledky tohoto výzkumu, využívají při hledání informací respondenti vícero zdrojů.

43 % respondentů při hledání informací ohledně pandemie COVID-19 využívá tuzemská média. 36 % dotázaných používá k získání informací internet. Další část tvořící 35 % získává informace z mezinárodních zpravodajských médií. Mezi zdroje, které využívá větší počet respondentů (31 %) patří také získávání informací ze sociálních sítí WHO. Osobní interakce je oproti online médiím na nižší úrovni. V přesnějších číslech je s 22,4 % zdrojem informací rodina a s 19,8 % přátelé.

Při porovnání získaných výsledků z různých koutů světa lze vyzorovat značné rozdíly, které jsou ovlivněné místní kulturou, státními institucemi a postavením medií v dané zemi. Například v Indii, Mexiku a Nigérii patří mezi nejoblíbenější nástroj pro získávání informací ohledně pandemie COVID-19 sociální síť WHO. Oproti tomu v Rusku, Jižní Koreje či Egyptě je na prvním místě vyhledávání na internetu. Tuzemská média a jejich účty na sociálních sítích se považují jako důvěryhodné zdroje. Je však i několik zemí, kde respondenti upřednostňují více informace od WHO a vědeckých zdrojů před informacemi, které poskytují celostátní média.

Národní média i jejich sociální média patří mezi nejdůvěryhodnější kanály pro oslovení Generace Z a Mileniálů. Ve výzkumu je však i několik zemí, kde se respondenti spoléhají více na WHO a další zdroje jako jsou například mezinárodní média.

Na problematiku souvislosti sociálních sítí a šíření strachu z pandemie upozorňuje také Jiří Weigl, který tvrdí, že sociální sítě tento strach šířily a nebyly ochotné připustit nějaký další názor, a nebyly schopné poskytnou detailní a strukturované informace o nemoci, díky kterým by si uživatelé sociálních sítí byly schopni vytvořit určitý respekt, jež by je neochromoval při běžném životě. (Václav Klaus, Jiří Weigl, 2021, s. 37)

## **5.2 Preferovaný obsah při sdílení informací na sociálních sítích**

Data z další části ukazují, jakému obsahu dávají respondenti přednost při sdílení informací o pandemii COVID-19 na svých sociálních sítích.

Na toto téma odpovědělo 44 % dotázaných, že na svých sociálních sítích sdílí informace, které vycházejí z vědeckých pramenů. Dalších 37 % respondentů sdílí informace, které jsou relevantní pro ně samotné. Menší část (28 %) pak upřednostňuje zprávy, které jsou propojené s článkem, videem, obrázkem, příběhem či emocionální reakcí. Zbývajících 18 % preferuje příspěvky propojené s vtipnými prvky.

I v této části lze vyzorovat rozdíly mezi zeměmi. Například dotázaní z Japonska a Nigérie na svých sociálních sítích sdílejí informace, které se dotýkají jich samotných. Zatímco v Číně převládá obsah, který je nejvíce sdílený a má hojný počet reakcí.

Ze získaných odpovědí na tyto otázky lze vyčíst, že pokud jde o sdílení obsahu COVID-19, tak převažují ty informace, které mají vědecký původ. To ukazuje úroveň digitální gramotnosti Generace Z a Mileniálů v rámci sdílení informací, protože vědecký obsah jasně převažuje nad trendy na sociálních sítích, kde se primárně sdílí obsahy, které jsou zábavné a obsahují emoce.

## **5.3 Detekce dezinformací a následná reakční schopnost na ně**

Více než polovina respondentů (59 %) si je vědoma možnosti výskytu dezinformací v člancích, které se zabývají pandemií COVID-19. Pro potřeby výzkumu uvedli, že po zjištění, že se jedná o nepravou informaci, pak již danou zprávu dále nešíří. V rámci ověřování pravosti dané informace před tím, než dojde k jejímu sdílení, si takto počíná 41



% respondentů.

37 % dotázaných přiznalo, že má zkušenost s tím, že na svých sociálních médiích sdíleli informaci, která se později ukázala jako nepravdivá. Z toho 87 % ji hned opravilo nebo ze svých stránek odstranilo.

Při setkání s falešnou zprávou ji celkem 35 % respondentů ignoruje, dalších 24 % nahlašuje jako falešnou a 19 % se pouští do diskuze. Pouze 9 % přestává zdroj díky tomuto šíření sledovat.

Z výzkumu tedy vyplývá, že velká část respondentů si je vědoma šíření dezinformací a díky tomuto jsou tak schopni často odhadnout, kdy se jedná o pravdu a kdy o lež.

## **5.4 Míra obav z pandemie a hlavní důvody**

Strach z nákazy COVID-19, jak už u sebe samotných či rodinných příslušníků nebo jejich přátel, má 56 %. Další velkou část (53,8 %) představují obavy z ekonomické krize, které pocházejí především od dotázaných z Austrálie, Argentiny, Brazílie, Kolumbie, Indonésie, Itálie, Maroka, Nigérie, Peru, Jižní Afriky, Španělska či Turecka.

Mezi další obavy patří například ztráta zaměstnání, především v Indii, dále omezení kontaktu s nejbližšími, projevy omezení v osobním životě a další.

Generace Z a Mileniálů se potýká s mnohými obavami ohledně COVID-19. Zde je viditelný prostor pro zlepšení komunikace z oficiálních zdrojů, které by se měly snažit tyto obavy již od samého počátku neutralizovat a dávat nejenom generaci mladých, ale celé společnosti, jasné a pravdivé informace.

## **5.5 Zájem o informace k vakcíně**

Od začátku pandemie vystoupalo téma očkování na první místo ze třetího. Výzkum ukazuje, že množství respondentů, kteří mají zájem o informace ohledně vakcíny proti covid-19 roste, a to z původních 45,6 % na začátku pandemie na 55 % v období výzkumu. Často bývají influenceri považováni za důležitý zdroj informací, a navíc také za zdroje důvěryhodné. Navzdory jejich vlivu tomu tak však v oblasti covid-19 k není. Největší důvěru představuje zdroj WHO ve výši 46 % či názory dalších vědeckých expertů (44 %). Na dalších příčkách je pak rodina, vláda, média aj.

Téměř po celém světě jsou již funkční očkovací programy, ale jak je vidět z oficiálních čísel, míra zájmu o ně kolísá spolu se změnami křivky počtu nakažených. Studie jasně ukazuje, že informace od profesionálů mají převahu nad těmi od celebrit či influencerů, což je dobrá zpráva pro zainteresované instituce, jejichž úkolem je poskytovat informace veřejnosti.

## **5.6 Přehlcenost informacemi**

Přes 58 % respondentů vnímá velké množství informací spojených s pandemií a jsou jimi přehlceni. 52 % přiznává, že ztrácí dokonce zájem o dané téma. Nedůvěru k médiím a jimi poskytovaným informacím projevilo 59 %. Lépe na tom nejsou ani zprávy vydávané

vládnou, kterým dle studie nevěří celých 57 % dotázaných.

Přehlcenost informacemi o pandemii COVID-19 převažuje u velkého množství respondentů. Je to dáno také tím, že většina touží po návratu do normálu. Je tedy nadmíru důležité, aby komunikace zdravotních expertů obsahovala „světlo na konci tunelu“, avšak nesmí pominout důležitost dodržování podmínek, které nás k tomuto světlu dovedou, jako například nošení respirátorů, sociální distancování či očkování.

Výsledky této studie ukazují, že ani jedné ze zkoumaných generací není současná situace lhostejná. Velká část z nich přemýšlí nad možnými dopady sdílení informací na svých sociálních sítích a raději si dané zprávy ověří, aby mohli sami usoudit, zdali se jedná o podloženou zprávu či dezinformace.

## 6 Metodologie

Dotazníkové šetření je jedna z nejčastějších forem výzkumu veřejného mínění a patří do kvantitativních metod. Své využití nachází nejenom v oblasti sociologie, ale také v marketingu, managementu či psychologii. Zkoumat se dají nejen názory a postoje respondentů, ale také jejich znalosti, vzorce chování, vlastnosti, nebo například preference při volbách.

V rámci přípravy dotazníkového šetření je nezbytné definovat výzkumný problém, cíle tohoto výzkumu, stanovit reprezentativní vzorek a nastavit systém získávání odpovědí. To může probíhat ústně (oslovování respondentů na ulici), telefonicky (využití call centra), nebo online (pomocí e-mailu či sdílení odkazů na daný dotazník).

Dotazník samotný by měl být řádně strukturován. Nejprve respondenta oslovíme a seznámíme ho se zkoumanou problematikou a účelem výzkumu. V dnešní době citlivosti sdílení osobních dat je vhodné respondenta ujistit o jeho anonymitě a sdělit mu, jak bude s jeho daty nakládáno. Pro docílení zařazení co nejvyššího počtu respondentů do výzkumu je vhodné do úvodu zařadit ujištění o čase, který je nutný vyplnění dotazníku věnovat. Základem úspěchu pro správné vyplnění je řádné poučení respondenta o tom, jak na jednotlivé typy otázek odpovídat.

Existují tři základní typy dotazníků. Standardizovaný, který má pevně daný seznam otázek, na které respondent odpovídá volbou možné odpovědi. Velkou výhodou tohoto typu dotazníku je snadnější realizace statistického vyhodnocování. Nevhodnou volbou variantních odpovědí však může docházet ke zkreslení celého výzkumu. Druhý typ dotazníku obsahuje otevřené otázky, kdy respondent odpovídá vlastními slovy. Tazatel mu tedy dává větší prostor k vyjádření se, což však vede k obtížnějšímu vyhodnocení. Spojením obou uvedených dotazníků vzniká třetí typ, který se nazývá polostrukturovaný.

## 7 Praktická část

Ač byla mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace, Univerzitou v Melbourn a organizace Pollfish svým geografickým pokrytím velmi rozsáhlá, pokryla 24 zemí na 5 kontinentech, nebyli do ní bohužel zapojeni respondenti z České republiky. Porovnání odpovědí Čechů s okolním světem, se státy s různou úrovní ekonomiky, vzdělanosti či přístupu k médiím, by bylo z vědeckého pohledu jistě zajímavé, a navíc přínosné pro pochopení základních národních odlišností. Toho je možné docílit uskutečněním lokálního kvantitativního výzkumu, který nám poskytne potřebná data. Obsah a forma tohoto výzkumu včetně jeho výsledků a základní komparace s ostatními zeměmi jsou uvedeny v praktické části. Zde jsou jako určitá nadstavba daného výzkumu doplněny také ostatní věkové kategorie, které sice nemáme možnost srovnat s chováním zahraničních respondentů studie WHO, protože ta se zaměřovala pouze na generaci Z a Mileniály, ale určité vzorce je možné vyčíst také z porovnání jednotlivých věkových skupin v České republice. Jak již bylo v této práci uvedeno, mezi skupiny nejvíce ohrožené dezinformacemi patří například senioři, proto také jejich odpovědi na otázky výzkumu budou velmi důležité.

## 7.1 Dotazníkové šetření

Pro tuto práci bylo vytvořeno kvantitativní dotazníkové šetření. Základem pro vytvoření otázek byla globální studie Světové zdravotnické organizace s univerzitou Melbourn a organizací Pollfish. Jedině tak bude možné porovnat závěry získané s populačního vzorku České republiky s ostatními zeměmi, které se této globální studie zúčastnili. Vzhledem k tomu, že je tato diplomová práce zaměřena nejen na práci s informacemi o pandemii COVID-19, ale součástí je také téma digitální propasti, bylo dotazníkové šetření doplněno o otázky z této oblasti.

V rámci přípravy dotazníkového šetření Digitální propast a šíření dezinformací v období pandemie COVID-19 byly stanoveny také některé základní teze. Prvním předpokladem je fakt, že obyvatelé menších měst a obcí budou dávat přednost při hledání informací spíše tradičnějším nositelům jako jsou televize, tisk či rádio. Naopak u větších měst se očekává příklon spíše k mobilním telefonům a počítačům.

V úvodu dotazníku byl respondentovi sdělen důvod k jeho oslovení, ujištění o anonymitě odpovědí a jeho samotného. Vzhledem k předpokladu, že většina respondentů bude vyplňovat odpovědi na mobilním telefonu, bylo přidáno i doporučení, že je vhodnější mít telefon otočen vertikálně, aby byly řádně zobrazeny všechny možnosti odpovědí, a ne pouze ty, které jsou vidět na první pozici bez nutnosti posunout stránku doprava či doleva. Bez této informace by mohla být negativně ovlivněna správnost celého dotazníkového šetření.

Vzhledem k tématu byla jako nejvhodnější metoda administrace dotazníku zvolena jeho distribuce přes webové prostředí. Pro tento účel byl využit nástroj od společnosti Google – Formuláře, kde se definují jednotlivé otázky a nastaví se možnosti a způsoby jejich odpovědí (otevřené, uzavřené, pouze jedna možná odpověď, více odpovědí a podobně).

Distribuce dotazníků pak probíhala prostřednictvím sdílení odkazu na sociálních sítích jako je Facebook, Whats App, Instagram a další. Samotná volba těchto distribučních kanálů již může mít vliv na výsledky šetření díky předpokladu, že uživatelé těchto sociálních sítí již mají určité znalosti a dovednosti v online prostředí a využívání technologických nástrojů pro komunikaci. V rámci alespoň částečné eliminace těchto vlivů byla část dotazníků distribuována papírovou formou, případně s pomocí třetí osoby jakožto tazatele, který

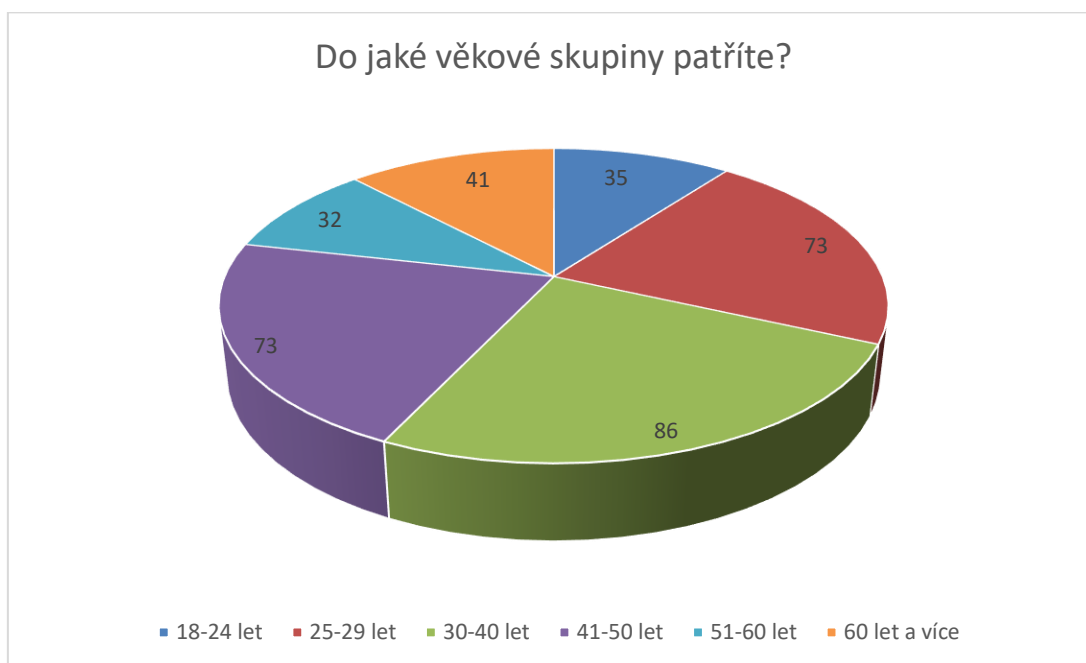
odpovědi doplňoval do online formuláře za respondenta. Například vnuk za babičku a podobně.

Otázky v šetření lze rozčlenit do tří částí. Nejprve byly položeny otázky týkající se demografie zjišťující informace o samotném respondentovi, jako je pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání a velikost obce, ve které bydlí. Následovaly otázky zjišťující schopnosti a dovednosti v oblasti práce s komunikačními technologiemi. Do třetí části byly zařazeny otázky týkající se práce s informacemi v období pandemie COVID-19, míra důvěry k jejich poskytovatelům a uvědomění si rizika sdílení dezinformací.

### 7.1.1 Demografická data

Výzkum probíhal od 02. 07. 2022 do 23. 08. 2022 a zapojilo se do něj 340 respondentů. Z toho bylo 210 žen a 130 mužů.

Na rozdíl od globální studie Světové zdravotnické organizace, která pracovala s respondenty ve věku 18 až 40 let, v tomto případě by tento vzorek představoval 57 % českých respondentů, byla v rámci této práce věková kategorie členěna podrobněji a rozšířena o kategorie 41 až 50 let, 51 až 61 let a více.



Graf 1 Věková struktura respondentů

Největší skupinu 25 % představovali respondenti ve věku 30 až 40 let a nejmenší 9 % ti v kategorii 51 až 60 let. Každá z věkových kategorií obsahovala více než 30 respondentů, což je pro tuto práci bráno jako statisticky dostatečně významný vzorek.

Co se týká nejvyššího dosaženého vzdělání, převládaly se 36 % dvě kategorie, a to střední s maturitou a vysokoškolské. Respondentů se základním vzděláním bylo pouze 19, tedy méně než 30, proto nebyli do dalšího samostatného statistického porovnávání zařazeni.



Graf 2 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

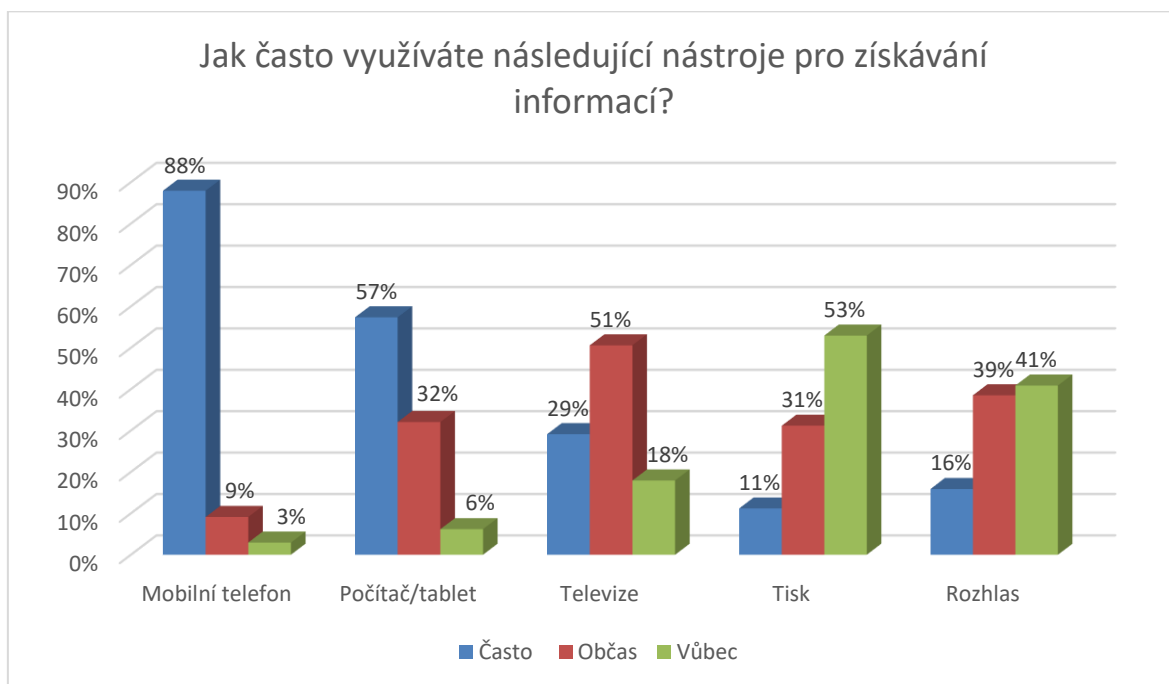
V rámci velikosti obce, ve které respondenti bydlí, představovali největší skupinu, a to více než jednu třetinu obce nad 100 000 obyvatel. Naopak nejmenší zastoupení mají obce s 50 000 až 100 000 obyvateli, a to se 17 respondenty. Stejně jako u respondentů se základním vzděláním nebude v této práci tato kategorie v samostatném statistickém porovnání použita.

### 7.1.2 Kde respondenti získávají informace

V průběhu času se komunikační kanály výrazně mění, od předávání informací ústní formou mezi lidmi, přes rozmach tištěných médií od vynálezu knihtisku Johannem Gutenbergem, až k dnešní době internetové. Každá z těchto fází vyžadovala po lidech určité znalosti, bez kterých může docházet k jejich vyloučení z přirozené komunikace.



V rámci dotazníkového šetření bylo zkoumáno, kterým nosičům informací dávají respondenti přednost. Na výběr měli mobilní telefon, počítač, televizi, tisk a rozhlas.



