

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Beneš** Jméno: **Vojtěch** Osobní číslo: **511619**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut pedagogických a psychologických studií**
Studijní program: **Učitelství praktického vyučování a odborného výcviku**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Mediální gramotnost středoškoláků

Název bakalářské práce anglicky:

Media Literacy of Secondary School Students

Pokyny pro vypracování:

Cílem bp je zjistit, do jaké míry dokáží středoškoláci rozpoznat hoaxy, dezinformace a lži na internetu. Téma navazuje na výsledky výzkumné studie, kdy byla mediální gramotnost sledována u učitelů (univerzita v Olomouci a další). Prostřednictvím dotazníku budou respondenti odhalovat nepravdivé výroky o aktuálních tématech (např. COVID, Evropská Unie, atd.).

Seznam doporučené literatury:

2021_Cesky_ucitel_ve_sвете_medii.pdf
<https://www.stem.cz/naprosta-vetsina-reditelu-a-vyucujicich-na-ceskych-skolach-povazuje-medialni-vzdelavani-za-dulezite/>
<https://www.zurnal.upol.cz/nc/zprava/clanek/vyzkumnici-z-pedagogicke-fakulty-zjistovali-jak-rozumi-cesti-ucitele-mediim/>

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

doc. PhDr. Dana Dobrovská, CSc. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **08.12.2023** Termín odevzdání bakalářské práce: **24.06.2024**

Platnost zadání bakalářské práce: _____

doc. PhDr. Dana Dobrovská, CSc.
podpis vedoucí(ho) práce

doc. Ing. David Vaněček, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Student bere na vědomí, že je povinen vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

_____ Datum převzetí zadání

_____ Podpis studenta

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE

MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Mediální gramotnost středoškoláků

Media Literacy of Secondary School Students

2024

Vojtěch Beneš

Studijní program: Učitelství praktického vyučování a odborného výcviku

Vedoucí práce: doc. PhDr. Dana Dobrovská, CSc.

Beneš, Vojtěch. Mediální gramotnost středoškoláků. Praha: ČVUT 2024. Bakalářská práce.
České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval(a) samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval(a) a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 24.06.2024

Podpis:

Poděkování

Rád bych vyjádřil své upřímné poděkování doc. PhDr. Daně Dobrovské, CSc. za vedení mé bakalářské práce a za její ochotu a vstřícnost. Dále bych chtěl poděkovat všem pedagogům, kteří pomohli s distribucí dotazníků, a všem respondentům za jejich účast.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou mediální gramotnosti středoškoláků. Cílem bylo zjistit schopnost studentů rozpoznat dezinformace, hoaxy a další různé nepravdy na internetu. Výzkum byl proveden pomocí kvantitativního dotazníku, který zodpovědělo 105 studentů ze 2 různých škol. Hlavní zjištění ukazují, že ačkoli studenti často rozpoznají některé druhy dezinformací, u jiných mají potíže. Dále zjistil, že větší část žáků disponuje konspiračním myšlením, které je činí náchylnější k uvěření nepravdivým informacím. Zkoumal, které jsou hlavní zdroje informací pro studenty a jaký mají názor na mediální výchovu. Závěr přináší i možná doporučení pro zlepšení mediální gramotnosti.

Klíčová slova

Dezinformace, hoax, misinformation, mediální gramotnost, sociální sítě, konspirační myšlení, kritické myšlení, vliv médií na mládež

Abstract

This bachelor's thesis analyses the media literacy of high school students. The research aimed to determine the students' ability to recognize disinformation, hoaxes, and other various falsehoods on the internet. A quantitative questionnaire was utilized to gather data, with 105 students from 2 different schools participating in the study. The main findings revealed that while students often recognize some types of disinformation, they struggle with others. Additionally, it was revealed that a significant portion of students exhibited conspiratorial thinking, making them more susceptible to believing false information. The study also examined what are the primary sources of information for students and their opinions on media education. The potential recommendations for enhancing media literacy are then offered in the conclusion.