*Graf 3 Komunikační nástroje a jejich využívání*

Nejvyšší podíl respondentů a to 88 % uvedl, že mobilní telefon je často zdrojem pro získávání informací. Na druhém místě se umístil počítač či tablet s 57 %. Následovala televize s 29 %, rozhlas s 16 % a na posledním místě se umístil tisk s 11 %. Na druhé straně vůbec nepoužívá tisk jako zdroj informací 180 respondentů, 139 to má takto s rozhlasem a pouze 10 ani mobilní telefon.

Z grafu je jasně vidět, že preference respondentů inklinují k online zdrojům informací oproti klasickým jako jsou tisk či rozhlas.

Bylo by jistě zajímavé sledovat, jak se tyto preference vyvíjejí v čase, ale vzhledem k časovému omezení tohoto výzkumu, lze vycházet pouze ze statických dat k roku výzkumu 2022. Napovědět ale mohou pohledy jednotlivých věkových skupin, kde se předpokládá vyšší preference online zdrojů u mladších věkových kategorií.

Věková skupina	Mobilní telefon	Počítač/tablet	Televize	Tisk	Rozhlas
18-24	100 %	74 %	9 %	6 %	3 %
25-29	97 %	63 %	29 %	10 %	21 %
30-40	91 %	67 %	12 %	3 %	7 %
41-50	92 %	61 %	44 %	7 %	15 %

51-60	81 %	81 %	25 %	9 %	16 %
61 a více	54 %	45 %	61 %	44 %	39 %

*Tabulka 1 Procentuální zastoupení respondentů, kteří u daného média zvolili odpověď „používám často“ vůči celkovému počtu respondentů v dané věkové skupině*

Z tabulky jasně vyplývá naprostá preference mobilního telefonu jako zdroje pro získání informací u věkové skupiny 18 až 24 let, variantu mobilní telefon používám pro získávání informací často, zvolilo 100 % respondentů z dané věkové skupiny. Procentuální zastoupení se postupně snižovalo až na 54 %, které představuje procentuální zastoupení respondentů ze skupiny 61 let a více. Rozdíl mezi skupinami byl 46 procentních bodů. Ještě více se nůžky rozevřely u televize, kterou preferuje jako častý zdroj informací největší procento respondentů ze skupiny 61 let a více a to 61 %. V nejmladší věkové kategorii jí dává přednost pouhých 9 %. Suverénně nejnižší zastoupení u této věkové kategorie získal rozhlas se 3 %, stejně jako tisk ve věkové skupině 30 až 40 let. Z celkového pohledu se jako nejčastěji využívaný komunikační nástroj jeví mobilní telefon, který až do věku 50let preferuje více než 90 % respondentů.

V porovnání mezi online médii, jako jsou mobilní telefon či počítač, a tradičními, jako jsou televize, rozhlas a tisk, je více preferována první skupina oproti druhé, kde až na televizi u nejstarší kategorie nedosahují ostatní ani hranice 50 %.

Na zvětšování či zmenšování digitální propasti má vliv mnoho faktorů. Mezi nejvýznamnější patří přístup k informacím, internetu, komunikačním technologiím a schopnost pracovat s nimi. Z demografického pohledu lze předpokládat, že obyvatelé menších měst a obcí budou dávat přednost při hledání informací spíše tradičnějším nositelům, jako jsou televize, tisk či rádio. Naopak u větších měst se očekává příklon spíše k mobilním telefonům a počítačům.

Velikost obce dle počtu ob.	Mobilní telefon	Počítač/tablet	Televize	Tisk	Rozhlas
Obec nad 50 001	86 %	58 %	27 %	10 %	14 %
Obec od 20 001 do 50 000	85 %	73 %	28 %	10 %	18 %
Obec od 10 001 do 20 000	89 %	57 %	23 %	9 %	7 %
Obec od 2 001 do 10 000	90 %	59 %	29 %	27 %	27 %
Obec pod 2 000 obyvatel	91 %	47 %	39 %	7 %	20 %

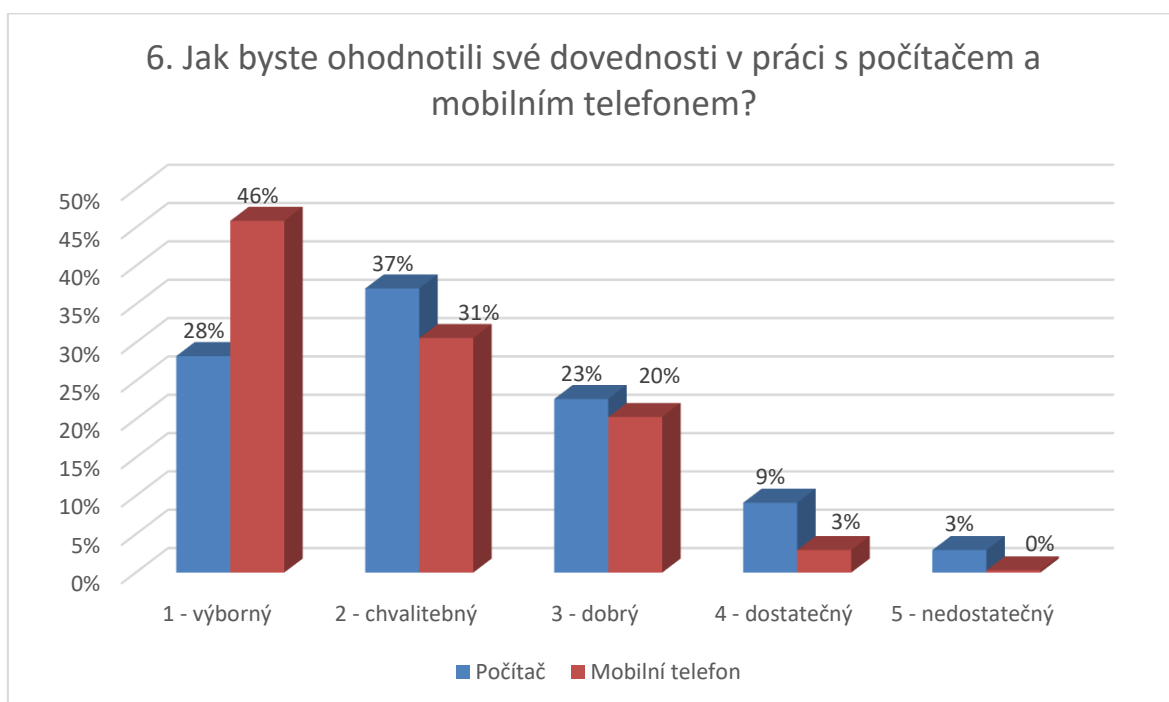
*Tabulka 2 rozdělení respondentů podle míry procenta využívání komunikačních nástrojů a velikosti obce*

Jak již bylo zmíněno v úvodu praktické části, počet respondentů z kategorie obce s 50 001 až 100 000 obyvatel byl nižší než minimální stanovený limit pro uznání statistické významnosti. Z tohoto důvodu došlo ke sloučení této skupiny se vzorkem respondentů žijících v obci větší než 100 000 obyvatel.

Předpokládaná teze většího využívání online médií se u mobilního telefonu nepotvrdila. Jak je vidět z tabulky č. 2, 86 % respondentů z největších obcí dává přednost mobilnímu telefonu, přičemž v obcích nejmenších je to dokonce 91 %. U počítače je jisté snížení patrné, rozdíl mezi největšími a nejmenšími obcemi činí 11 procentních bodů. Zastoupení televize a rozhlasu s klesajícím počtem obyvatel až na výjimky roste. Lze tedy konstatovat, že se rozdíly mezi většími a menšími městy spíše zmenšují.

### 7.1.3 Úroveň znalosti práce s komunikačními technologiemi

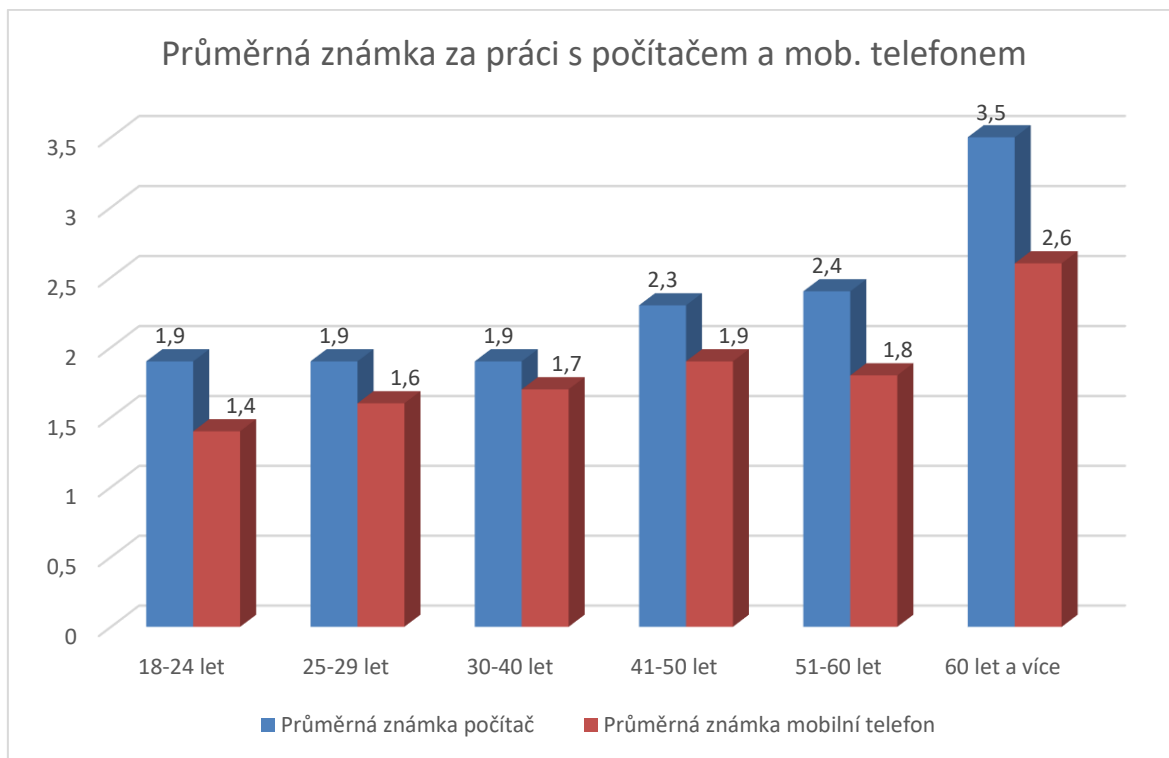
Problematika digitální propasti, tedy rozdílná úroveň znalostí práce s komunikačními technologiemi, je úzce spojena s využíváním počítačů a čím dál více také mobilních telefonů. Otázky č. 6 a 7 dotazníkového šetření měly za cíl zjistit, jak respondenti hodnotí sami sebe v rámci dovedností a znalostí v práci s těmito technologiemi.



Graf 4 Míra dovednosti práce s počítačem a mobilním telefonem

46 % dotázaných hodnotí svou práci s mobilním telefonem na výbornou, avšak stejnou známku za práci s počítačem si dalo pouze 28 %. Oproti tomu pouze 3 % respondentů se hodnotí nedostatečnou v práci s počítačem a 1 respondent v práci s mobilem.

Na základě dalšího rozboru těchto otázek byla také potvrzena teze z úvodu této práce, která předpokládá, že se digitální propast s postupem času spíše snižuje. V každé věkové kategorii byla určena průměrná známka hodnotící úroveň znalostí s danou komunikační technologií.



*Graf 5 Průměrná známka za práci s počítačem a mobilním telefonem*

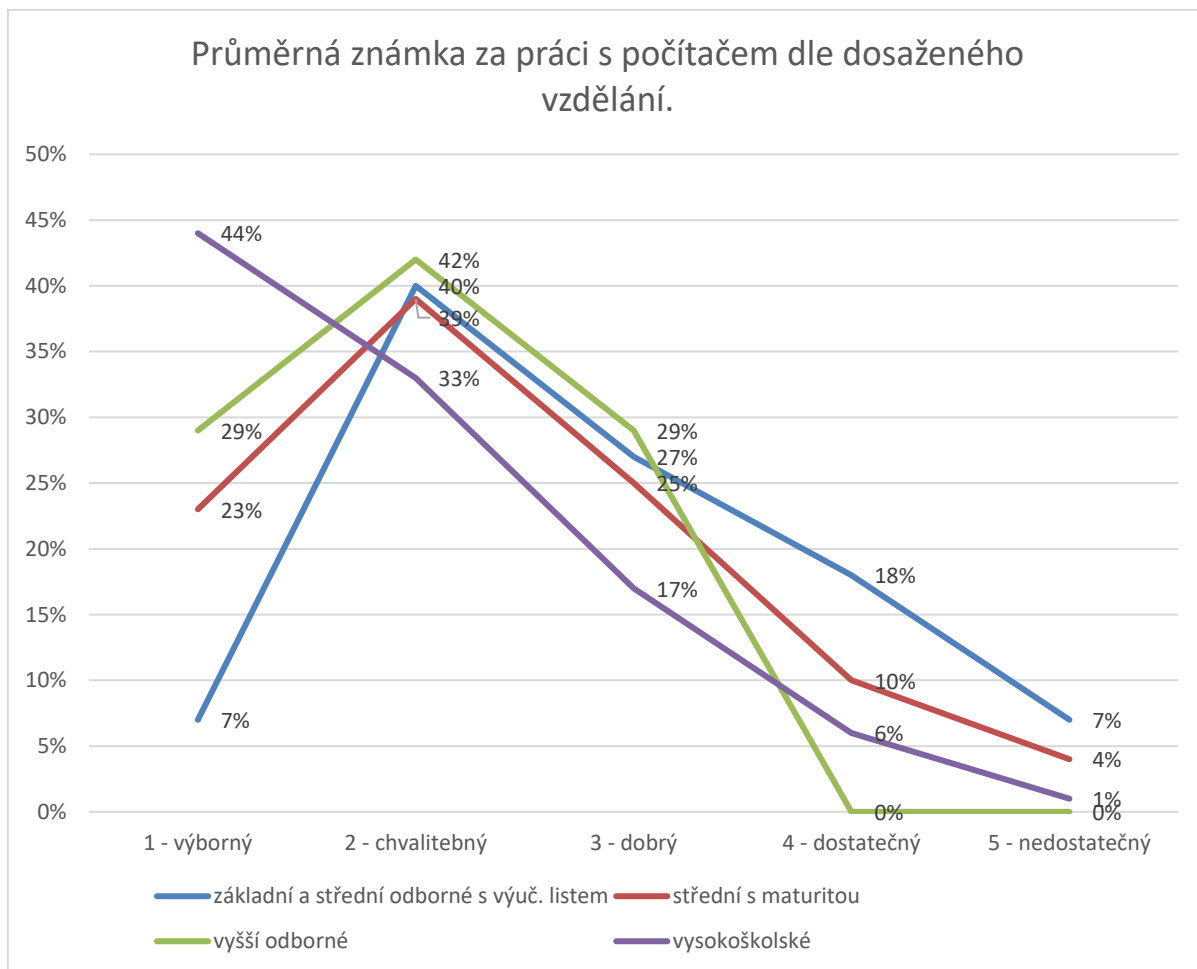
Shodnou průměrnou známkou 1,9 za znalost práce s počítačem se ohodnotili respondenti hned ze třech věkových kategorií a to 18-24, 25-29 a 30 až 40 let. Naopak nejhorší průměrnou známkou 3,5 si udělili respondenti z věkové kategorie 61let a více. U mobilních telefonů je situace o poznání lepší. U nejmladší věkové kategorie se začíná dokonce s průměrnou známkou 1,4, přičemž se opět ukázalo, že průměrná známka roste s věkem respondenta. V nejvyšší věkové kategorii 61 let a více je průměrná známka výrazně lepší, než u práce s počítačem a to 2,6.

Na základě těchto získaných výsledků lze tedy konstatovat, že průměrná známka práce s komunikačními technologiemi se s věkem zhoršuje, což má přímý vliv na rozšiřování digitální propasti. V rámci boje proti tomuto trendu by se tedy pozornost měla upřít převážně na starší občany, ať už formou sdělovacích kurzů či rozšiřování povědomí.

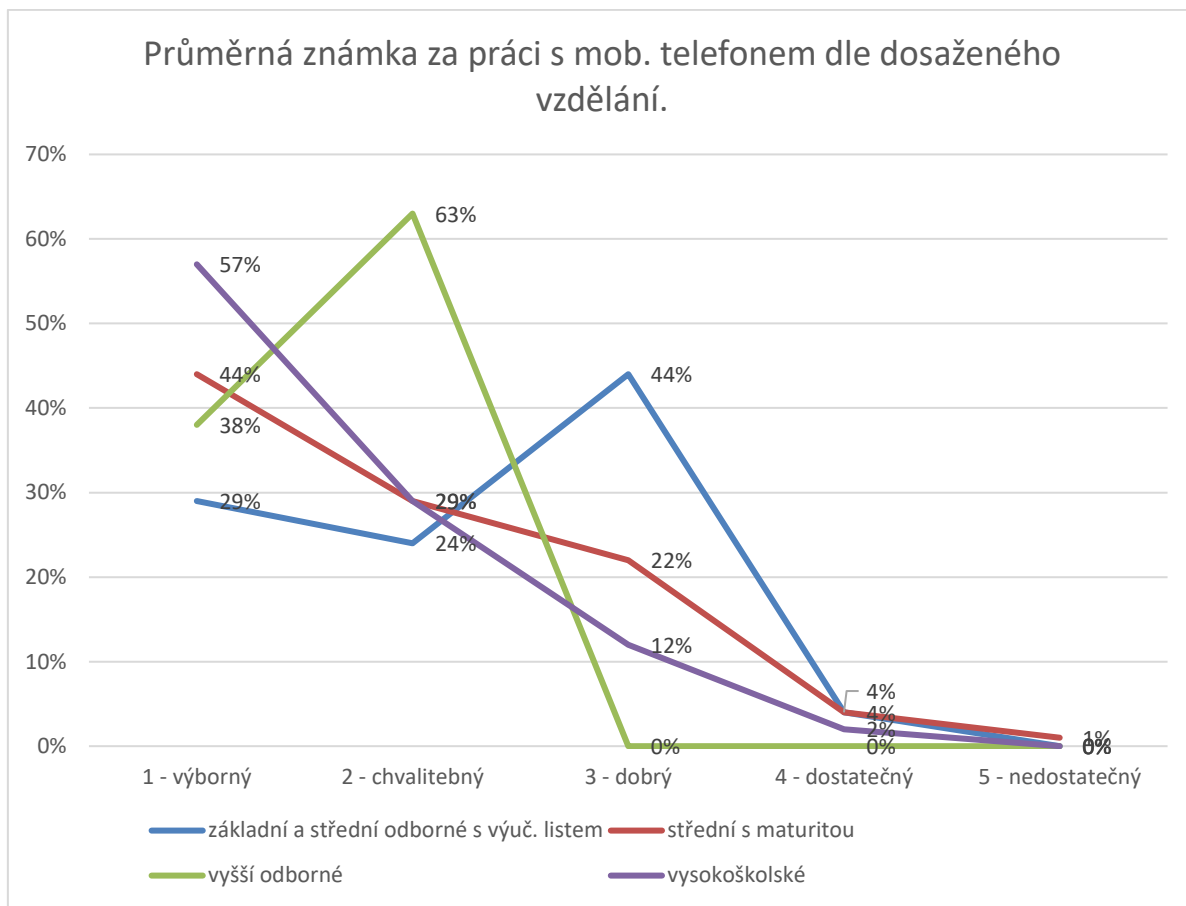
Problematika digitální propasti je úzce spojena se vzděláváním. Základy technické gramotnosti by měly být položeny již v ranném věku, aby tak bylo možno na nich stavět v době, kdy je jedinec atakován velkým množstvím informací a je jen na něm, jakým způsobem bude vyhodnocovat jejich pravdivost. To se samozřejmě netýká pouze nejmladší generace, ale zejména nejohroženější skupiny, kterou jsou senioři.. Čím dál tím častěji se

tak můžeme setkat s kurzy počítačové či mobilní gramotnosti.

Míra propojení výše vzdělání a kvalita znalostí práce s komunikačními technologiemi byla také součástí dotazníkového šetření. Jednou z tezí, definovanou pro potřeby této diplomové práce, byla tedy pozitivní vazba mezi těmito dvěma zkoumanými jevy.



Graf 6 Průměrná známka za práci s počítačem dle dosaženého vzdělání



Graf 7 Průměrná známka za práci s mobilním telefonem dle dosaženého vzdělání

Jak je vidět, byla prokázána vazba mezi výškou dosaženého vzdělání a sebehodnocením znalostí a dovedností práce s počítačem či mobilním telefonem. Největší zastoupení hodnocení 1 – výborný v práci s počítačem bylo 44 % u skupiny vysokoškoláků, následovalo vyšší odborné vzdělání s 29 %, střední s maturitou s 23 % a výzkum uzavřela skupina se základním až středním odborným vzděláním s výučním listem se 7 %. Vzhledem k nízkému počtu respondentů se základním vzděláním byla tato kategorie sloučena s nejbližší možnou skupinou, a to se středním odborným vzděláním s výučním listem.

U mobilních telefonů byl počet hodnocení na 1 – výborný dokonce ještě vyšší. Nejvíce si věřila opět skupina vysokoškoláků 57 %, na druhé místo se dostali respondenti s maturitou 44 %, vyšší odborné vzdělání obsadilo třetí příčku s 38 % a skupinu uzavírají opět respondenti se základním vzděláním až středním odborným vzděláním s výučním listem s 29 %.

Kontinuální vzdělávání v oblasti technické i mediální gramotnosti by tedy mělo být

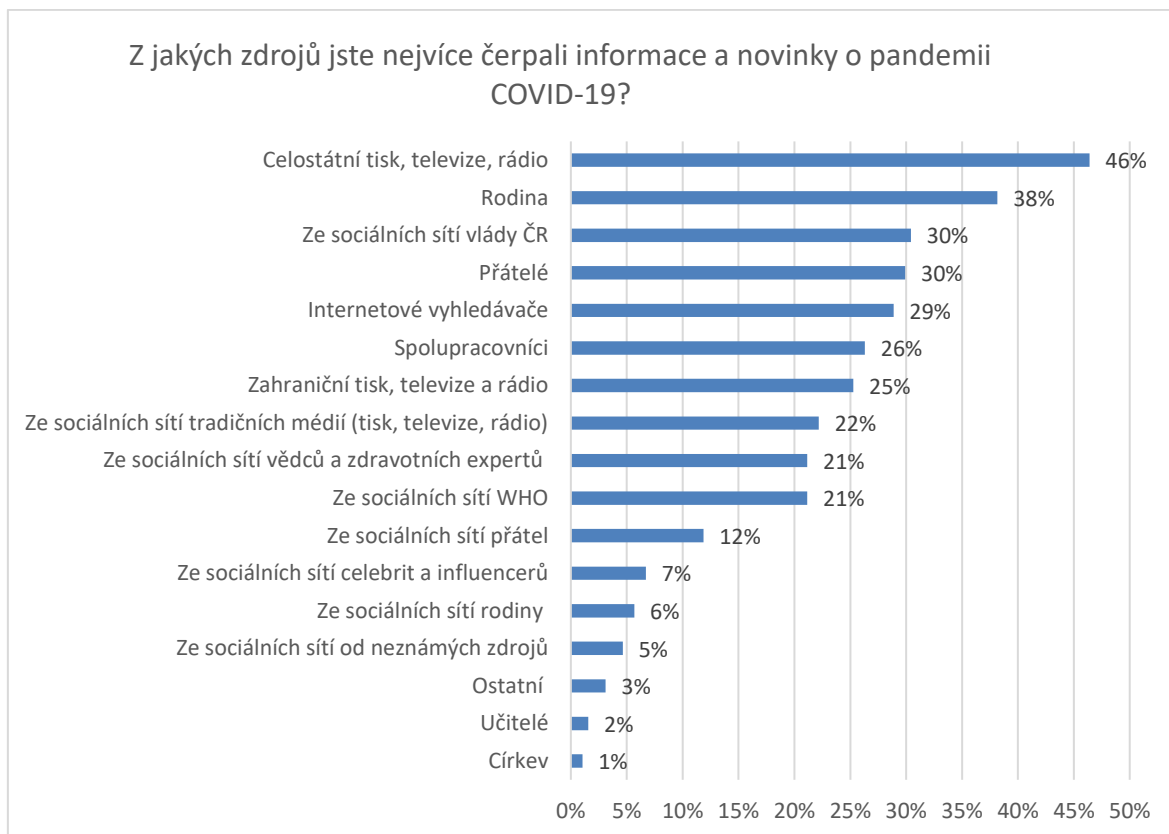
nedílnou součástí přístupu ke všem věkovým skupinám. Jedině tak můžeme docílit zmenšení digitální propasti a pomoci lidem naučit se orientovat v době datové.

#### **7.1.4 Práce s informacemi v době pandemie COVID-19**

Další část otázek dotazníkového šetření je věnována problematice získávání informací a novinek k pandemii COVID-19. Stejnému tématu se věnovala mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace ve spolupráci s univerzitou Melbourn a organizací Pollfish. Ta zkoumala generaci Z a generaci Mileniálů. Jelikož do této studie nebyli zařazeni obyvatelé České republiky, byly otázky z ní použity v části tohoto dotazníkového šetření. Je tak možné porovnat přístup domácích respondentů a nalézt rozdíly mezi jednotlivými zeměmi. Vzhledem k tomu, že mezi jednotlivými průzkumy proběhla doba delší než 1 rok, je potřeba tento časový odstup zohlednit. Avšak základní principy a pohledy na věc by měly být zachovány. Dalším rozdílem je zaměření se studie Světové zdravotnické organizace na užší skupinu respondentů, a to ve věku 18 až 40 let, která byla pro účely této práce rozšířena i na ostatní věkové kategorie. Je tak možné docílit porovnání českých výsledků s mezinárodními ve stejných věkových kategoriích a v rámci lokálního pohledu vyhodnotit také přístup starší populace.

Úvodní otázka zjišťovala, z jakých zdrojů byly nejčastěji čerpány informace a novinky o pandemii COVID-19. Respondenti měli možnost volit ze sedmnácti variant, přičemž mohli volit více odpovědí.





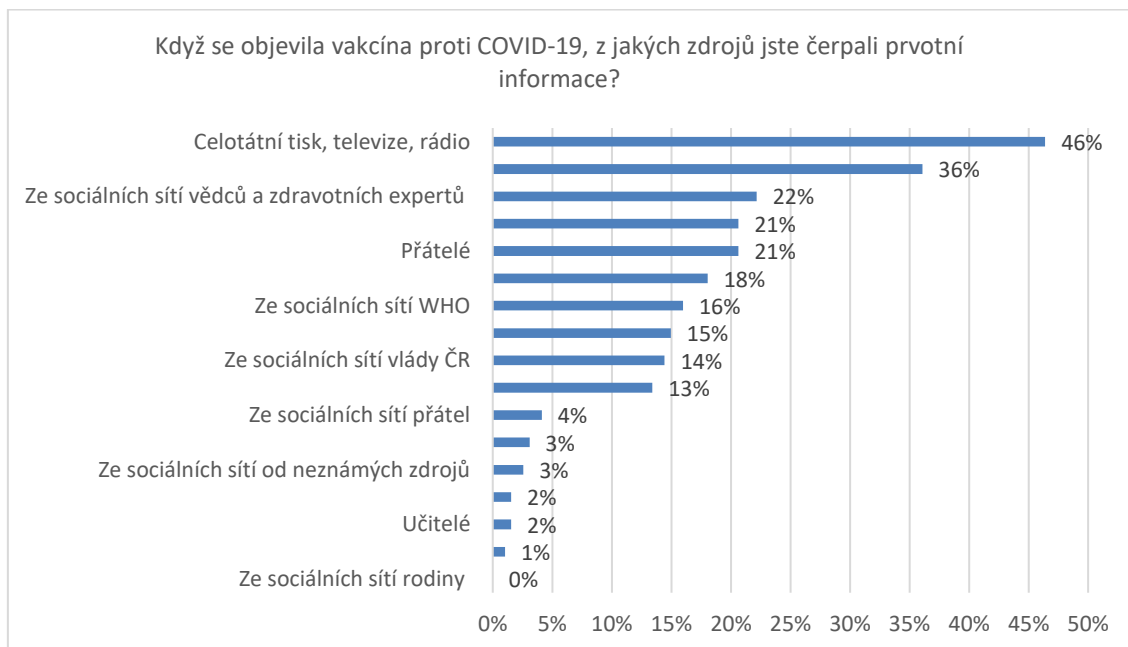
*Graf 8 Zdroje pro získání informací a novinek o pandemii COVID-19*

Největší skupina respondentů, a to 46 %, zvolila jako hlavní zdroj informací o pandemii COVID-19 celostátní tisk, televizi či rádio. Na druhém místě se pak umístila rodina s 38 %, a následovaly shodně sociální sítě vlády ČR a přátele se 30 %. Nad pomyslnou hranici 25 % se dostaly ještě internetové vyhledávače (29 %), spolupracovníci (26 %), zahraniční tisk, televize a rádio (25 %). Naopak jako zdroj informací zcela propadla církev (1 %) či učitelé (2 %).

V porovnání s mezinárodní studií WHO, kde první místa obsadily celostátní tisk, televize a rádio (44 %), internetové prohlížeče (36 %), mezinárodní tisk, televize a rádio (35 %), sociální sítě tradičních médií (34 %) a sociální sítě WHO (32 %).

V obou výzkumech se na první místo shodně dostal celostátní tisk, televize a rádio, ale v České republice se do popředí dostala také rodina, která v mezinárodní studii WHO obsadila až osmé místo. Dobře si nevedly ani sociální sítě Světové zdravotnické organizace, které celosvětově jako zdroj pro získávání informací o pandemii COVID-19 zvolilo 32 % respondentů, přičemž v České republice to bylo pouze 21 %.

Druhým zjišťovaným tématem byly zdroje informací k vakcíně proti COVID-19. Respondenti měli možnost opět volit ze 17 možných odpovědí, které byly stejné jako v otázce předchozí.



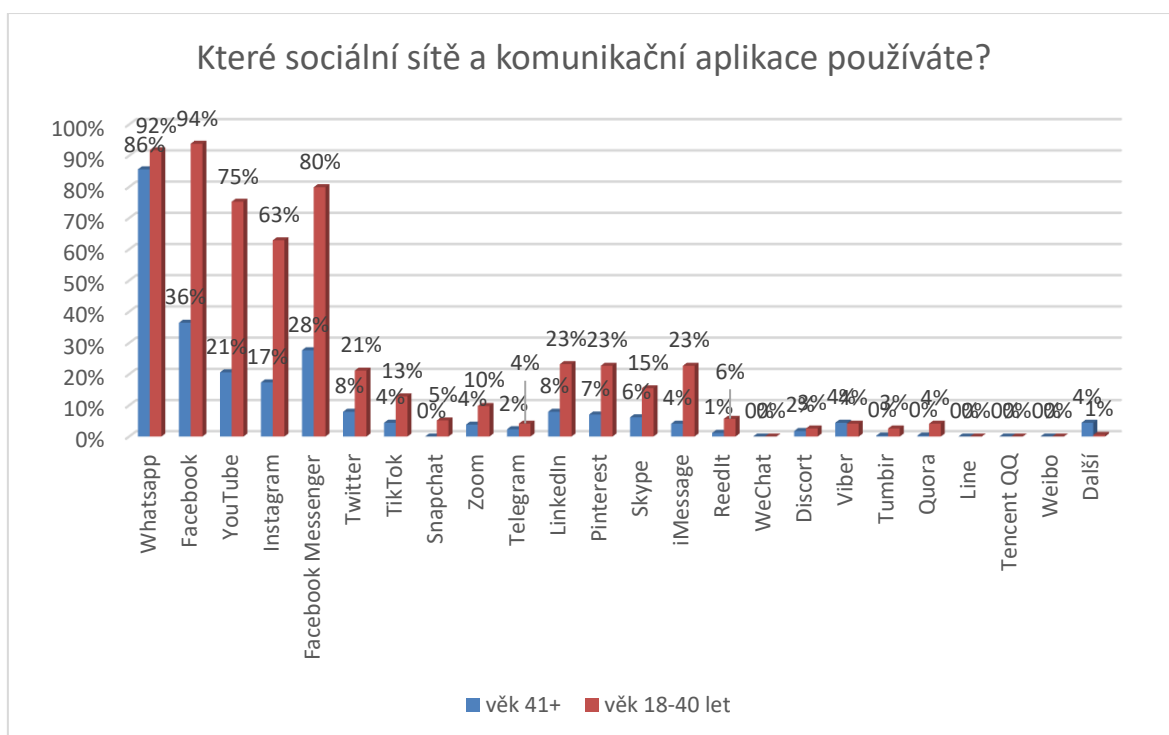
Graf 9 Zdroje pro získání informací a novinek o vakcíně proti COVID-19

Respondenti si stejně jako v otázce předchozí zvolili jako hlavní zdroj informací k vakcíně proti COVID-19 celostátní tisk, televizi a rádio. Ve věkové skupině 18 až 40 let takto odpovědělo 40 % dotázaných. Druhé místo obsadila opět rodina a to s 36 %, přičemž v mezinárodní studii tento zdroj informací preferovalo pouze 11 %.

Z výzkumu vyplynulo, že v České republice mnohem více lidí dává přednost informacím ze sociálních sítí vědců a expertů, jako možnost je zvolilo 22 % respondentů oproti 11 % v celosvětovém měřítku. Další zajímavý rozdíl se ukázal ve využívání zahraničního tisku, televize a rádia, kdy tento zdroj informací v globální studii preferovalo 24 % respondentů oproti 13 % v České republice.

## 7.1.5 Využívání sociálních sítí

Pro další výzkum je nezbytné charakterizovat typy sociálních sítí a komunikačních aplikací, které respondenti využívají, nejen když informace hledají, ale také v případě jejich dalšího sdílení se třetími stranami. Míra obliby jednotlivých sociálních sítí se značně liší stát od státu či dle věkové skupiny, do které jejich uživatel patří. Příkladem může být Twitter, který je populární například ve Spojených státech amerických a celosvětově ho preferuje 35 % respondentů, v České republice je to pouze 21 %. V následujícím grafu je vidět porovnání výsledků za Českou republikou ve dvou věkových skupinách a to 18 až 40 let a 41 let a více.



Graf 10 Sociální sítě a jejich využívání

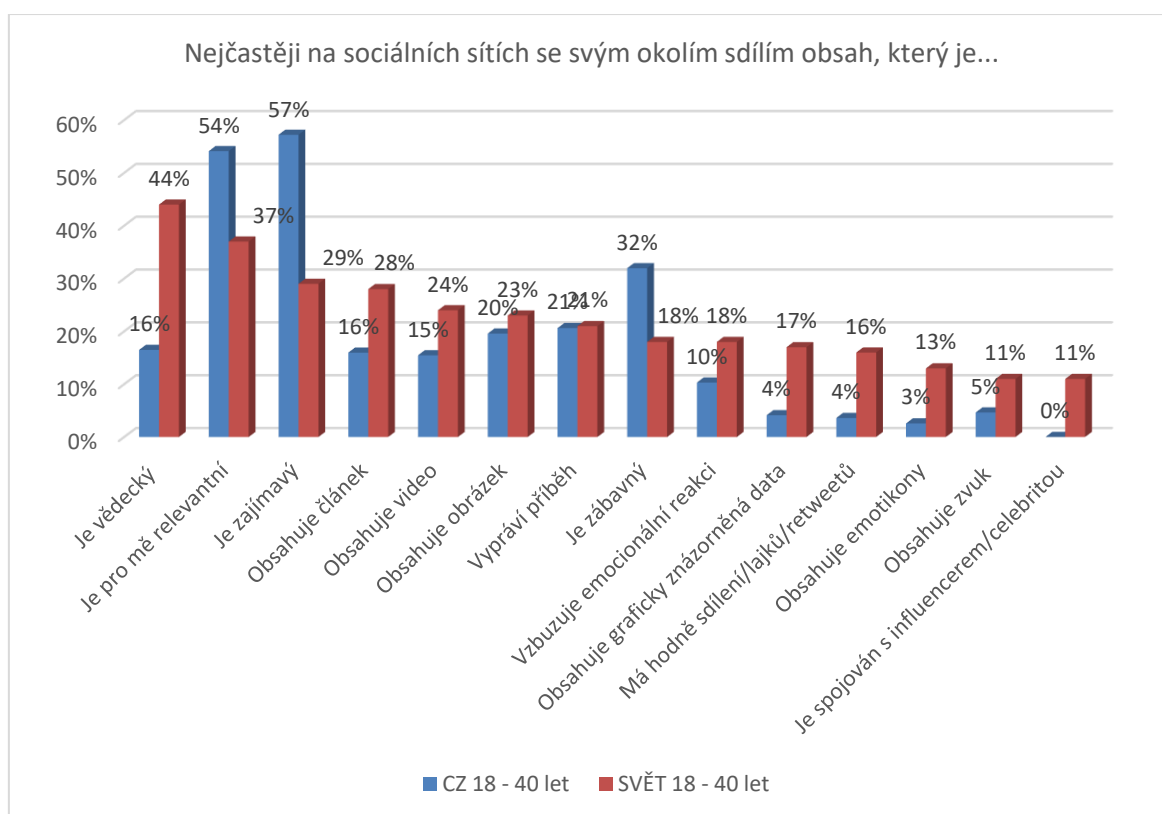
Nejvyšší zastoupení v mladší skupině má sociální síť Facebook s 94 %, následuje Whatsapp s 92 % a třetí příčku uzavírá Facebook messenger s 80 %. Ve věkové skupině 41 a více je nejvíce preferován Whatsapp s 86 %, druhý Facebook zaznamenal významný propad na 36 % a Facebook messenger na 28 %.

Z celosvětového pohledu je pak na prvním místě Whatsapp (75 %), Facebook (71 %) a YouTube (69 %). Podobně jako Twitter si stojí také TikTok, celosvětově ho preferuje 35 %, v České republice u mladší věkové kategorie je to však jenom 13 % a v kategorie 41 let

a více pouhé 4 %.

### 7.1.6 Obsah sdílený na sociálních sítích

Užívání sociálních sítí neznamená většinou pouze pasivní přijímání informací formou čtení článků, příspěvků, prohlížení fotek, videí a dalšího obsahu, ale podstatnou měrou dochází také k následnému sdílení tohoto obsahu. Algoritmus nastavený na některých sociálních sítích, přikládá jednotlivým informacím důležitost právě na základě rostoucího počtu jejich sdílení, což jim u neznalého čtenáře může přidávat také jistou míru důvěryhodnosti. Tato část výzkumu je zaměřena na důvody, které jednotlivé respondenty vedou ke sdílení obsahu. Ti mohli zvolit ze 14 variant, přičemž mohlo být vybráno více odpovědí.



Graf 11 Sdílení obsahu na sociálních sítích

Věková skupina respondentů 18 až 40 let dává z největší části 57 % přednost sdílení obsahu, který je pro ně nějakým způsobem zajímavý. Dále 54 % respondentů preferuje obsah relevantní, 32 % zábavný a nad 20 % se dostal ještě obsah vyprávějící příběh a prezentující se obrázkem.

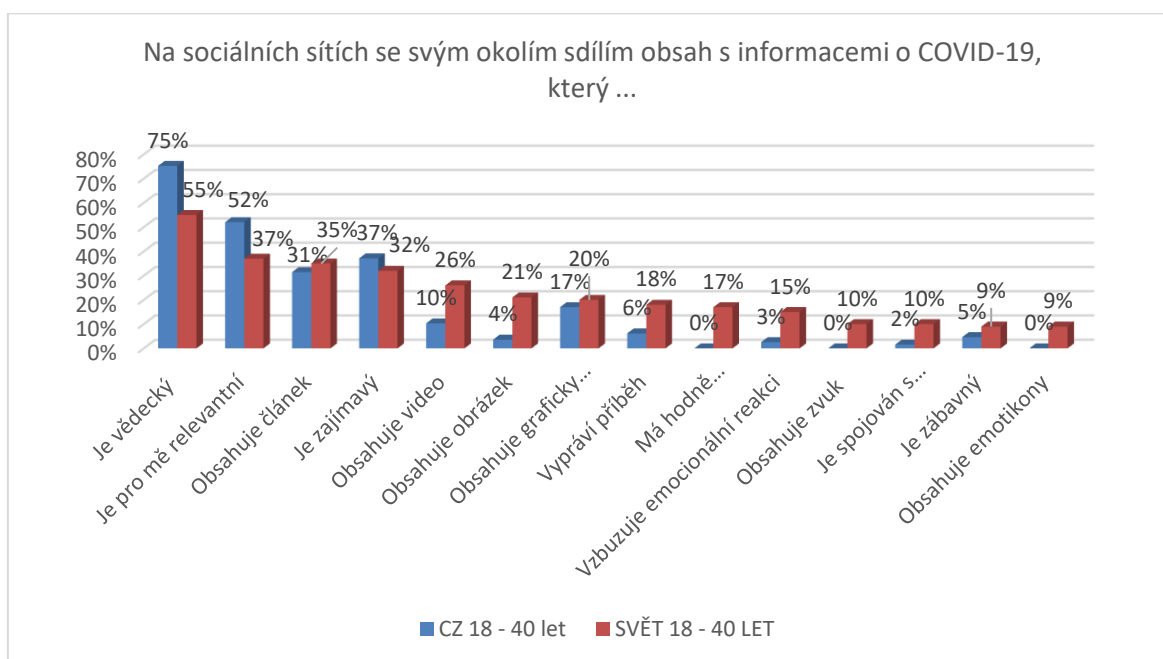
Stejná věková skupina v mezinárodní studii Světové zdravotnické organizace

upřednostňuje obsah vědecký (44 %), relevantní (37 %) a zajímavý (29 %). Významného rozdílu tedy v porovnání dosahuje především první pozice. Na příkladu sdílení vědeckého obsahu je to rozdíl dokonce 28 procentních bodů.