Keywords

Disinformation, hoax, misinformation, media literacy, social networks, conspiracy thinking, critical thinking, impact of social media on youth

Obsah

Úvod	9
1 Úvod do terminologie.....	12
1.1 Kontext	12
1.2 Definice klíčových pojmů	12
1.2.1 Mediální gramotnost	12
1.2.2 Dezinformace	12
1.2.3 Hoaxy	13
1.2.4 Misinformace	13
1.2.5 Bullshit	13
2 Teoretická část.....	14
2.1 Mediální gramotnost	14
2.1.1 Dezinformace	14
2.1.2 Hoaxy	14
2.1.3 Misinformace	15
2.2 Mediální gramotnost u učitelů	15
2.3 Role sociálních sítí	16
2.3.1 Facebook	17
2.3.2 Instagram	18
2.4 Algoritmy	19
2.4.1 Problematika algoritmů na sociálních sítích	19
2.4.2 Algoritmy jako způsob maximalizace zisku	19
2.4.3 Testování algoritmů	20
2.4.4 Standardizace	21
2.4.5 Rabbit holes a echo chambers	21
2.5 Konspirační myšlení	22
3 Výzkumná část	26
3.1 Výzkumné dotazy	26
3.2 Metodologie výzkumu	28
4 Výsledky.....	30
4.1 Popis základních charakteristik respondentů	30
4.1.1 Demografické údaje (věk, pohlaví, typ školy)	30
4.1.2 Rozpoznání dezinformací	31

4.2	Analýza dat	32
5	Diskuze.....	44
5.1	Limity výzkumu	44
5.2	Doporučení pro praxi	44
	Závěr.....	46
	Seznam použité literatury.....	48
	Seznam grafů.....	53
	Seznam příloh.....	54
	Příloha č. 1: Dotazník	55

Úvod

Hlavním cílem této bakalářské práce je zmapovat schopnost žáků středních škol a odborných učilišť rozpoznávat nepravdy na internetu, dezinformace, hoaxy, misinformace, i takzvaný bullshit.

Dílčím cílem je definovat tyto problematické pojmy, které jsou často mezi sebou zaměňovány a často jsou nadužívány. S touto problematikou souvisí i sociální sítě, které často stojí za většinou šířených nepravd. Pro vysvětlení fungování sociálních sítí je potřeba vysvětlit principy algoritmů, díky kterým dané sítě fungují. Dalším dílčím cílem práce je seznámit čtenáře s mediální gramotností a jejím významem.

V praktické části je cílem zjistit, zda samotní žáci mají o mediální výchovu jako o samostatný vyučovací předmět zájem, případně jak vnímají mediální výchovu. Dále je cílem ověřit, nebo vyvrátit moji domněnku, že většina žáků získává informace ze sociálních sítí. Následně zjistit, zda existují výrazné rozdíly ve schopnosti rozpoznávání dezinformací mezi chlapci a dívkami a také zmapovat, zda mají dnešní žáci konspirační myšlení.

V dotazníkovém šetření je také cílem zjistit, zda mají žáci, kteří věří jedné dezinformaci, či nepravdivé informaci, tendenci věřit i dalším podobným nepravdám.

Je zřejmé, že schopnost rozpoznat pravdu od lži ovlivňuje život všech lidí ve všech sociálních skupinách. Proto je podstatné u žáků rozvíjet kritické myšlení už od raného věku. Tato schopnost je nenahraditelná ve všech fázích života.

Bez mediální gramotnosti se člověk stává velice zranitelným vůči vlivům dezinformací, hoaxů, misinformací a nepravdám na internetu, které mohou razantně ovlivňovat celý život jedince. Dále je si nutné uvědomit, že smýšlení jednotlivců může určovat, například ve volbách, i směřování významnějších celků, kupříkladu státu. Demokracie společnosti bez potřebné schopnosti kriticky přemýšlet je pak snadněji ohrožena - příkladem může být současná situace Slovenské republiky či Maďarska.

Zároveň je třeba uznat, že zorientovat se v současném online prostoru nemusí být vždy snadné, neboť se jedná o velice dynamické a neustále se vyvíjející prostředí. Jen za posledních třicet let se dostupnost informací a možnost vytvářet obsah razantně změnila a mnohonásobně zvětšila. Každý jednotlivec nyní může vytvářet obsah s celosvětovým dosahem i obsah celosvětově čerpat.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Úvod do terminologie

1.1 Kontext

Mediální krajina se od širokého nasazení internetu významně změnila. Nejen díky široké dostupnosti internetu, ale i díky razantnímu vývoji digitální technologie, pronikly tyto fenomény do životů většiny lidí. Díky sociálním sítím nyní mnoho osob tráví velkou část života v kyberprostoru. Tyto změny za posledních 30 let vyvolávají čím dál častější diskuze o mediální výchově a s ní související mediální gramotnosti. (1)

Tato proměnlivá oblast se potýká, podobně jako jiné „mladé“ obory, s potížemi vymezit své hranice a definovat základní pojmy. Instituce, organizace i odborníci mají často rozličné názory. Z těchto důvodů neexistuje celosvětově uznávaná definice ani s ní související repertoár pojmů.