Velmi málo je v České republice sdílení obsahu spojovaným s celebritou či influencerem, ve výzkumu jej nevybral nikdo z dotazovaných, oproti tomu ve světě je to 11 %. Je také vidět, že čeští respondenti dávají přednost sdílení zábavného obsahu (32 %), oproti tomu v zahraničí je to pouze (18 %).

Na rozdíl od předešlé otázky, která zkoumala sdílení obsahu všeobecného, bez ohledu na podstatu informace, se následující část zaměřuje na příspěvky týkající se informací o pandemii COVID-19.

Opět mohli respondenti volit ze čtrnácti možností stejných jako u otázky předešlé.



Graf 12 Sdílení obsahu s informacemi o COVID-19 na sociálních sítích

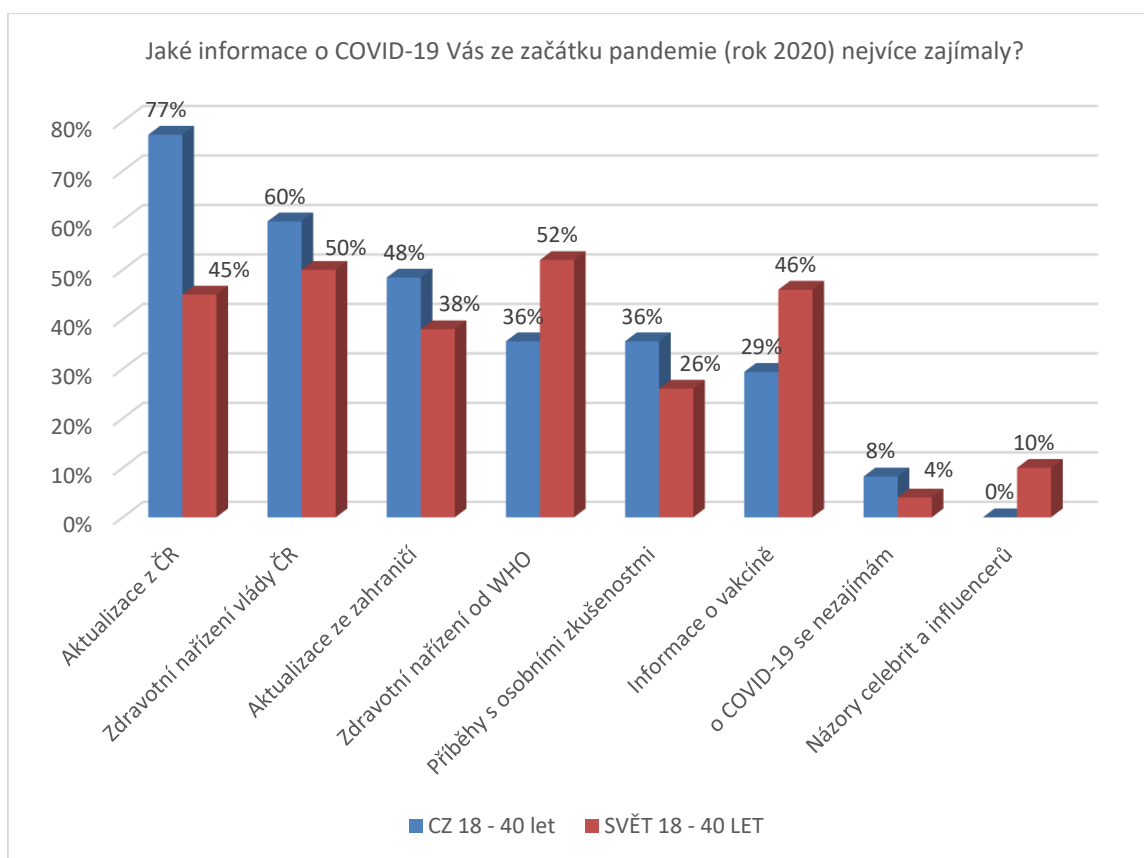
Oba výzkumy přiřadily nejvyšší důležitost sdílení obsahu s vědeckou tematikou, v České republice to bylo 75 % a z pohledu celosvětového 55 %. Na druhém místě se umístila relevantnost daného příspěvku, kterou preferovalo 52 % dotázaných českých respondentů a 37 zahraničních dotázaných. Na třetím místě preferovalo 37 % domácích respondentů příspěvky zajímavé, kdežto ve světě preferuje 35 % příspěvky obsahující článek.

Rozdíl je také ve sdílení příspěvků obsahující video, v celosvětovém měřítku toto preferuje 26 % dotázaných, oproti tomu v České republice 10 %. Lokálně si nevedly dobře ani příspěvky s hodně sdíleními, lajky a retweety, nepreferuje je žádný uživatel. Oproti tomu v zahraničí je to 17 %.

### 7.1.7 Preferovaný obsah na začátku pandemie a v jejím průběhu

Každý jedinec preferuje jiné typy informací, a především jiné zdroje, které tyto informace přinášejí. Mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace porovnávala dva časové úseky a zjišťovala, které informace respondenty nejvíce zajímaly. Mohli si vybrat z osmi různých variant, přičemž bylo umožněno zvolit i více odpovědí.

Tento výzkum probíhal od konce října 2020 do začátku ledna 2021. Oproti tomu dotazníkové šetření zaměřené na občany České republiky bylo provedeno v červenci až srpnu roku 2022. Je tedy třeba vzít do úvahy delší časovou prodlevu od začátku pandemie, kde v zahraničí respondenti vzpomínali na maximálně rok staré informace, oproti tomu v České republice je tento odstup delší více než dva roky.



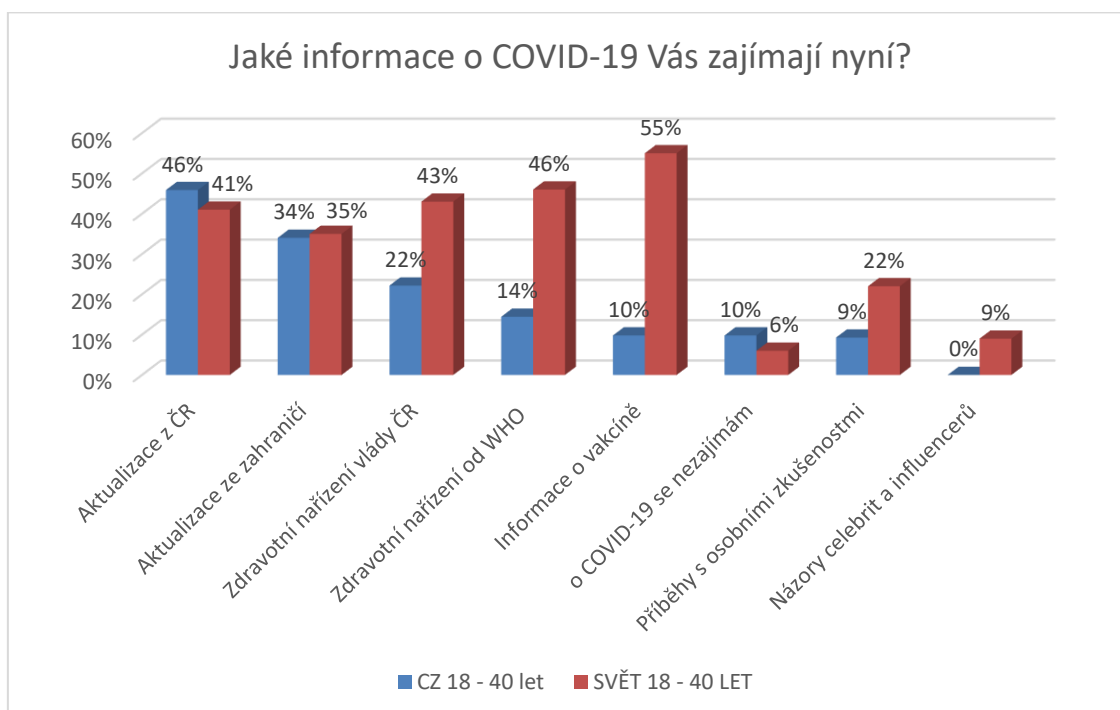
Graf 13 Míra zájmu o informace o COVID-19 ze začátku pandemie

Na otázku, jaké informace o COVID-19 vás nejvíce zajímali na začátku pandemie (rok 2020), odpovědělo největší množství tazatelů (77 %), že se jednalo převážně o aktualizace z České republiky. Na druhém místě se umístily zdravotní nařízení vlády České republiky se 60 %, a až o 12 procentních bodů za nimi to byly aktualizace ze zahraničí. Zdravotní nařízení od Světové zdravotnické organizace zajímalo 36 % respondentů a názory celebrit a influencerů nezajímaly dokonce nikoho.

Z mezinárodní studie vzešly jako vítězné zdravotní nařízení Světové zdravotnické organizace s 52 %, následovala zdravotní nařízení domácí vlády (50 %) a respondenti se také snažili zjistit informace o potenciální vakcíně (46 %).

Z porovnání lze vypožorovat nepříliš dobrou pozici Světové zdravotnické organizace v České republice, když rozdíl preference českých respondentů oproti těm zahraničních činil celých šestnáct procentních bodů. Češi, ačkoliv to tak mnohdy nevypadalo, preferovali mnohem více aktualizované informace z České republiky, kde rozdíl činil dokonce třicet dva procentních bodů.

Následovala stejná otázka jen s rozdílem časového odstupu: Které informace o pandemii COVID-19 zajímají respondenty nyní?



Graf 14 Míra zájmu o informace o COVID-19 nyní

Jak se dalo předpokládat, jednotlivá čísla oproti počátku pandemie klesala v české studii výrazněji než v té mezinárodní. S rostoucím odstupem času od začátku pandemie jsou informace pro většinu respondentů všednější a jejich celkový zájem má výrazně klesající trend.

46 % dotázaných zajímají aktualizace z České republiky, 34 % aktualizace ze zahraničí, 22 % zdravotní nařízení vlády České republiky. Zdravotní nařízení Světové zdravotnické organizace se propadlo o více než polovinu a se 14 % obsadila čtvrtou příčku. Klesl také zájem o informace o vakcíně z původních 29 % na 10 %.

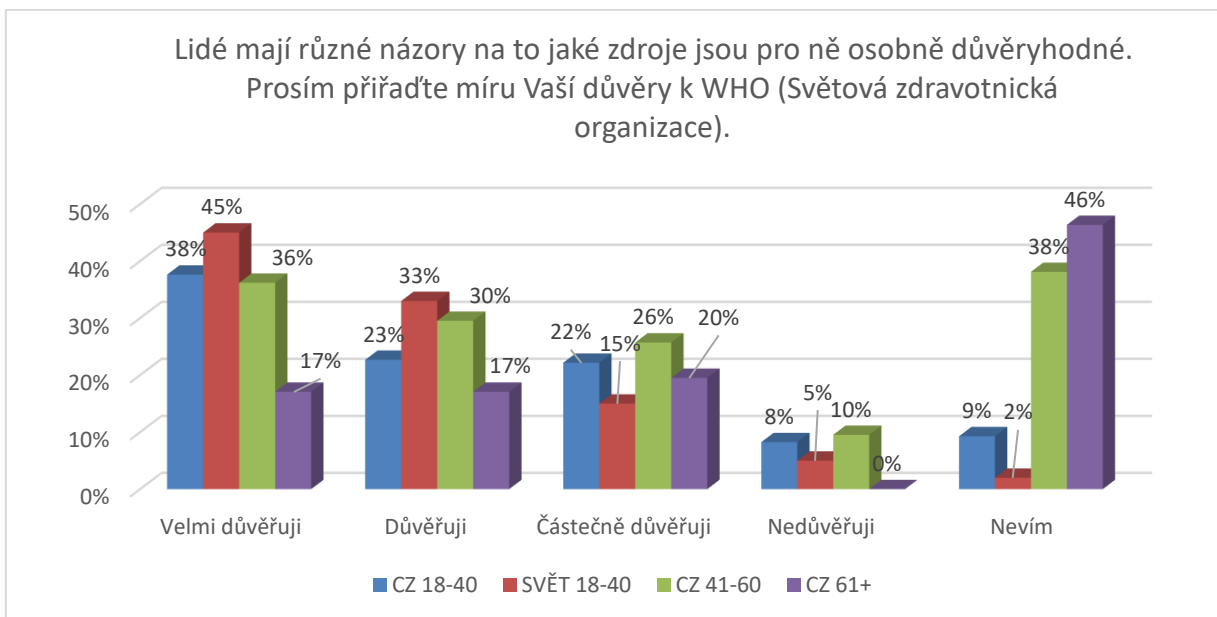
Porovnání s globální studií opět poukazuje na neúspěšnou pozici Světové zdravotnické organizace v České republice. V zahraničí totiž získala o 32 procentních bodů více než v České republice. Ještě větší rozdíl (55 % oproti 10 %) byl v zájmu respondentů o informace o vakcíně. Avšak vzhledem k rozdílným časovým obdobím, ve kterých byly oba průzkumy prováděny, lze snižující se zájem o tyto informace očekávat.

### **7.1.8 Důvěryhodnost zdrojů**

Jedním z hlavních důvodů, proč lidé dávají přednost některým zdrojům informací před těmi ostatními, je míra důvěry, kterou v daný zdroj mají. Dřívější rozlišování na bulvární média typu tištěných plátků s přistiženou celebritou na titulní stránce, a na druhé straně seriózní média předkládající informace ověřené z více zdrojů, již dnešní době nestačí. Obrovský rozmach internetu za posledních dvacet let dává příležitost každému jedinci sdílet svůj názor s miliony dalších uživatelů, aniž by byl hnán k zodpovědnosti za šíření nepravdivých informací. Svoboda slova tedy nabyla rozměru, kdy může velmi pomoci, ale zároveň uškodit.

Otázka č. 15 se zaměřovala na různé názory na to, jaké zdroje jsou pro dotázané důvěryhodné. Úkolem bylo přiřadit míru důvěry k jednotlivým zdrojům, a to za pomoci hranic velmi důvěřuji, důvěřuji, částečně důvěřuji, nedůvěřuji a nevím. Jak v globální, tak v české mutaci dotazníkového šetření bylo zkoumáno čtrnáct různých zdrojů. Prvenství jako zdroj, kterému lidé velmi důvěřují, obhájila ve světě se 45 % stejně jako u nás se 38 % Světová zdravotnická organizace. Naopak na konci žebříčku se ve světovém měřítku umístily informace poskytované církví (33 %) a v České republice to byly výsledky na vyhledávacích webech (43 %), následované stejně jako ve světě církví (40 %).



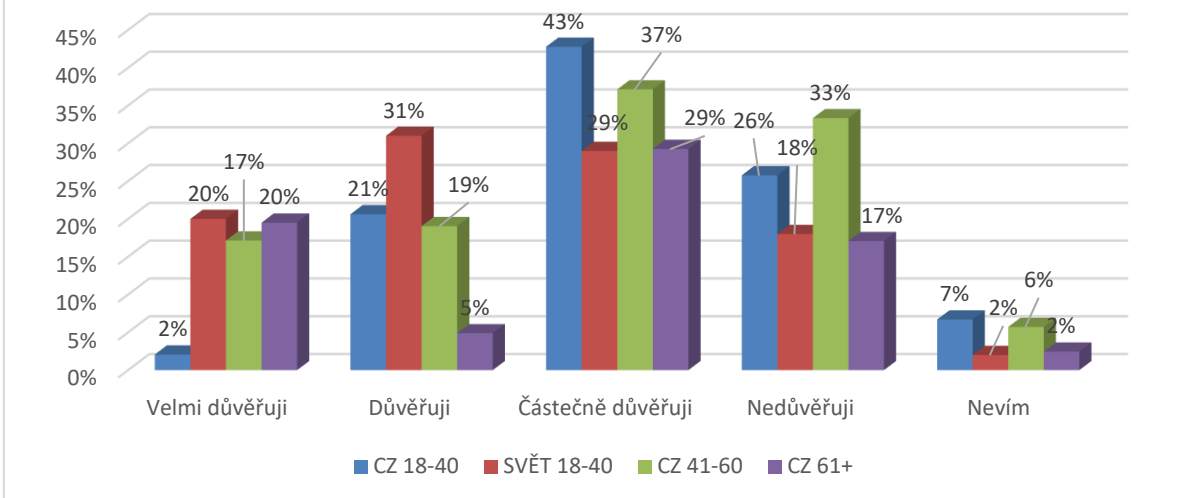


Graf 15 Míra důvěry ke Světové zdravotnické organizaci

Prvenství světové zdravotnické organizace v kategoriích velmi důvěřuji (45 %) i důvěřuji je, oproti původním zdrojům informací, velmi výrazné. České odpovědi sice nedosahují na úroveň těch zahraničních, 45 % dotázaných uvedlo velkou důvěru, ale velmi se jim blíží. Velmi důvěřuje Světové zdravotnické organizaci 38 % Čechů ve věku 18 až 40 let. S rostoucím věkem procento mírně klesá k 36 % ve věkové skupině 41 až 60 let, k 17 % u respondentů ve věkové skupině 61 let a více.

Velmi zajímavá je kategorie odpovědí nevím, kde v celosvětovém měřítku zvolilo tuto odpověď pouze 2 % dotázaných. Oproti tomu v České republice to bylo 46 % nejstarších respondentů a 38 % těch z kategorie 41 až 60 let. Je zde tedy možno pozorovat velkou příležitost intenzivní komunikace Světové zdravotnické organizace s těmito věkovými skupinami a přetavit tak jejich nerozhodnost v důvěru.

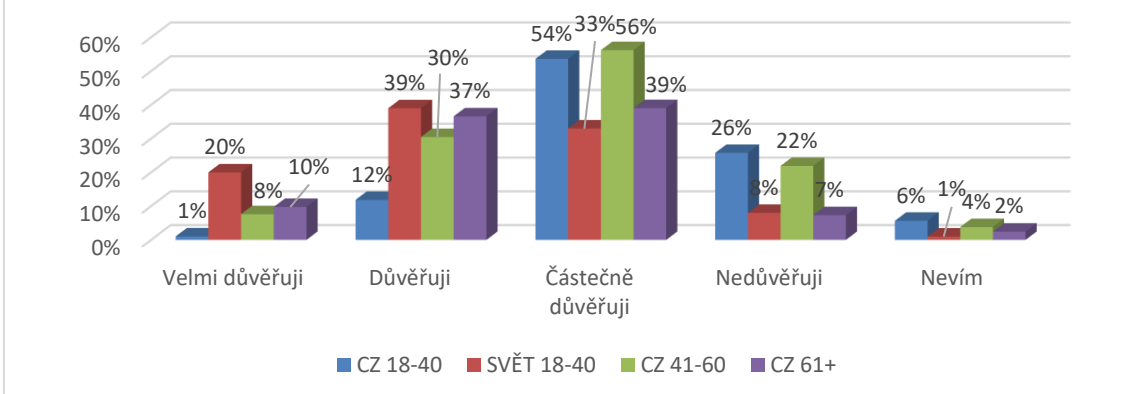
Lidé mají různé názory na to jaké zdroje jsou pro ně osobně důvěryhodné. Prosím přiřadte míru Vaší důvěry k VLÁDĚ.



Graf 16 Míra důvěry k vládě

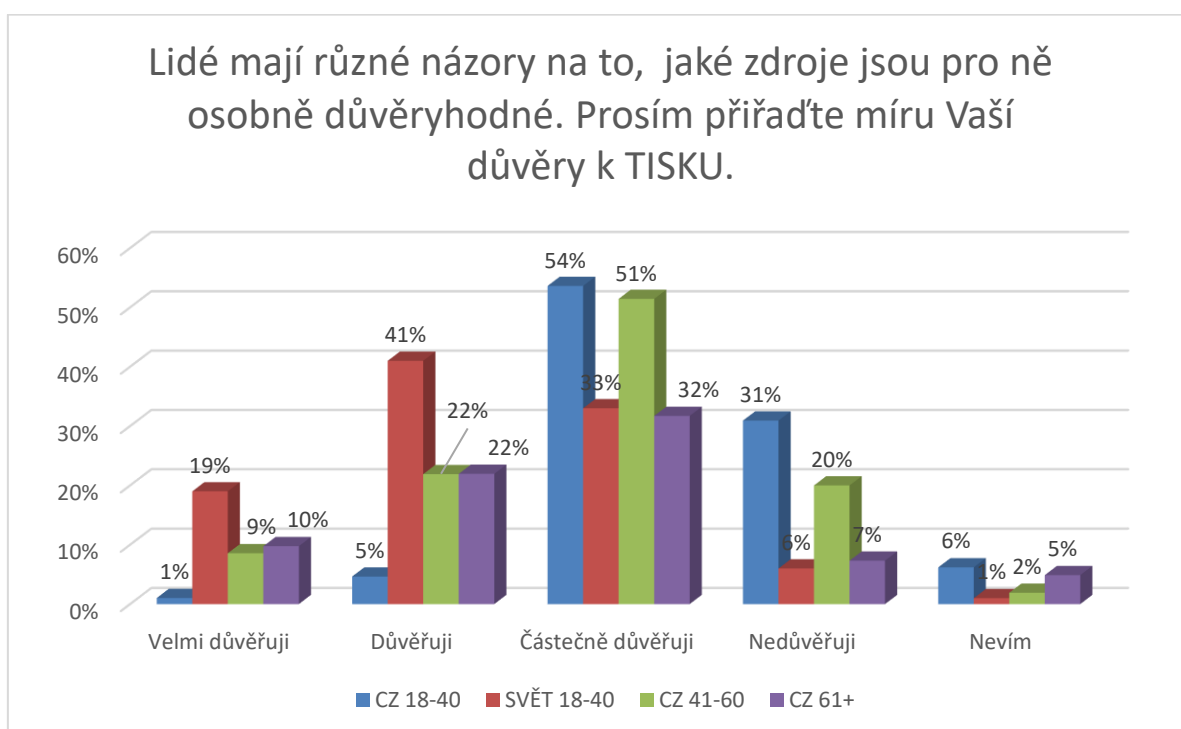
Jedním z nejvíce kontroverzních zdrojů z hlediska důvěryhodnosti je obecně považována vláda. Velmi jí důvěřuje pouze 2 % českých respondentů (18 až 40 let věku) oproti 20 % ve světě. V České republice důvěra ve vládu roste s věkem respondentů. V kategorii 41 až 60 let jí velmi důvěřuje 17 % a ve věkové skupině 61 let a více celkem 20 %. U nejmladších tazatelů bylo nejvyšších výsledků, a to 43 %, dosaženo v kategorii částečně důvěřuji. Nejvyšší nedůvěru, a to 33 %, si vláda vysloužila ve věkové kategorii 41 až 60 let.

Lidé mají různé názory na to jaké zdroje jsou pro ně osobně důvěryhodné. Prosím přiřadte míru Vaší důvěry k TELEVIZI.



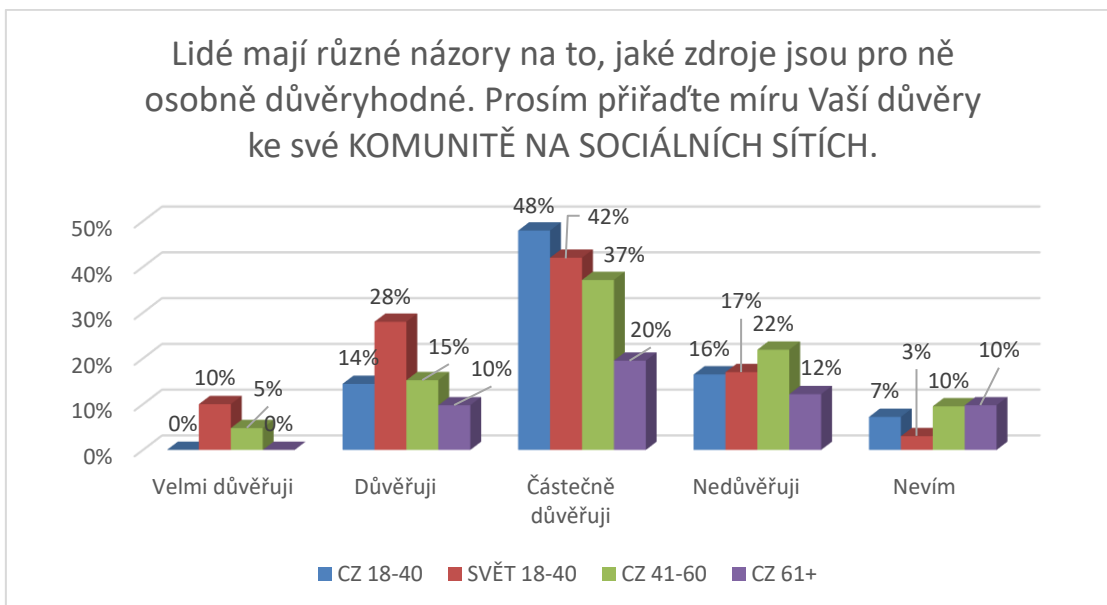
Graf 17 Míra důvěry k televizi

O poznání hůře si v oblasti důvěry vedla televize. V České republice o polovinu méně dotazovaných uvedlo, že informacím poskytovaných televizemi velmi důvěřuje. V nejmladší skupině to bylo pouze 1 %, v kategorii 41 až 60 let 8 %, 61 let a více to bylo pouze 10 %. Z celosvětového pohledu si televize vedla stejně jako vláda. V druhém stupni označeném „důvěřuji“ již míra souhlasu rostla, u nejstarší kategorie dokonce na 37 %. Volbu „částečně důvěřuji“ zvolila více než polovina respondentů ve věkové kategorii 41 až 60 let a to 56 % a ve věku 18 až 40 to bylo 54 %. Stejně věkové skupiny také přiřadily televizi nedůvěru ve výši 26 % a 22 %.



*Graf 18 Míra důvěry k tisku*

Do porovnání byl zařazen také tisk, který z pohledu důvěryhodnosti hodnotili respondenti podobně jako televizi. Výraznější rozdíl byl pouze v nedůvěře v kategorii respondentů 18 až 40 let, kteří mu přiřadili o 5 procentních bodů více než u televize.



Graf 19 Míra důvěry ke komunitě na sociálních sítích

Velkou důvěru neprojevují respondenti ani své vlastní komunitě na sociálních sítích, je dokonce nejnižší v rámci celého sledování. Dvakrát více světových respondentů (28 %) než těch českých uvedlo, že jí důvěřuje. Nejvyšších výsledků bylo dosaženo v kategorii „částečně důvěřuji“, a to 48 % v českých 18 až 40 letech, 42 % ve světě, 37 % v 41 až 60 a 20 % v 61 let a více.

Nedůvěra se pohybovala napříč světem a věkovými kategoriemi na podobných úrovních v intervalu 12 až 22 %.

Z grafů jasně vyplývá, že čeští respondenti příliš neplýtvají přidělováním své důvěry. Jejich odpovědi se jeví jako opatrnější, kdy častěji, než ve světě, volí možnost „částečně důvěřuji“ či „nevím“. V oblasti čisté nedůvěry jsou téměř ve všech případech radikálnější než jejich zahraniční kolegové.

Je tak vidět, že výraznější důvěře se vláda, televize, tištěná média a sociální sítě těší spíše v zahraničí, přičemž v České republice si toto renomé musí tato média ještě získat.

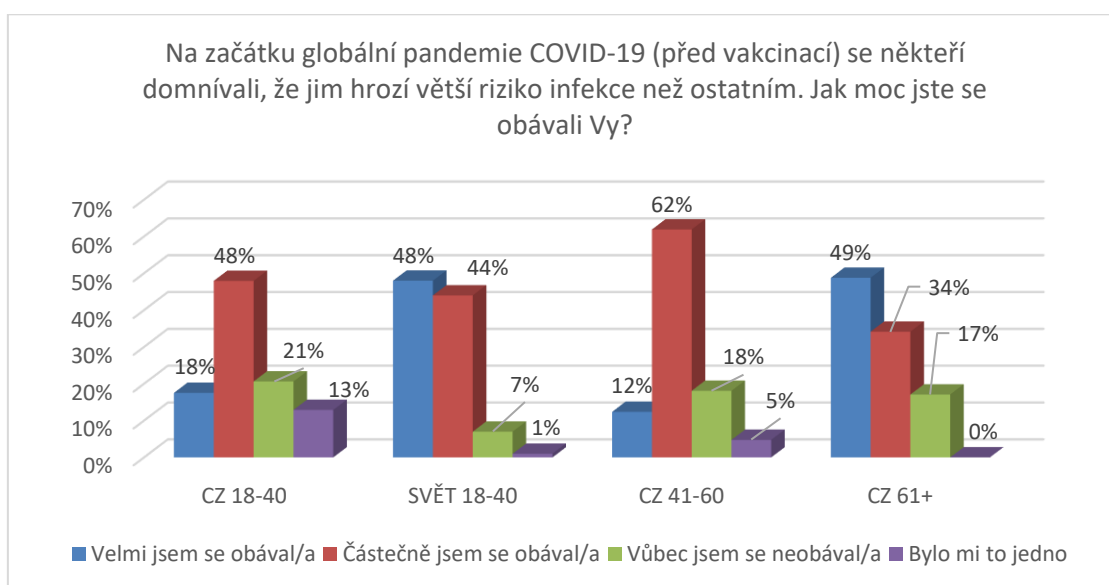
Obrázek světové zdravotnické organizace v očích českých respondentů není špatný, znají-li tuto instituci a jsou-li aktivními příjemci informací, které podává. Vyjadřují ji pak vysokou míru důvěry. To se však týká především nižších věkových kategorií. U věkové skupiny 41 let a více zvolilo vysoké procento dotazovaných odpověď „nevím“, což ukazuje na jejich nízkou informovanost a znalost Světové zdravotnické organizace jako

takové. Vzhledem k jejich důležitosti v zahraniční by mělo být v České republice velmi významněji pracováno na zvyšování povědomí o této důležité mezinárodní instituci.

### 7.1.9 Obavy v době pandemické

Další skupina otázek se zaměřovala na obavy, které plynuly s příchodem pandemie a jejich dopadů.

Míra uvědomování si vlastní zranitelnosti se u jednotlivců liší. Otázka číslo 16, zda se někteří respondenti domnívali, že jim hrozí větší riziko nakažení než ostatním, a jak vysoká byla míra těchto obav. Respondenti volili ze čtyř možných odpovědí, a to velmi jsem se obával/a, částečně jsem se obával/a, vůbec jsem se neobával/a případně bylo mi to jedno, možná byla pouze jedna odpověď.

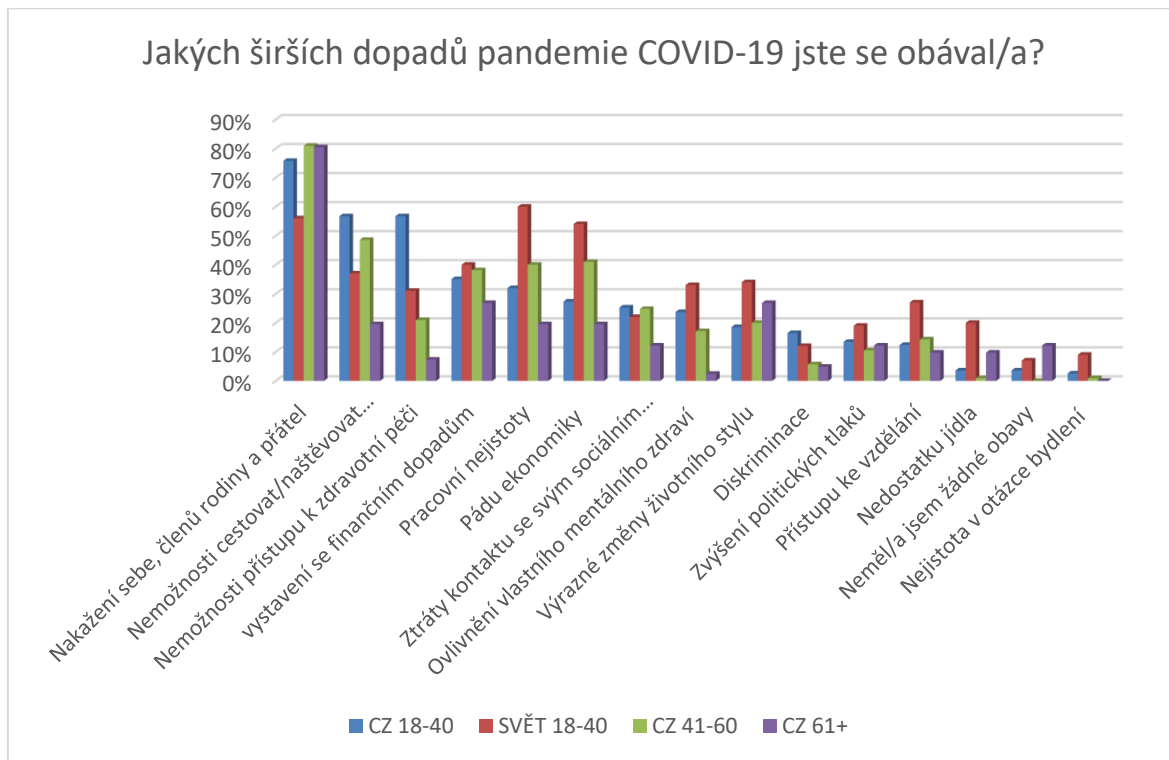


Graf 20 Míra obav z onemocnění COVID-19

V nejmladší české věkové kategorii 18 až 40 let převažovaly se 48% částečné obavy, 18 % se obávalo velmi, 21 % vůbec a 13 % to bylo jedno. Stejná věková skupina v rámci celosvětového měřítka se obávala podstatně více - odpověď velmi 48 %, částečně 44 %, vůbec 7 % a jedno to bylo pouze 1 %. Čeští respondenti ve věkové skupině 41 až 60 let uváděli nejčastěji (62 %) částečné obavy. Naopak nejstarší česká skupina 61 let a více se velmi obávala ve 49 % a jedno to nebylo žádnému respondentovi. Obavy tedy rostly přirozeně s věkem dotazovaných.

Otázka číslo 17 šla více do hloubky a snažila se rozklíčovat, které typy obav měly na

respondenty nejvyšší vliv.



Graf 21 Obavy z dopadů pandemie COVID-19

Největší obavy plynuly z nakažení sebe, členů rodiny a přátel. Tuto odpověď zaškrtnulo 76 % Čechů z nejmladší věkové kategorie, 81 % ze střední a 80 % z té nejvyšší. V porovnání se světem jsou česká čísla vyšší o 21 procentních bodů.

Na druhém místě se umístila nemožnost cestovat, či navštěvovat rodinu a přátele, které se bálo 57 % nejmladších respondentů oproti 37 % ze stejné věkové kategorie v zahraničí. Důležitost tohoto aspektu pak klesala s věkem.

Paradoxně byla podobná situace v rámci obav o nemožnost přístupu ke zdravotní péči. Té se opět nejvíce bálo 57 % nejmladších respondentů, a v kategorii 61 let a více, kde bychom čekali výrazné zastoupení této obavy, to bylo pouze 7 %.

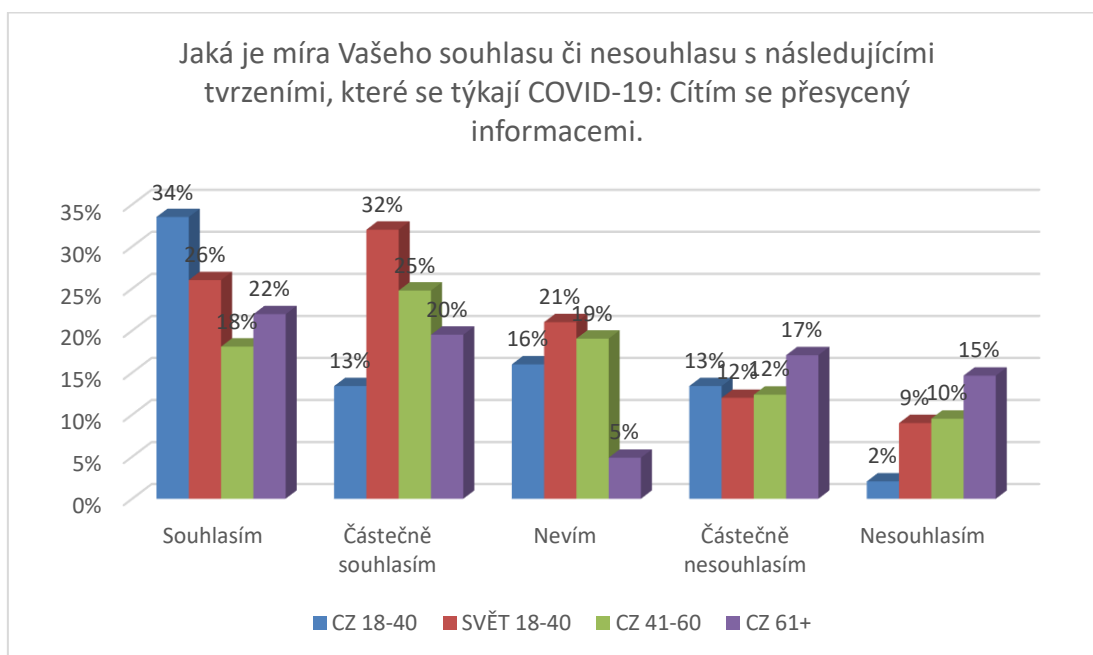
Celosvětově získalo prvenství obava v oblasti pracovních nejistot (60 %), nakažení (56 %) a pád ekonomiky (54 %).

Z výzkumu vyplynulo, že míra obav, ať už ve světovém či lokálním měřítku, není

zanedbatelná, ale liší se dle jednotlivých důvodů, které obavy vyvolávají. Odpovědi na obě otázky by tak mohly poskytnout podklad pro zlepšení komunikace nejenom vlády, ale i médií, což by mohlo napomoci nejvýznamnější obavy minimalizovat a udržet tak lepší úroveň mentálního zdraví celé společnosti.

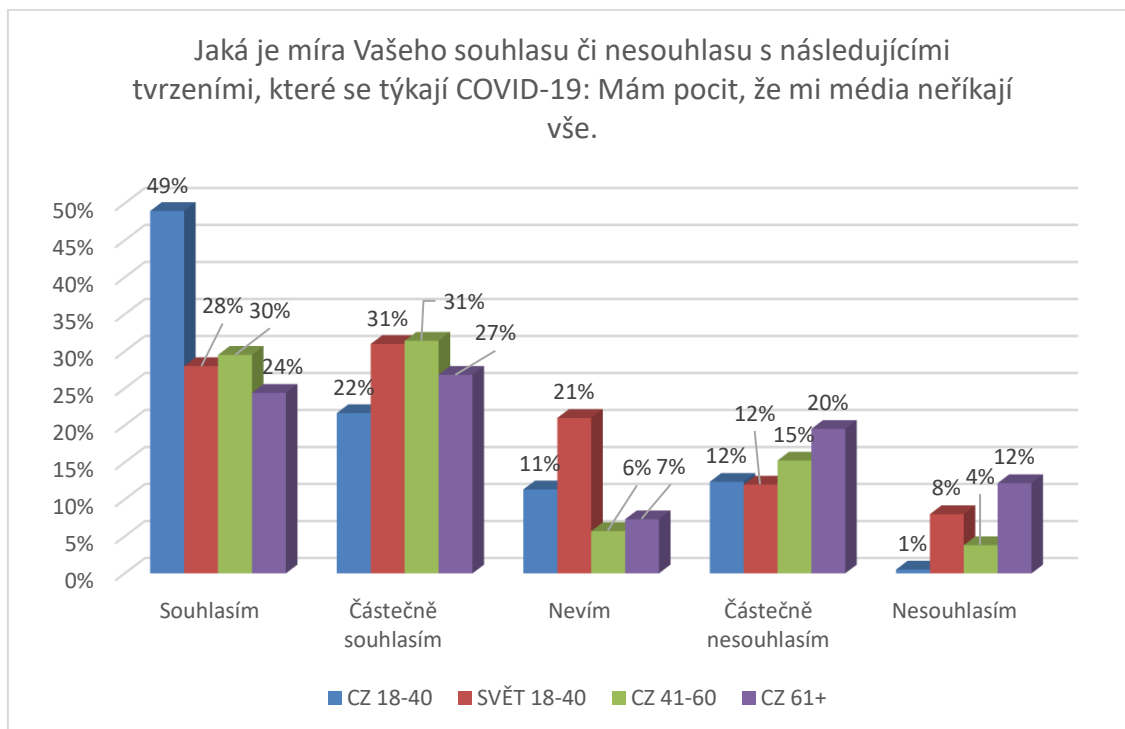
### 7.1.10 Pět tvrzení o pandemii COVID-19

Mezinárodní studie Světové zdravotnické organizace zahrnuje do svého šetření několik tvrzení, které souvisejí s přístupem a chováním v době pandemie COVID-19. Respondenti měli možnost vyjádřit míru souhlasu pomocí následujících kategorií: souhlasím, částečně souhlasím, částečně nesouhlasím, nesouhlasím a nevím. Některé z nálezů jsou představeny níže, a to z pohledu věkové skupiny 18 až 40 let u nás i ve světě. Doplňují je dvě české věkové skupiny 41 až 60 let a 61 let a více.