1.2 Definice klíčových pojmů

1.2.1 Mediální gramotnost

V kapitole 2.1 Mediální gramotnost je vysvětleno, proč je třeba použít několik definic.

Přístup evropské komise k mediální gramotnosti: komise se zaměřuje na podporu mediální gramotnosti jako klíčové schopnosti pro digitální věk, která je nezbytná pro ekonomickou konkurenceschopnost, sociální inkluzi a demokratickou angažovanost. Definice a rámec mediální gramotnosti zahrnuje schopnost kritického myšlení, individuální technické dovednosti a schopnost navazovat vztahy prostřednictvím médií. (1)

Společnost Jeden svět na to definují jako souhrn postojů, dovedností, vědomostí týkající se tradičních i digitálních medií, například: schopnost analyzovat mediální informace a zhodnotit relevanci a věrohodnost informací. Schopnost použít bezpečných zásad internetu, ochrany osobních dat, proti kyberšikaně, negativním vyjádřením. Chápat postavení a logiku medií a jejich význam pro demokracii.(2)

RVP pro gymnázia (s účinností od 1. září 2022) definují mediální gramotnost: *„představuje soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ke svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit.“* (3)

Profesor Robert William Kubey definuje mediální gramotnost jako schopnost přistupovat k médiím, analyzovat je, hodnotit a schopnost sdělovat informace v rozdílných podobách. (4) To zahrnuje řadu dovedností a znalostí, které umožňují jednotlivcům kriticky chápat povahu informací, techniku sdělení a dopad formy mediálních sdělení na publikum. Zahrnuje to též znalost vytvářet různá sdělení.

1.2.2 Dezinformace

Mylně je mnoho zpráv označováno za dezinformaci, ale dezinformace musí být vytvořena za nějakým účelem. Stejně jako u mediální gramotnosti i zde je problém s jednotnou

definicí. U nás je tento termín nadužívaný například v politice. Jsou jím označovány názory opozice.

Podle Oxfordského slovníku se jedná „*Forma propagandy zahrnující šíření nepravdivých informací s úmyslem klamat nebo uvádět v omyl.*“ (5)

V přehledovém článku od Tomislav Levak je definován: „*Informace, které jsou nepravdivé a úmyslně vytvořené s cílem poškodit osobu, sociální skupinu, organizaci nebo stát.*“ (6)

České ministerstvo vnitra: „*Pojem „dezinformace“ znamená šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.*“ (7)

1.2.3 Hoaxy

Žurnalista a zakladatel webu Manipulatori.cz, Petr Nutil, definuje hoax takto: „*Podvodná, mystifikační, varovná či žertovná klamná zpráva. Je obvykle nevyžádaná a obsahuje výzvu k dalšímu šíření.*“ (8)

Podle slovníku Cambridge je hoax definován jako „*Plán na oklamání velké skupiny lidí; trik.*“ (9)

V knize "Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích" definují Miloš Gregor a Petra Vejvodová hoax jako „*Nepravdivou informaci, která je vytvořena s cílem klamat a zmást lidi. Hoaxy se často šíří prostřednictvím sociálních médií a e-mailů a typicky mají jeden hlavní znak: nabádají k dalšímu rozeslání a sdílení.*“ (10)

Doc. PhDr. Irena Carpentier Reifová, Ph.D. hoax definuje jako: „*Záměrně vytvořený podvod vydávající se za pravdu.*“ (11)

1.2.4 Misinformace

Ministerstvo vnitra tento termín, který lze volně přeložit jako „mylná informace“ definuje takto: „*Misinformace je nesprávná nebo zavádějící informace, která není šířena ani systematicky, ani úmyslně s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří ji přijímají.*“ (7)

Oxford reference definuje: „*Šíření nepravdivých informací, ať už vědomě (viz dezinformace), nebo nevědomě (doplnění autora: misinformace).*“ (12)