Graf 22 Míra přesyčenosti informacemi o COVID-19

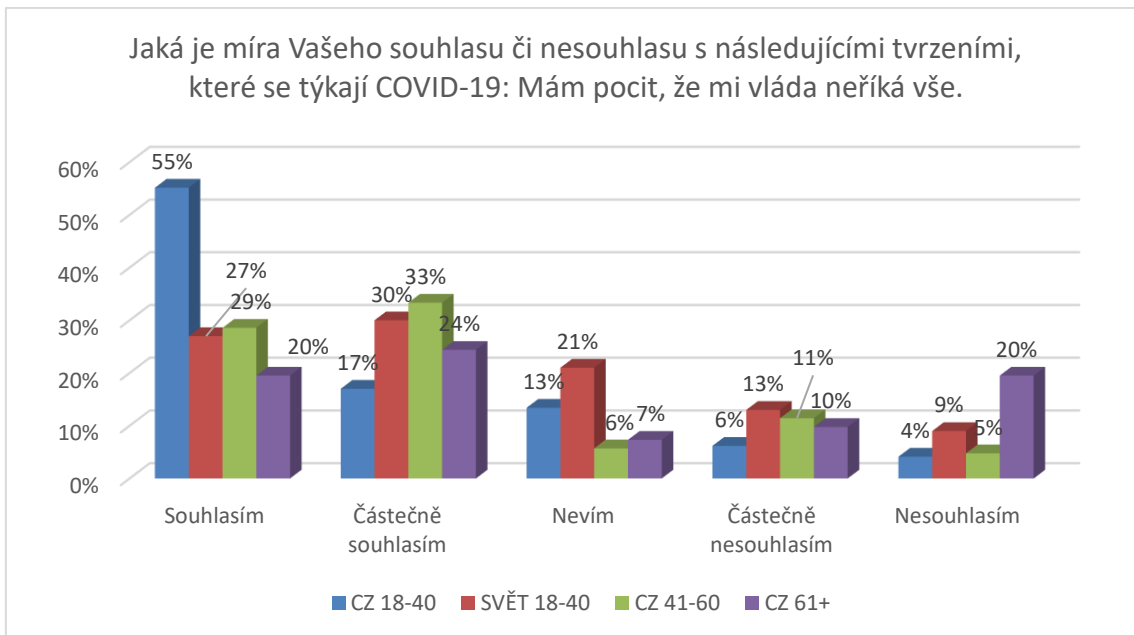
Nejvíce přesyčení informacemi, které se týkají COVID-19, se cítí nejmladší česká skupina, když s tvrzením souhlasí 34 % dotázaných. Ve světě s tímto tvrzením částečně souhlasí 32 % ze stejné věkové skupiny. Naopak největší skupina, která částečně nesouhlasí (17 %) a částečně nesouhlasí (15 %), je ve věkové kategorii 61 let a více.



Graf 23 Míra důvěry v média a jejich poskytování informací

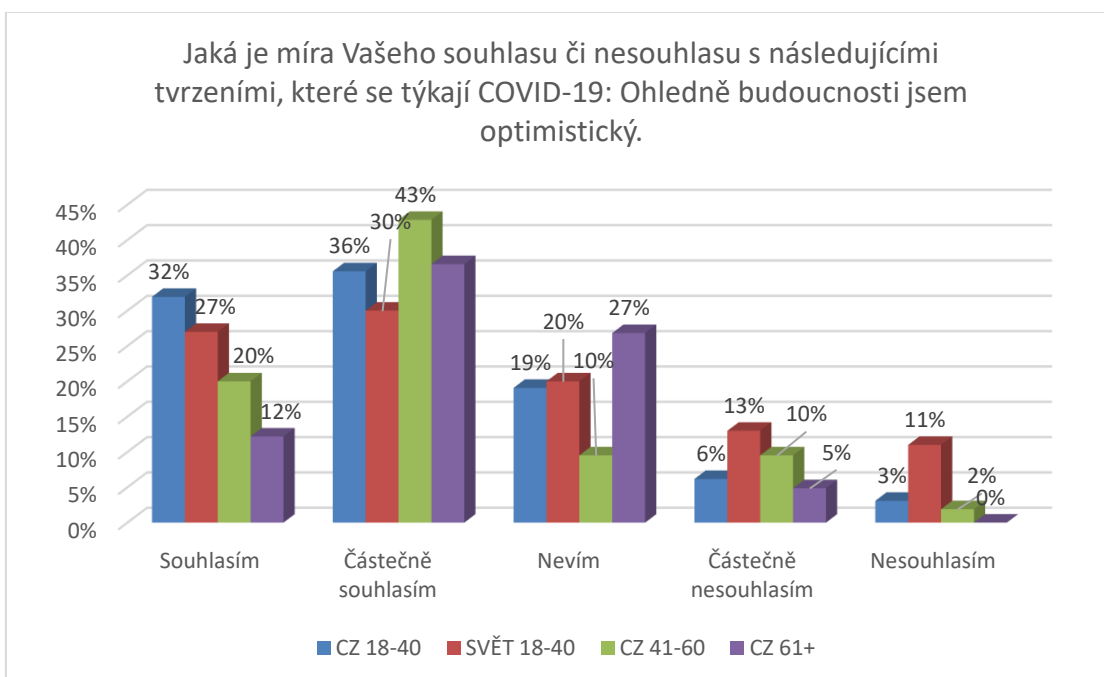
V grafu výše je vidět velká nedůvěra v média a v informace, které sdělují, a to především ve věkové skupině 18 až 40 let. Nejvíce respondentů z této skupiny, a to téměř polovina, vyjádřilo souhlas s tvrzením „mám pocit, že mi média o pandemii COVID-19 neříkají vše“. Ve světě sdílí tento názor 28 % dotázaných. Co se týká respondentů ze dvou starších věkových skupin, ti jsou zdrženlivější, částečně souhlasí 31 % ze skupiny 41 až 60 let a 27 % ze skupiny 61 let a více. Vyslovený nesouhlas s tímto tvrzením uvedlo nejvíce lidí (12 %) ze skupiny 61 let a více.





Graf 24 Míra důvěry ve vládu a její poskytování informací

Nejhůře je na tom s důvěrou opět vláda. V rámci tvrzení „mám pocit, že mi vláda ohledně pandemie COVID-19 neříká vše“ reagovalo dokonce 55 % respondentů ze skupiny 18 až 40 let souhlasně. To je více než dvojnásobek ve srovnání s celosvětovým měřítkem. Ostatní data vesměs kopírovala výsledky důvěry v média. Jen ve skupině 61 let a více se zvýšila skupina oponentů, kteří vládě v tomto věří, a to z 12 % u médií na 20 % u vlády.



Graf 25 Míra optimismu z budoucnosti

Respondenti byli také dotázáni, do jaké míry jsou optimističtí ohledně budoucnosti týkající se pandemie COVID-19. V obou souhlasných kategoriích předčil český optimismus ten zahraniční. 32 % respondentů z kategorie 18 a 40 let souhlasí s optimistickou budoucností a ve světě je to o 5 procentních bodů méně. Částečný souhlas vyjádřilo 43 % ve věkové skupině 41 až 60 let. Částečný nesouhlas s optimistickou budoucností projevilo v zahraniční studii 13 % dotázaných oproti 6 % v České republice. U čistého nesouhlasu to bylo dokonce 11 % v zahraničí a 3 % u nás.

Tato část dotazníkového šetření ukázala na velkou přesycenost informacemi především u věkové skupiny 18 až 40 let. V porovnání se zahraničím tito respondenti poukazují na velké množství informací, se kterými se musí potýkat a zpracovávat. Zároveň je trápí nedůvěra k některým zdrojům, které tyto informace vysílají, a to především vůči médiím a vládě. Starší generace už tak velkou přesycenost nedeklaruje a její důvěra vůči médiím a vládě je o něco vyšší. Společný rys českých respondentů napříč věkovými skupinami je především víra v lepší budoucnost. Optimismus vidí všichni ve vyšší míře než jejich zahraniční kolegové.

### **7.1.11 Fake news v období pandemie COVID-19**

Samostatnou kapitolu dotazníkového šetření představovaly otázky zaměřené na fake news, které jsou šířeny na sociálních sítích a také na uvědomění si uživatelů, do jaké míry mohou být informace nepravdivé a jaký dopad může mít jejich sdílení.

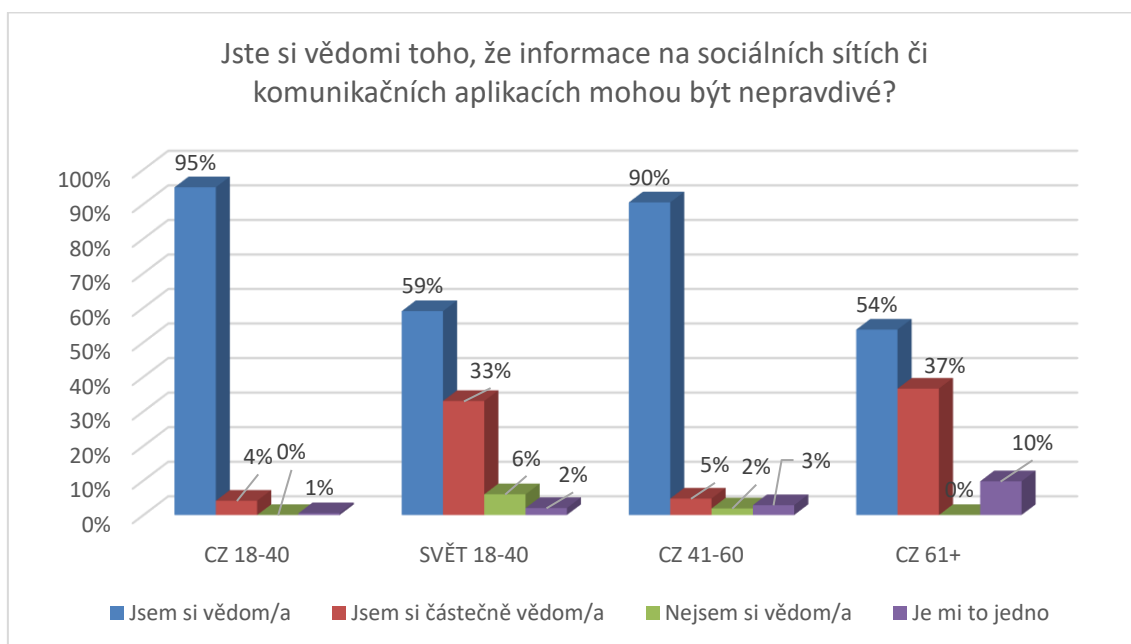
Období pandemie COVID-19 je zářným příkladem moci slova, kdy každý mohl bez jakýchkoli omezení sdílet svůj názor na příčinu pandemie, její dopady nebo možnosti léčby pomocí alternativních metod či mezinárodně schválené vakcíny. Sílu těmto tvrzením ještě více dodávala interakce ostatních uživatelů, kdy pomocí liků, retweetů či sdílení získal příspěvek daleko větší dosah a zobrazoval se většímu množství uživatelů sociálních sítí.

Celkem šest otázek z této sekce dotazníků zkoumalo přístup uživatelů sociálních sítí k problematice fake news a případného boje proti nim. Nejprve bylo ověřeno, zda si respondenti vůbec uvědomují, že informace na sociálních sítích mohou být nepravdivé. Dále byly kvantifikovány obavy z dezinformací týkajících se právě pandemie COVID-19 na sociálních sítích či v komunikačních aplikacích. V případě zveřejněné nepravdivé informace o COVID-19 bylo ověřeno, jakým způsobem na ní uživatelé reagují. Zda ji

ignorují, nahlásí, komentují, sdílí nebo přestanou dotyčnou osobu sledovat. Naopak když oni sami určitou informaci sdílejí, ověřují si pravdivost daných informací?

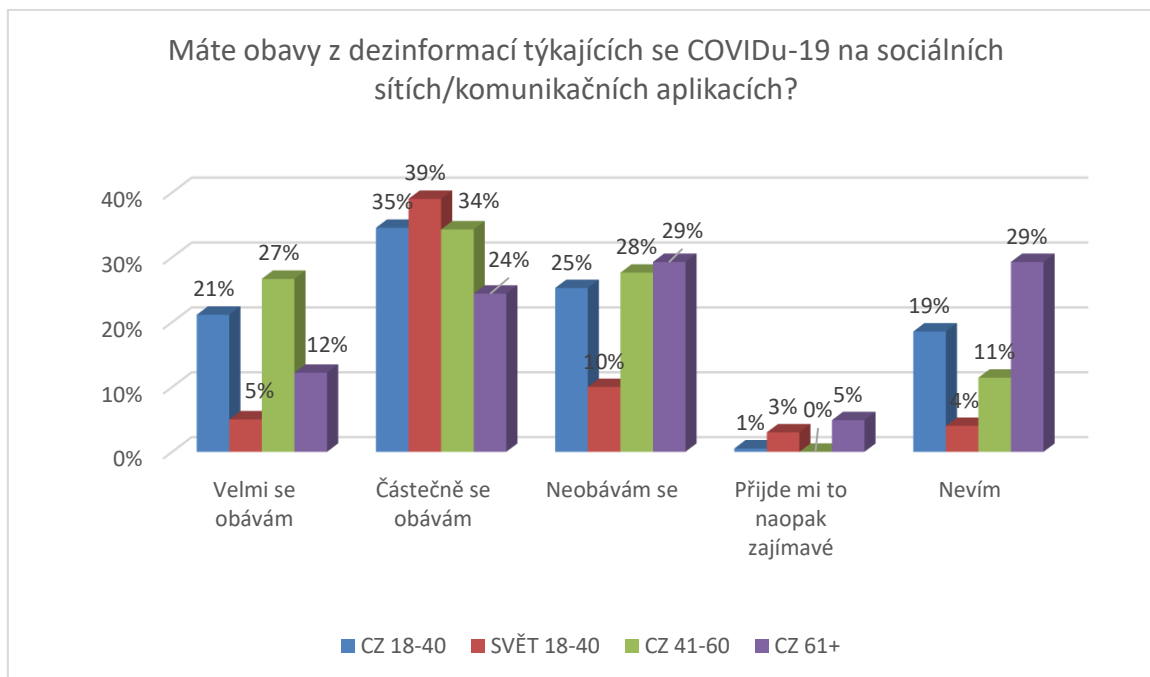
Další dotaz zjišťoval, zda uživatelé někdy sdíleli informace, které se později ukázaly jako nepravdivé, a v případě, že se tak stalo, zda provedli aktualizaci daného příspěvku nebo zda jej zcela smazali.

A jak tedy dopadlo porovnání českých respondentů se stejnou věkovou skupinou 18 až 40 let ve světě a vzájemná komparace jednotlivých věkových skupin v České republice?



Graf 26 Míra povědomí o nepravdivých informacích na sociálních sítích

Celých 95 % českých respondentů ve věkové skupině 18 až 40 let si je vědomo, že informace na sociálních sítích či komunikačních aplikacích mohou být nepravdivé. Je to tedy výrazně více než v rámci věkového vzorku ve světové studii, kde má stejný pocit uvědomění si jen 59 % respondentů. Podobně dobře je na tom také česká skupina 41 až 60 let, kde si je existenci fake news uvědomuje 90 % dotázaných a toto číslo se dále snižuje až k 54 % v kategorii 61 let a více.

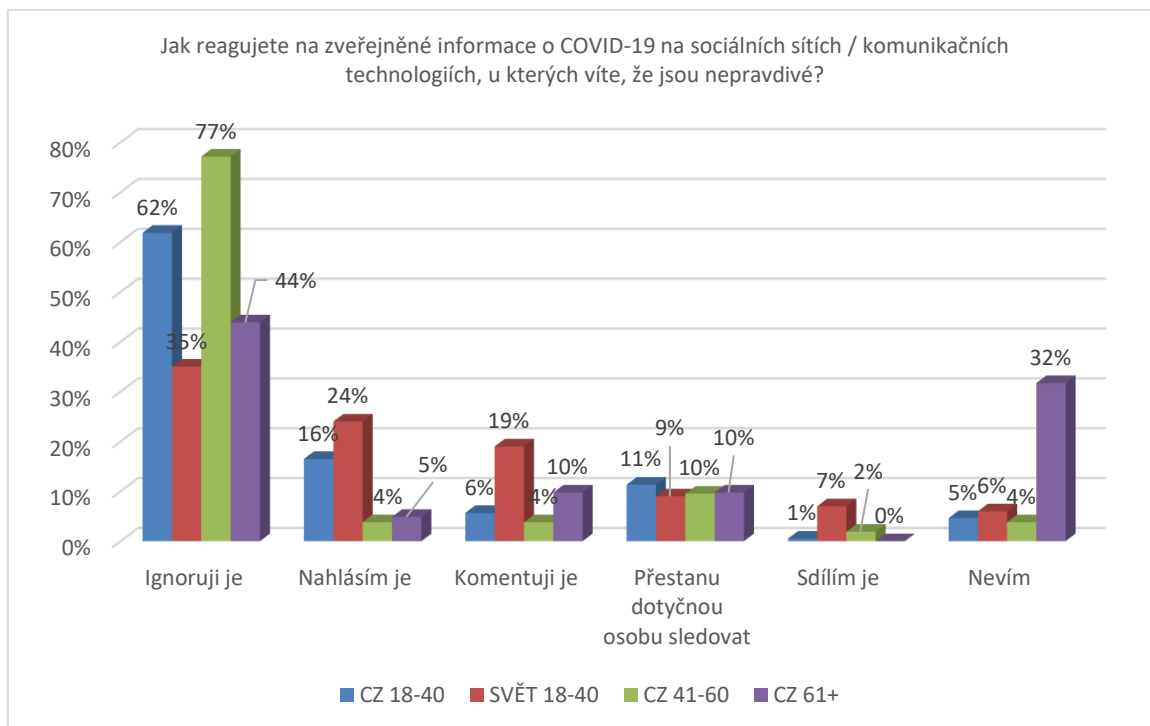


*Graf 27 Míra obav z dezinformací na sociálních sítích*

Strach z dezinformací týkající se pandemie COVID-19 vyjádřilo pomocí odpovědí „velmi se obávám“ čtyřikrát více českých respondentů (21 %) v nejnižší věkové skupině než v zahraničí, kde to bylo pouhých 5 %. Největší obavy však projevili dotázaní ve věkové skupině 41 až 60 let a to s 27 %.

Ve světové studii převládaly částečné obavy z dezinformací (39 %) následovány českými respondenty všech věkových kategoriích v těsném závěsu.

Nejméně se obávali nejstarší čeští respondenti s 29 %, kategorie 41 až 60 let představovala 28 % a nejmladší 25 %. V zahraničí tento optimismus příliš nesdílejí, odpověď „neobávám se“ volilo pouze 10 % účastníků průzkumu.

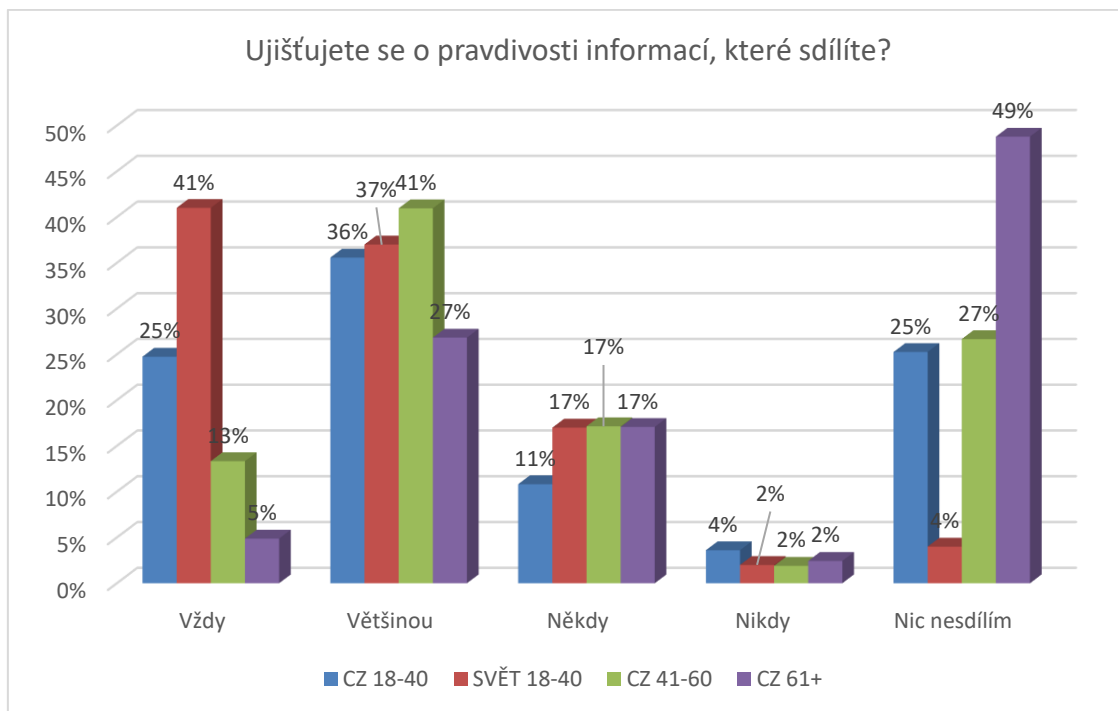


Graf 28 Způsob reakce na nepravdivé informace o COVID-19

Lidé se často dostávají do situace, kdy je zřejmé, že určité informace o pandemii COVID-19 na sociálních sítích či na komunikačních aplikacích jsou nepravdivé.