1.2.5 Bullshit

Volně lze tento termín přeložit jako zavádějící, nepřesná, vylhaná nebo falešná prohlášení, či hovorově – kecy. Jsou to informace, které „prostě někdo plácnul“. Alison MacKenzie a Ibrar Bhatt definují bullshit jako přístup: „*Proč se ptát po pravdě, když o ni člověk nestojí.*“ (13) Jedná se o lhostejnost k pravdě. Cílem, ale není správně popsat skutečnost, ale správně ji překroutit ve věrohodnou a pravdivě znějící alternativu. „*Strategií je dosáhnout důvěryhodnosti a podpory požadovaného výsledku cynickými a manipulativními prostředky.*“ (13) (volný překlad)

2 Teoretická část

2.1 Mediální gramotnost

Mediální výchova a s ní související mediální gramotnost hraje čím dál větší roli v našich životech. Ovlivňuje nejen nás, ale i naše rozhodnutí a okolí i celou společnost. Protože určuje, jaký pohled budeme mít na svět. Ovlivňuje i naše mezilidské vztahy, kontakty, zaměstnání. Tento efekt je zesílen v moderní době, kdy může obsah tvořit kdokoli a kdokoli je schopen celosvětového dosahu. Všechny výše i níže zmíněné důvody kladou jeden důležitý požadavek na moderního člověka. Moderní člověk musí být vybaven kritickým myšlením, schopností rozpoznat dezinformace, misinformace a lži na internetu. Kritické myšlení a schopnost rozpoznat dezinformace, a to i v okamžicích, kdy dané zprávy či informace cílí na jeho pocity. Negativní i pozitivní emoce snižují naši schopnost kriticky uvažovat.

2.1.1 Dezinformace

Mezi hlavní platformu pro šíření dezinformací slouží sociální sítě viz v kapitole 2.3 Role sociálních sítí a 2.4 Algoritmy.

S otevřeností a dostupností sociálních sítí může „*produkovat obsah kdokoli, kdykoli, bez nutnosti disponovat financemi, bez požadavku na ověřování informací.*“ (14) Podle profesora Kamila Kopeckého a docenta René Szotkowski se z konzumenta rovnou stává i tvůrce. Možné pole působnosti je opravdu široké – od možnosti tvoření obsahu pro YouTube, Facebook, blogy a různé alternativní weby, až tak i po psaní komentářů. Čtenář musí být pořád ostražitý a tím jsou na konzumenta kladeny velké nároky „*měl by umět posuzovat, které informace jsou pravdivé a které nepravdivé (mediální gramotnost).*“ (14) Toto nejsou reálné nároky pro velkou část populace, která toto posoudit nedokáže a nechá se snadno ovlivnit.

Navíc v mediálním a politickém prostoru je tento termín velice nadužívaný. (15) V politice jej často používá opozice, pokud má opačný názor.

2.1.2 Hoaxy

Hoaxy často využívají emocionální manipulace k dosažení svých cílů. Výzkum ukazuje, že hoaxy jsou navrženy tak, aby vyvolávaly silné emocionální reakce, jako je strach, hněv nebo pobavení, což zvyšuje pravděpodobnost jejich šíření mezi lidmi. (16)

V roce 2018 byla provedena studie publikovaná v časopise Science, která zjistila, že falešné zprávy se šíří rychleji a širší než pravdivé informace. Studie analyzovala data z Twitteru (aktuálně platforma x.com) a ukázala, že nepravdivé zprávy měly o 70 % větší pravděpodobnost, že budou retweetovány (sdíleny) než pravdivé zprávy. (17)

Hoaxy týkající se zdraví vést k nesprávným zdravotnickým rozhodnutím a ohrožení veřejného zdraví. Například hoaxy o očkování mohou vést k poklesu očkovacího pokrytí a následným vypuknutím nemocí. Článek impakt během pandemie COVID-19. (18)

Dalším příkladem je šíření falešných informací během pandemie COVID-19, kdy dezinformace a hoaxy přispívaly k šíření strachu a nedůvěry vůči zdravotnickým autoritám. (19)

2.1.3 Misinformace

Na rozdíl od dezinformací nebyly cíleně vytvořeny, ale jejich tvůrce jim doopravdy věří. Nechce danou společnost, skupinu nebo stát poškodit, ale naopak ochránit. Věří, že má pravdu a tu se snaží šířit. Pokud se misinformace šíří ve velkém a bez fact-checkingu či debunkingu (volně přeloženo jako ověřování faktů a vyvracení (dez)informací) můžou napáchat stejné škody jako dezinformace.