77 % českých respondentů ve věkové skupině 41 až 60 let, 62 % ve věkové skupině 18 až 40 let a 44 % ve skupině 61 let a více prozradilo, že tyto nepravdivé informace prostě ignorují. Toto procentuální zastoupení bylo výrazně vyšší než v zahraniční studii, kde ignoraci jako způsob reakce volí pouze 35 % dotázaných.

Další možností je příspěvek nahlásit nebo jej komentovat, ale ani tato varianta není v České republice příliš oblíbená. Opět zvítězili zahraniční respondenti, kteří tak projevili větší angažovanost v boji proti dezinformacím.

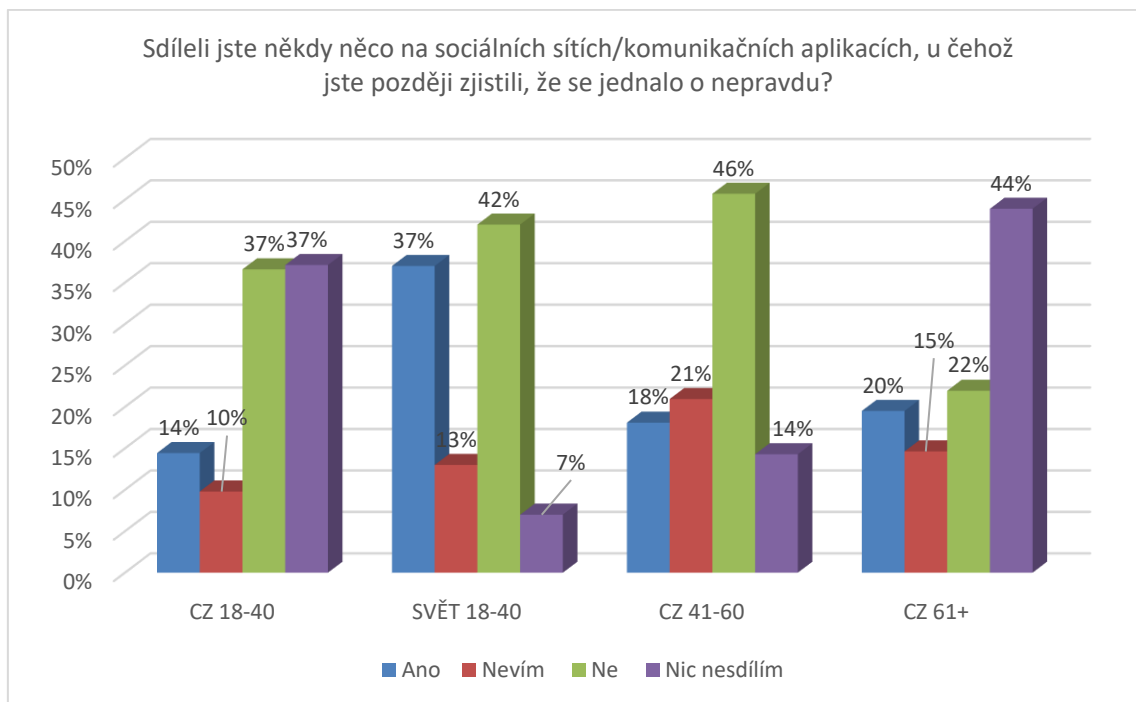


Graf 29 Způsob reakce na nepravdivé informace o COVID-19

Z mezinárodní studie vyplynulo, že vždy ověřuje informace před jejich sdílením 41 % respondentů, většinou 37 %, někdy 17 % a nikdy 2 %. V rámci České republiky jsou tato procenta o poznání nižší. Stejná věková skupina jako v zahraničí ověřuje vždy v 25 %, většinou ve 36 %, někdy 11 % a nikdy ve 4 %.

Oproti tomu velké procento Čechů uvedlo, že raději nikdy nic nesdílí, nejvíce tuto odpověď zvolilo 49 % respondentů ve věkové skupině 61 let a více.

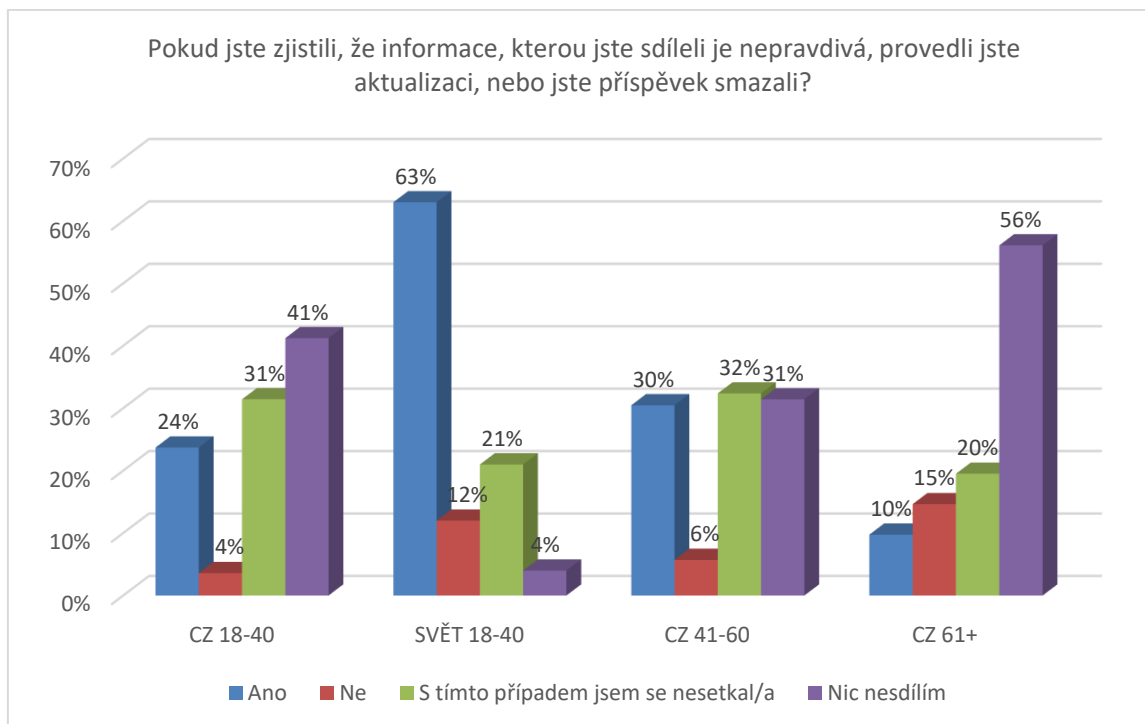
Data získaná z odpovědí na tuto otázku pomohla potvrdit základní tezi stanovenou pro účely této diplomové práce a to, že méně než polovina respondentů ověřuje pravdivost informací před jejich sdílením. Nejvíce se k pomyslně zvolené hranici 50 % přiblížili dotázaní v mezinárodní studii Světové zdravotnické organizace, 41 % z nich tato data ověřuje vždy. V České republice tento přístup praktikuje pouze 25 % dotázaných.



*Graf 30 Míra zkušenosti se sdílením nepravdivých informací na sociálních sítích*

Jak je z grafu patrné, nejvíce sdílených fake news se objevilo či jsou si je ochotni přiznat respondenti mezinárodní studie (37 %), následují čeští dotázaní ve věku 61 let a více (20 %), 41 až 60 let (18 %) a nejméně sdílejí fake news nejmladší se 14 %.

O své bezchybnosti, tedy že nesdílejí žádné dezinformace, je přesvědčeno 46 % českých respondentů ve věku 41 až 60 let. Za nimi se umístili dotázaní ze světové studie se 42 %.



Graf 31 Míra opravených příspěvků

Největší míru reakce na pochybení formou sdílení nepravdivé informace projeví zahraniční respondenti. Ti v 63 % deklarují, že daný příspěvek buď aktualizovali či přímo smazali. Opačný přístup mělo ve stejné skupině 12 %.

Česká republika vykázala přístup výrazně odlišnější. Aktivitu k nápravě sdílení dezinformace projevilo nejvíce respondentů ve věkové skupině 41 až 60 let, ale i tak to byla méně než polovina z odpovědných zahraničních respondentů, jednalo se totiž o pouhých 30 %. Ani v nejmladší věkové skupině se dané procento k zahraničí nepřibližovalo, dokonce bylo ještě nižší a to 24 %. Nejnižší aktivitu na vlastní šíření dezinformací ukázala skupina 60 let a více, kdy se k nápravě uchýlilo pouze 10 % respondentů. A naopak vůbec nic neudělalo 15 % z nich.



## **Shrnutí**

Tato část dotazníkové šetření nám ukázala prvenství českých respondentů v uvědomování si existence dezinformací. Čeští respondenti projevili také největší obavy z jejich šíření a možných následků.

Na druhou stranu, když už na to přijde a s takovým to příspěvkem se na sociálních sítích setkají, jejich reakce tomu příliš neodpovídají. V zahraničí preferované nahlášení příspěvků či komentáře jsou v České republice nahrazeny pouhou ignorací.

Boj proti šíření fake news by měl vždy spočívat v ověřování informací, které chtějí uživatelé sociálních sítí sdílet. Tímto pravidlem se řídí spíše zahraniční respondenti, česká populace za nimi výrazně zaostává.

Svou zkušenost se sdílením nepravdivé informace přiznává více zahraničních respondentů než těch domácích. Otázkou však zůstává, zda čeští respondenti dezinformace opravdu nesdílí nebo si to jen neuvědomují. Když už ale k takovému uvědomění si sdílení nepravdivé informace dojde, k nápravě sáhne pouze čtvrtina dotázaných oproti téměř dvou třetinám v zahraničí.

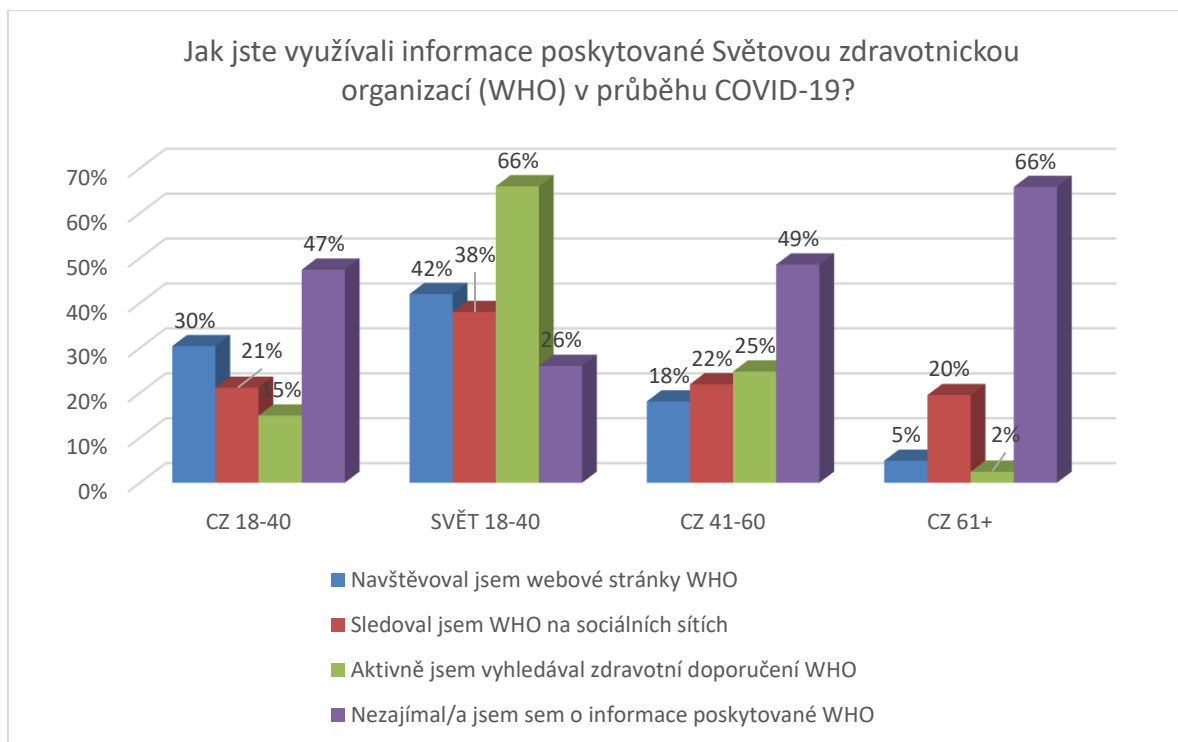
Jak již bylo uvedeno, pandemie COVID-19 přináší mnoho negativních kampaní, které bývají podpořeny uživateli, kteří nemají příliš informací nebo jen uvěřili jejich obsahu. Na druhé straně to pomohlo otevřít odbornější debatu o úrovni vzdělání společnosti v oblasti akceptace fake news či dezinformací a nastartovat tak boj proti jejich šíření. Z výsledků vyplývá, že čeští respondenti udělali již alespoň první krok a existenci daného problému si uvědomují. Zaostávají však v krocích dalších, jako je prevence v ověřování si informací a určitá sebereflexe při zjištění vlastního pochybení formou opravy či smazání daného příspěvku.

### **7.1.12 Informace poskytované Světovou zdravotnickou organizací**

Dotazníkové šetření uzavírá otázka na jednoho z tvůrců mezinárodní studie, a to Světovou zdravotnickou organizací. Respondenti měli odpovědět, jak využívali informace poskytované Světovou zdravotnickou organizací v průběhu pandemie COVID-19.

Volili ze čtyř možností: navštěvoval jsem webové stránky WHO, sledoval jsem je na sociálních sítích, aktivně jsem vyhledával zdravotní doporučení nebo jsem se o jimi

poskytované informace nezajímá.



Graf 32 Využívání informací poskytované Světovou zdravotnickou organizací

Jak ukázalo vyhodnocení výsledků této otázky, nejvíce Čechů volilo odpověď „nezajímá/a jsem se o informace poskytované WHO“. Ve věkové skupině 18 až 40 let to bylo 47 %, v prostřední skupině 41 až 60 let 49 % a u nejstarší 61 let a více dokonce 66 %. Ve světě se o tyto informace nezajímá mnohem méně respondentů a to 26 %.

Webové stránky této organizace jsou opět nejvíce navštěvovány ve světové populaci 18 až 40 let (42 %), následují Češi stejné věkové struktury (30 %) a číslo se dále snižuje až k 5 % ve věkové skupině 61 let a více.

Sociální síť Světové zdravotnické organizace si vedly patrně lépe oproti zahraničním - 38 % je sledovalo 21 % nejmladších, 22 % ze střední věkové kategorie a 20 % nejstarších.

Nejpreferovanější cestou, jak se dostat k informacím ze Světové zdravotnické organizace, bylo jejich aktivní vyhledávání, které ve světě volilo 66 % respondentů. U nás to byla jedna čtvrtina ve střední věkové kategorii, 15 % v nejmladších a pouhá 2 % v kategorii 61 let a více.

Nedá se dostatečně konstatovat, že by Světová zdravotnická organizace v České republice

neměla své jméno. Důvěru jí vyjádřily všechny věkové kategorie, ale rozhodně nepatří k nejvyhledávanějším zdrojům informací ohledně pandemie COVID-19.

To by mohla změnit aktivní komunikace, která by tuto organizaci Čechům více představila, poukázala na její odborný přínos, zamezila debatám o spolčování s farmaceutickými společnostmi. Naučila veřejnost, kde mají hledat ověřené informace a stala se tak určitým mezinárodním arbitrem, který lidem pomůže se správně rozhodnout, když jsou atakováni nepravdivými informacemi.

## 8 Závěr

Historie přináší první zmínky o digitální propasti již na začátku druhé poloviny 20. století, kdy práce rakousko-amerického ekonoma Fritze Machlupa upozornila na důležitost distribuce informací mezi občany a pozitivní vliv tohoto šíření na výši hrubého domácího produktu. Na jeho práci volně navázal americký sociolog Manuel Castells, který jako jeden z prvních provedl rozsáhlá zkoumání, která potvrdila předpoklad rozevírajících se nůžek digitální propasti.

Sledováním dat spojených s informační vzdělaností společnosti se zabývá mezi jinými také Evropský statistický úřad (Eurostat). Na základě výsledků jeho zkoumání je možné konstatovat, že tezi stanovenou v úvodu této diplomové práce „Digitální propast se s postupem času spíše snižuje“ je možné potvrdit. Procento populace s přístupem k internetu se zvýšilo mezi roky 2010 a 2021 o 28 procentních bodů.

Aktuální výstupy Českého statistického úřadu z dat získaných v roce 2021 však poukazují na významný rozdíl v přístupu k internetu českých občanů z pohledu výše jejich příjmu. Občané z nízkopříjmových skupin mají přístup k internetu v 53 %, kdežto u druhé skupiny s příjmy vysokými je to dokonce více než 99 %. V rámci udržení trendu snižování digitální propasti by měl být tento vysoký procentuální rozdíl zohledněn a měly by být hledány cesty, jak proti němu bojovat.

Příkladem mohou být některá města či obce, která svým obyvatelům nabízí možnost se zdarma připojit k internetu a využívají k tomu například některé z dotačních programů Evropské unie. Neméně důležitý, a v dnešní době již vcelku zaběhlý, je bezplatný přístup k internetu na počítačových stanicích ve veřejných místech a institucích.

V případě, že je jedinci přístup k internetu a komunikačním technologiím zajištěn, začíná na něj působit další riziko, a to nedostatečná schopnost rozlišit informaci pravdivou od fake news, hoaxů, propagandy a dalších. Závažným příkladem manipulace s informacemi se stala doba pandemie COVID-19, kdy se jednou z forem boje proti jejich šíření stal takzvaný prebunking, kterého jakožto účinného nástroje využilo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám zřízené Ministerstvem vnitra.

Na tuto problematiku se snažila upozornit Světová zdravotnická organizace, která ve spolupráci s univerzitou Melbourn a organizací Pollfish vytvořila rozsáhlou mezinárodní

studii. Z hlavních zjištění vyplynulo, že téměř polovina respondentů využívá pro zjišťování informací o pandemii tuzemská média a na sociálních sítích sdílí především informace vycházejících z vědeckých pramenů. 59 % z nich si uvědomuje možnost výskytu dezinformací a 41 % je před sdílením ověřuje.

Dotazníkové šetření vytvořené pro potřeby této diplomové práce si jako respondenty vybralo občany České republiky, kteří nebyli součástí původní studie Světové zdravotnické organizace. Z celkového počtu 340 dotazníků tak bylo možné porovnat jednotlivé odpovědi se stejnými věkovými skupinami v mezinárodním měřítku a díky rozšíření na populaci 41 let a více také srovnat přístupy mladší a starší generace.

Teze, která zkoumala preferenci mobilních telefonů a počítačů oproti tradičním médiím jako jsou tisk, televize či rádio u obyvatel větších měst oproti malým obcím, se nepotvrdila. Mobilní telefony preferuje 91 % respondentů z obcí pod 2 000 obyvatel a 86 % z měst nad 50 000 obyvatel. U počítačů je tento rozdíl dokonce 11 procentních bodů.

Díky sebehodnocení respondentů v oblasti znalosti práce s mobilním telefonem a počítačem byla prokázána vazba mezi výškou dosaženého vzdělání a výslednou známkou. U počítačů se výbornou ohodnotilo 44 % vysokoškoláků oproti 7 % dotázaných s nejnižším vzděláním. Rozdíl u mobilních telefonů činil 57 % oproti 29 %. V rámci boje proti rozšiřování digitální propasti by tedy bylo více než vhodné zařadit kontinuální vzdělávání v oblasti technické a mediální gramotnosti do základních osnov. Jedině tak bude možné zajistit rovné podmínky pro všechny bez ohledu na délku studia.

Respondenti z České republiky jsou si ve vysoké míře (95 %) vědomi toho, že informace na sociálních sítích mohou být nepravdivé. Z pohledu mezinárodního je toto procento výrazně nižší, kdy na stejnou otázku odpovědělo ano 59 % lidí. Navzdory tomu, předpokládá další teze méně než polovinu respondentů, kteří ověřují pravdivost informací před jejich sdílením. Toto bylo potvrzeno, jak na mezinárodní úrovni, kdy data ověřuje 41 % dotázaných, tak v lokálním šetření, kde data ověřuje 25 %. Je tedy patrné, že existuje velký prostor pro vzdělávání společnosti, jakým způsobem identifikovat nepravdivé informace a předejít tak jejich rozšiřování. Vhodná by byla například mediální kampaň vysvětlující postupy pro ověřování zdrojů, ze kterých informace přichází, a jakým způsobem může být potvrzena jejich pravost.

V rámci pandemie COVID-19 se jako garant poskytování pravdivých informací prezentovala mezi jinými také Světová zdravotnická organizace. Účelem této práce není hodnotit pravost či vědeckou správnost obsahu její komunikace, ale poukázat na nepříliš vysokou úroveň důvěry společnosti. Pro téměř polovinu českých respondentů ve věku 18 až 40 let nebyly informace poskytované WHO vůbec zajímavé, její stránky navštívilo 30 % z nich a u nejstarších respondentů to bylo pouhých 5 %. Nejvíce lidí ve světě (66 %) preferovalo aktivní vyhledávání informací z WHO oproti 25 % z České republiky.