2.2 Mediální gramotnost u učitelů

Přehled výzkumné studie z Olomouce a dalších univerzit a zjištění a závěry z této studie. (20)

Tato bakalářská práce je věnována výzkumu schopností studentů rozeznávat nepravdy na internetu a zmapování názorů studentů na mediální gramotnost jako předmět ve školách. Nicméně pro ucelený obrázek ohledně mediální gramotnosti a školství je třeba věnovat pozornost i názoru pedagogů na výuku mediální gramotnosti a jejich schopnosti rozpoznávat dezinformace. Této problematice se věnoval průzkum Český učitel ve světě médií, za kterým stojí centrem prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a společnost O2 Czech Republic. (20)

Z tohoto průzkumu, kterého se zúčastnilo celkem 2155 pedagogů celé České republiky, vyplývá, že učitelé základních a středních škol pokládají mediální výchovu za důležitou - naprostá většina (91,6 %) učitelů souhlasí s tvrzením, že je mediální výchova důležitá. Překvapivé ovšem je, že ale většina učitelů nevidí jako nutnost vyučovat mediální gramotnost v samostatném předmětu. Nesouhlasí totiž s tím, že se by se časová dotace mediální výchovy měla navýšit na úkor jiných předmětů. S výrokem souhlasilo pouhých 21,1 % učitelů.

Aktuálně mediální gramotnost jako samostatný předmět na školách spíše není vyučována, a pokud ano, věnuje jí čas pouze malé procento pedagogů. Ačkoli 47,01 % oslovených učitelů potvrdilo, že mediální výchovu učí průřezově v různých předmětech, jako samostatný předmět učí mediální výchovu pouze 3,02 % učitelů. Což vede k zajímavému zjištění, že v průzkumu, který byl vyhotoven pro tuto bakalářskou práci, převládá názor studentů, že by mediální gramotnost měl být samostatný předmět a z tohoto průzkumu vyplývá, že se jim ho nedostává. Problémem může být i to, že téměř 80 % (79,95 %) pedagogů uvedlo, že v rámci svého studia (učitelské přípravy) neabsolvovalo předměty zaměřené na mediální výchovu, a tudíž možná nemají nástroje a vzdělání, jak k takovému předmětu přistupovat. Pouze 18 % pedagogů uvedlo, že takto zaměřené předměty během svého studia absolvovalo a pouze 36,89 % respondentů potvrdilo, že absolvovalo seminář či školení ohledně mediální gramotnosti mimo vysokou školu.

Nicméně začíná být zřejmé, že potřeba věnovat se mediální gramotnosti nabývá na intenzitě, neboť i sami učitelé čím dál více ve svých hodinách používají vedle klasických učebnic (z tištěných učebnic čerpá 87,66 % všech učitelů) i moderní nástroje, například internetového serveru YouTube čerpá informace pro výuku 85,66 % respondentů a dalším zdrojem je podle průzkumu Wikipedia (71 %). A tak například i schopnost práce se zdroji začíná být čím dál tím více nutná.

Z průzkumu pak také vyplývá, do jaké míry jsou učitelé schopni rozpoznat dezinformace. Pedagogové měli možnost posoudit pravdivost výroků ze tří tematických celků: Informace a dezinformace o Evropské unii, Informace a dezinformace o pandemii Covid19 a Další informace a dezinformace ze světa.

Z celkového shrnutí hlasování pedagogů o pravdivosti či nepravdivosti nabídnutých tvrzení pak vyplývá, že v průměru 61,14 % českých pedagogů je schopno správně posoudit pravdivost tvrzení. V průměru 15,59 % českých pedagogů uznává, že není schopno dané výroky relevantně posoudit, což je poměrně pozitivní zjištění – pedagogové si uvědomují své limity s ohledem na znalosti a jsou schopni na sobě pracovat. Z průzkumu dále vyplynulo, že 10,41 % českých pedagogů posuzuje pravdivost předložených výroků chybně, věří nepravdivému obsahu, dezinformacím, konspiracím, hoaxům a mýtům. (20)