Světová zdravotnická organizace rozhodně není občanům České republiky neznámou, ale na základě výsledků z dotazníkového šetření je nutné pracovat na zvyšování důvěry v informace a doporučení, které poskytuje. Je nutné více představit její odborný přínos, zaměřit se na vysvětlení dezinformací, které jsou s jejím působením spojené a naučit veřejnost vnímat Světovou zdravotnickou organizaci jako mezinárodní instituci, která může být validním zdrojem pro ověřování si informací.

Komparace odpovědí českých respondentů s těmi zahraničními neukázala extrémní rozdíly v rámci jednotlivých přístupů. Měla by však především ukázat směr, kterým by se měla vydat vláda či veřejné instituce na své cestě za snižováním digitální propasti a bojem proti šíření dezinformací mezi nejvíce ohroženými občany, které představují především senioři a lidé z nízkopříjmových skupin.

## Summary

The first signs of the digital divide came from the second half of the 20th century, but significant impacts can be observed mainly today, when it was deepened even more.

Among others, the European Statistical Office (Eurostat) deals with the monitoring of data related to society's education in this field. Based on the results of its investigation, it is possible to confirm the thesis stated in the introduction "The digital divide tends to decrease over the time". The percentage of the population with internet access was increased by 28 percentage points between 2010 and 2021.

The figures from the Czech Statistical Office point to a significant difference in the access to the internet of Czech citizens comparing their income level. Citizens from low-income groups have access to the internet in 53 %, while in the group with high incomes it is more than 99 %.

The World Health Organization tried to point out this issue creating an extensive international study. The main findings showed that almost half of the respondents use the domestic media to find out information about the pandemic of Covid and on social media they share mainly information based on scientific sources. 59 % of them are aware of the possibility of misinformation and 41 % verify the information before sharing it.

To be able to compare the situation in the Czech republic, the questionnaire survey was created for the needs of this diploma with total number of 340 respondents. People from the Czech Republic are highly aware (95 %), that information on social networks can be false. From an international perspective the percentage was significantly lower (59 %). The World Health Organization presented itself as one of the guarantor of true informations about COVID-19. But based on the local survey for almost half of the Czech respondents between 18 and 40 years, the information provided by the WHO was not interesting at all and only 30 % of them visited its website.

The answers of Czech and foreign respondents did not show extreme differences in individual approaches. However, it should primarily show the direction that the government or public institution should take in its journey to reduce the digital divide and fight against the spread of misinformation among the most vulnerable citizens, which are mainly seniors and people from low-income groups.

## Použitá literatura

ALVAROVÁ, Alexandra. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2017. ISBN 978-80-7553-492-7.

ATTEWELL, Paul, 2001. The First and Second Digital Divides. *Sociology of Education*. 74(3), 252-259. ISSN 0038-0407.

BÉM, Pavel, Jiří BERAN, Vladimír ČÍŽEK, et al., KLAUS, Václav a Jiří WEIGL, ed. *Rozum proti covidové panice*. Praha: Institut Václava Klause, 2021. Publikace (Institut Václava Klause). ISBN 978-80-7542-072-5.

BROTHERTON, Rob. *Why we fall for fake news*. London: Bloomsbury Sigma. ISBN 978-1-4729-6288-1.

CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy*. USA: Oxford University Press, 2001. 304p. ISBN: 0199255776.

FARKAS, Viktor. *Válka médií: mýtus informační společnosti*. Praha: Knižní klub, 2012. Záhady (Euromedia Group - Knižní klub). ISBN 978-80-242-3254-6.

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

HUĎO, Lubomír. *Mediální krysy, aneb, Jak novináři manipulují*. Přeložil Petr ŽANTOVSKÝ. Praha: Česká citadela, 2019. ISBN 978-80-907399-4-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

JUNA, Petr a Pavel KASÍK. *Sama jsem naletěla, říká žena, která chce „očkovat“ proti dezinformacím*. *Seznam zprávy* [online]. 2022 [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-sama-jsem-naletela-rika-zena-ktera-chce-ockovat-proti-dezinformacim-208229>

Koronavirus: Přehled hlavních dezinformačních sdělení. <https://www.mvcr.cz/> [online]. 2020. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/koronavirus-prehled-hlavnich-dezinformacnich-sdeleni.aspx>

KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.

LUPAČ, Petr. *Za hranice digitální propasti: nerovnost v informační společnosti*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2015. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-231-9.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.



NORRIS, Pippa. Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 9781139164887.

NUTIL, Petr. *Jak neztratit rozum v nerozumné době: o falešných představách, iluzích a předsudcích*. Praha: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-1796-3.

NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.

PACNER, Karel. *Podivné špionážní hry*. Praha: Plus, 2016. ISBN 978-80-259-0590-6.

ŘEHKA, Karel. *Informační válka*. Praha: Academia, 2017. XXI. století. ISBN 978-80-200-2770-2.

Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials [online]. 2021. [who.int/news-room/feature-stories/detail/social-media-covid-19-a-global-study-of-digital-crisis-interaction-among-gen-z-and-millennials](https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/social-media-covid-19-a-global-study-of-digital-crisis-interaction-among-gen-z-and-millennials)

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

THORNTON, Mark. Biography of Fritz Machlup (1902-1983) [online]. 2007. <https://mises.org/library/biography-fritz-machlup-1902-1983>

VALÚCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA. *Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím : metodická příručka*. Praha: Člověk v tísni, 2020. ISBN 978-80-7591-045-5.

VAN DIJK, Jan. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks CA: Sage Publications, 2005. ISBN 141290403X.

VOLKMER, Ingrid. *Social media and COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and millennials*. Australia: University of Melbourne, 2021. ISBN: 978-0-7340-5669-6. [online]. 2021. [https://arts.unimelb.edu.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0007/3958684/Volkmer-Social-Media-and-COVID.pdf](https://arts.unimelb.edu.au/_data/assets/pdf_file/0007/3958684/Volkmer-Social-Media-and-COVID.pdf)

WELCH, Wendy, Ian, BRODIE, Anna, MULDOON et al., *Covid-19 conspiracy theories*, Jefferson: McFarland & Company. ISBN: 978-1-4766-8467-3

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Čtyři úrovně přístupu podle Jan Van Dijka.....	16
Obrázek 2 Rozdělení dovednostního přístupu podle Jan Van Dijka .....	17

## Seznam grafů

Graf 1 Věková struktura respondentů.....	47
Graf 2 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů .....	48
Graf 3 Komunikační nástroje a jejich využívání .....	49
Graf 4 Míra dovednosti práce s počítačem a mobilním telefonem .....	52
Graf 5 Průměrná známka za práci s počítačem a mobilním telefonem .....	53
Graf 6 Průměrná známka za práci s počítačem dle dosaženého vzdělání.....	54
Graf 7 Průměrná známka za práci s mobilním telefonem dle dosaženého vzdělání.....	55
Graf 8 Zdroje pro získání informací a novinek o pandemii COVID-19 .....	57
Graf 9 Zdroje pro získání informací a novinek o vakcíně proti COVID-19.....	58
Graf 10 Sociální sítě a jejich využívání.....	59
Graf 11 Sdílení obsahu na sociálních sítích.....	60
Graf 12 Sdílení obsahu s informacemi o COVID-19 na sociálních sítích .....	61
Graf 13 Míra zájmu o informace o COVID-19 ze začátku pandemie .....	62
Graf 14 Míra zájmu o informace o COVID-19 nyní .....	63
Graf 15 Míra důvěry ke Světové zdravotnické organizaci .....	65
Graf 16 Míra důvěry k vládě .....	66
Graf 17 Míra důvěry k televizi .....	66
Graf 18 Míra důvěry k tisku .....	67
Graf 19 Míra důvěry ke komunitě na sociálních sítích.....	68
Graf 20 Míra obav z onemocnění COVID-19 .....	69
Graf 21 Obavy z dopadů pandemie COVID-19 .....	70
Graf 22 Míra přesycenosti informacemi o COVID-19.....	71
Graf 23 Míra důvěry v média a jejich poskytování informací.....	72
Graf 24 Míra důvěry ve vládu a její poskytování informací.....	73
Graf 25 Míra optimismu z budoucnosti.....	73
Graf 26 Míra povědomí o nepravdivých informacích na sociálních sítích.....	75
Graf 27 Míra obav z dezinformací na sociálních sítích .....	76
Graf 28 Způsob reakce na nepravdivé informace o COVID-19 .....	77
Graf 29 Způsob reakce na nepravdivé informace o COVID-19 .....	78
Graf 30 Míra zkušenosti se sdílením nepravdivých informací na sociálních sítích.....	79
Graf 31 Míra opravených příspěvků.....	80

Graf 32 Využívání informací poskytované Světovou zdravotnickou organizací .....	82
---	----

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 Procentuální zastoupení respondentů, kteří u daného média zvolili odpověď „používám často“ vůči celkovému počtu respondentů v dané věkové skupině .....	50
---	----

Tabulka 2 rozdělení respondentů podle míry procenta využívání komunikačních nástrojů a velikosti obce ..	50
--	----

## Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

22.3.22  
M.F.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce											
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:											
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Bc. Dominik Misík	<b>Razítko podatelny:</b> <table border="1"> <tr> <td colspan="2">Univerzita Karlova</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td>25-02-2022 -1-</td> </tr> <tr> <td>Číslo:</td> <td>AA Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova		Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	25-02-2022 -1-	Číslo:	AA Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova											
Fakulta sociálních věd											
Došlo dne:		25-02-2022 -1-									
Číslo:	AA Příloh:										
Přiděleno:											
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2020/2021											
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> 12546839@fsv.cuni.cz											
<b>Studijní obor/forma studia:</b> ND_MS (0321TA180003) - distanční											
<b>Název práce v češtině:</b> Digitální propast a šíření dezinformací v období pandemie COVID-19											
<b>Název práce v angličtině:</b> The digital divide and the spread of the fake news during the COVID-19 pandemic											
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) ZS 2022/2023											
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků):  S rozvojem komunikačních technologií a nárůstem počtu uživatelů sociálních sítí rezonuje téma digitální propasti čím dál tím více. Poslední dva roky, provázené silnými omezeními v rámci silnicí pandemie, ukázaly, že v některých oblastech a sociálních skupinách dochází díky této propasti k odříznutí jedinců od přístupu k aktuálním informacím a možnosti si dané informace ověřovat z více relevantních zdrojů. Historicky je myšlenka digitální propasti spojována s teorií informační společnosti, jak to například popisuje Petr Lupač ve své knize Za hranice digitální propasti. Jako jeden z prvních vědců zabývajících se tímto tématem je dle P. Lupače rakousko-americký ekonom Fritz Machlup a to na základě jeho publikace Produkce a distribuce znalostí ve Spojených státech, která vyšla již v roce 1962. S postupem času vznikaly další práce a teorie, kterým bych se rád blíže věnoval ve své diplomové práci.  Pominu-li omezení v přístupu k informacím a budu předpokládat, že je tento přístup pro všechny stejný, narážím na další problém, a to je pravost přijímaných informací. Dezinformace jsou stejně staré jako lidstvo samo, avšak v poslední době jsou skloňovány ve všemožných médiích v souvislostech s pandemií COVID-19 čím dál tím častěji. Tomuto tématu již byla věnována řada odborných i laických zpracování, zmíním například knihu Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích od autorů Miloš Gregor, Petra Vejvodová nebo Zvol si info či Informační válka autora Karla Řehky.  Zajímavé výsledky dopadu problematiky digitální propasti a dezinformací přinesla Světová zdravotnická organizace se svou mezinárodní studií A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials, kterou bych rád doplnil o svůj vlastní výzkum zaměřený na českou populaci.											
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků):  Cílem diplomové práce je přinést čtenáři základní přehled v oblasti poskytování informací, vzniku digitální propasti, šíření dezinformací a práce s nimi. K tomu by měla pomoci teoretická část věnovaná historickému vývoji těchto témat, včetně zasazení do současných realit.											

K pochopení celé problematiky si stanovím několik základních hypotéz, na které budu v diplomové práci hledat odpovědi. Předpokládané znění těchto tezí zní:

1. Digitální propast se s postupem času spíše snižuje.
2. Méně než polovina respondentů ověřuje pravdivost zdrojových informací před jejich sdílením.

Další hypotézy budou stanoveny na základě proniknutí do dané problematiky.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

V úvodu diplomové práce definuji problém, který přináší rozvoj dezinformací a mediální propasti na příkladu celosvětové pandemie COVID-19. Pro výzkumné účely si stanovím jednotlivé otázky a hypotézy, na které se pokusím pomocí této práce odpovědět.

Teoretickou část bych rád rozdělil do několika kapitol. První se bude věnovat vývoji digitální propasti a následně dezinformacím. To vše zasadím do historického kontextu, který by měl čtenáři pomoci pochopit danou problematiku a vytvořit si tak komplexní obrázek o celém tématu. V závěru teoretické části bych se rád zaměřil na současnost a problematiku digitální propasti a dezinformací z pohledu občana v době pandemie COVID-19. Porovnání by mělo zahrnovat pohledy jak celosvětové, tak lokální v rámci České republiky, a to nejen z pohledu státních, ale i soukromých institucí.

Třetí část diplomové práce bude věnována praktickému výzkumu. Rád bych zasadil do českých realit poznatky získané z celosvětové studie Světové Zdravotnické Organizace (WHO), věnované získávání informací o pandemii COVID-19. Pomocí kvantitativní metody, přesněji formou dotazníku, oslovím respondenty ve věku 18 až 70 let a pokusím se získat data, z jakých zdrojů čerpají informace k pandemii, zda je dále sdílejí, zda jsou schopni rozpoznat dezinformaci a další. Budu tak schopen částečně porovnat své výsledky s mezinárodní studií WHO a využít je pro potvrzení či vyvrácení hypotéz z úvodu této diplomové práce.

V závěru diplomové práce bych již měl být schopen odpovědět na základní otázky z jejího úvodu a zároveň přinést čtenáři vyhodnocení stanovených hypotéz. Práce by také měla přinést jasná doporučení, jak se v dané problematice orientovat, kde jsou mezery v rámci ověřování informací a jakým způsobem může státní či soukromý sektor pomoci v přenosu pravdivé informace od zdroje až ke koncovému uživateli.

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

Analyzované období pro tuto diplomovou práci začíná březnem 2020, kdy Světová zdravotnická organizace vyhlásila propuknutí pandemie. Budu tedy čerpat z webových stránek, tiskových zpráv a případových studií WHO. Dále budu pracovat s odbornou literaturou níže.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

1. Kvantitativní metoda výzkumu formou dotazníku.
2. Literární rešerše a komparace

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

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

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



K pochopení celé problematiky si stanovím několik základních hypotéz, na které budu v diplomové práci hledat odpovědi. Předpokládané znění těchto tezí zní:

1. Digitální propast se s postupem času spíše snižuje.
2. Méně než polovina respondentů ověřuje pravdivost zdrojových informací před jejich sdílením.

Další hypotézy budou stanoveny na základě proniknutí do dané problematiky.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

V úvodu diplomové práce definuji problém, který přináší rozvoj dezinformací a mediální propasti na příkladu celosvětové pandemie COVID-19. Pro výzkumné účely si stanovím jednotlivé otázky a hypotézy, na které se pokusím pomocí této práce odpovědět.

Teoretickou část bych rád rozdělil do několika kapitol. První se bude věnovat vývoji digitální propasti a následně dezinformacím. To vše zasadím do historického kontextu, který by měl čtenáři pomoci pochopit danou problematiku a vytvořit si tak komplexní obrázek o celém tématu. V závěru teoretické části bych se rád zaměřil na současnost a problematiku digitální propasti a dezinformací z pohledu občana v době pandemie COVID-19. Porovnání by mělo zahrnovat pohledy jak celosvětové, tak lokální v rámci České republiky, a to nejen z pohledu státních, ale i soukromých institucí.

Třetí část diplomové práce bude věnována praktickému výzkumu. Rád bych zasadil do českých realit poznatky získané z celosvětové studie Světové Zdravotnické Organizace (WHO), věnované získávání informací o pandemii COVID-19. Pomocí kvantitativní metody, přesněji formou dotazníku, oslovím respondenty ve věku 18 až 70 let a pokusím se získat data, z jakých zdrojů čerpají informace k pandemii, zda je dále sdílejí, zda jsou schopni rozpoznat dezinformaci a další. Budu tak schopen částečně porovnat své výsledky s mezinárodní studií WHO a využít je pro potvrzení či vyvrácení hypotéz z úvodu této diplomové práce.

V závěru diplomové práce bych již měl být schopen odpovědět na základní otázky z jejího úvodu a zároveň přinést čtenáři vyhodnocení stanovených hypotéz. Práce by také měla přinést jasná doporučení, jak se v dané problematice orientovat, kde jsou mezery v rámci ověřování informací a jakým způsobem může státní či soukromý sektor pomoci v přenosu pravdivé informace od zdroje až ke koncovému uživateli.

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

Analyzované období pro tuto diplomovou práci začíná březnem 2020, kdy Světová zdravotnická organizace vyhlásila propuknutí pandemie. Budu tedy čerpat z webových stránek, tiskových zpráv a případových studií WHO. Dále budu pracovat s odbornou literaturou níže.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

1. Kvantitativní metoda výzkumu formou dotazníku.
2. Literární rešerše a komparace

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

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

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

*Kniha představuje pojmy fake news, dezinformace, alternativní fakta. Zabývá se otázkami, jak vznikají, jak fungují, kdo a proč je vypouští. Nevynechává provázanosti médií, politiky a sociálních sítí. Hlavním cílem této knihy je čtenáři pomoci, jak kriticky přemýšlet nad záplavou informací.*

2. LUPAČ, Petr. Za hranice digitální propasti: nerovnost v informační společnosti. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2015. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN isbn978-80-7419-231-9.

*Cílem knihy je čtenáři představit vztah mezi informační společností a digitální propastí. Kniha přináší teorii informační společnosti, její vývoj, dále se zabývá výkladem díla Manuela Castellsa, který patří mezi klíčové zástupce této teorie.*

3. Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials [online]. 2021. [who.int/news-room/feature-stories/detail/social-media-covid-19-a-global-study-of-digital-crisis-interaction-among-gen-z-and-millennials](https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/social-media-covid-19-a-global-study-of-digital-crisis-interaction-among-gen-z-and-millennials)

*Mezinárodní studie, která vznikla ve spolupráci Světové zdravotnické organizace (WHO), Univerzitou v Melbourn a v Pollfish. Hlavním cílem je prezentovat přehled o tom, jak Generace Z a Mileniálové získávají informace o pandemii COVID-19.*

4. JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-6. Hlavním cílem knihy je ukázat čtenáři studia médií z pohledu sociálně-vědní disciplíny mediálních studií. Popisuje mediální komunikaci jako obecný pojem, na které se podílí média, publikum či společenský kontext. Mimo jiné uvádí mnoho příkladu z České republiky či ze zahraničí.

5. HUĐO, Lubomír. Mediální krisy, aneb, Jak novináři manipulují. Přeložil Petr ŽANTOVSKÝ. Praha: Česká citadela, 2019. ISBN 978-80-907399-4-9.

*Kniha nabízí kritický pohled na zprávy s politickým kontextem, které se šíří v médiích a také na živě informace šířené v tradičních médiích. Autor se zabývá tím, jak moc jsou média seriózní. Bere v potaz možné vazby novinářů na politické a ekonomické mocenské zájmy.*

6. ŘEHKA, Karel. Informační válka. Praha: Academia, 2017. XXI. století. ISBN 978-80-200-2770-

*Kniha představuje pojem válka a popisuje její historii. Nevynechává ani úlohu propagandy v dějinách válek a zabírá se problematikou strategické komunikace či informačních operací.*

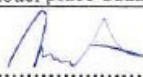
**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

1. CHMELÍKOVÁ, Tereza. Politická dimenze sociální exkluze seniorů jako důsledek digitální propasti. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra veřejné a sociální politiky. Vedoucí práce Kotrusová, Miriam.
2. ZADRAŽILOVÁ, Iva. Senioři a problematika digitální propasti. Praha, 2019. Dizertační práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Landová, Hana.
3. MELICHAROVÁ, Eliška. The global digital divide and the changing information flows. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Parížek, Michal.
4. BERÁNEK, Matěj. Fenomén dezinformace v českém mediálním prostředí. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Katedra elektronické kultury a sémiotiky. Vedoucí práce Švantner, Martin

5. HORT, Pavel. Problematika fake news v současných médiích. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Kruml, Milan.
6. HAMRNÍK, Jan. Role médií při šíření konspiračních teorií, fake news a hoaxů. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Cebe, Jan.
7. BERNASOVÁ, Jacqueline. Dezinformační infodemie v České republice v době první vlny koronavirové pandemie. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Program Elektronická kultura a semiotika. Vedoucí práce Řehořová, Irena.
8. HOLEK PŘEVOROVSKÁ, Michaela. Mediální realita pandemie. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra sociologie. Vedoucí práce Čada, Karel.

Datum / Podpis studenta/ky

25.2.2022



**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

RADIM WOLAK

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

24.2.2022 

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.