Je tedy zřejmé, že výuka mediální gramotnosti je velice aktuálním tématem, a to jak pro studenty, tak pro pedagogy. Rapidně se vyvíjející technologické možnosti se promítají do všech oblastí našeho života a pochopitelně tedy i do školství. Tento fenomén s sebou přináší mnohá úskalí, ale i velký potenciál. Informace jsou dostupné pro všechny ve větší míře než kdykoli dříve a pro správné uchopení je potřebná určitá úroveň kritického myšlení. Bez něho mohou sloužit pro i proti našemu prospěchu. (20)

2.3 Role sociálních sítí

Podle výzkumu z roku 2016, přes 90 % lidí čerpá zprávy online a na prvních místech žebříčku hlavních online zdrojů jsou sociální sítě. (21) Pouhé vystavení se zprávám na sociálních sítích významně posiluje šanci dostat se do styku s dezinformacemi a hoaxy. Sílu dezinformací na sociálních sítích dokázala pandemie COVID-19. Toto vystavování se informacím na sociálních sítích může významně ovlivňovat přemýšlení a formování názoru. Tato skutečnost může poté umožnit další šíření těchto informací. Jedná se o velmi podstatný jev, a proto jich zde bude několik rozebráno a popsán jejich algoritmus.

Společnost Meta vlastní několik sociálních sítí mezi ně patří například Facebook a Instagram. Každá z těchto platform je zaměřená primárně na jiné publikum. Instagram využívají ve velké míře adolescenti a mladí lidé. Adolescenti 18-24 let (jsou mezi nimi i mnohem mladší uživatelé, kteří neuvádějí korektně svůj věk) tvoří 32 %. Další významnou skupinou uživatelů jsou lidé ve věku 25-34 let, kteří tvoří dalších 30 %. (11) Facebooku se oslovit adolescenty nedaří a jejich podíl v celkovém počtu uživatelů tvoří 18 % (toto číslo je mnohem přesnější než u Instagramu, který používají ve větší míře děti, které si obvykle pro založení účtu musí vymyslet falešný věk a snižují tím přesnost statistiky. Minimální hranice pro založení účtu je 13 let, ale takový účet je omezen a měl by mít menší šanci narazit na nevhodný obsah). Dospělí ve věku 25-34 pak tvoří 24 % a skupina 35-44 tvoří 19 %. (23) Tento rozdíl ovlivňuje různé kontroverze, kterým obě platformy čelí.

Mezi adolescenty se jedná o jeden z důležitých zdrojů informací, na rozdíl od klasických médií. Jsou zde většinou pasivními konzumenty a informace si nevyhledávají, ale jsou jim předkládány za pomoci algoritmu, který má za cíl udržet uživatele co nejdéle na platformě. Dále se také jedná pro dospívající o důležitý prostředek pro socializaci a trávení volného času. (24)

2.3.1 Facebook

Začátky této sociální sítě sahají k 28. říjnu 2003, kdy Mark Zuckerberg, tehdejší student a nyní spoluzakladatel a hlavní akcionář společnosti Meta, spustil aplikaci zvanou „FaceMash“. Tento projekt, původně zamýšlený jako žert, umožňoval studentům porovnávat fotografie svých spolužáků a hlasovat o tom, kdo vypadá lépe, přičemž výsledky byly řízeny algoritmickým porovnáním. (12) Tento experiment Marka Zuckerberga podnítil založení platformy určené pro studentské profily. V únoru 2004 se zrodil web TheFacebook.com, který byl ke konci roku 2006 přejmenován na Facebook. Co začalo jako síť pro studenty Harvardu, se rozrostlo do globálně užívané platformy Facebook.com. K dnešnímu dni platforma eviduje přes 3 miliardy měsíčně aktivních uživatelů. (25)

Od svého založení se Facebook snažil odlišit od svých konkurentů. Klíčovou inovací, která přilákala a udržela mnoho uživatelů, se stal systém NewsFeed, česky někdy označovaný jako „zed“. Tento systém využívá sofistikovaný algoritmus pro přizpůsobení obsahu uživatelům, vybírá z příspěvků přátel, veřejných i soukromých skupin, stránek včetně těch státních, nezávislých i neziskových. (26) Jeho hlavním úkolem je maximalizovat uživatelské interakce, což vede k delšímu pobytu na platformě a zvýšenému zobrazení placeného obsahu. (27) Vysoká účinnost tohoto algoritmu přinesla Facebooku jak popularitu, tak i kritiku kvůli jeho komplexní a neustále se měnící povaze. Algoritmus často podporuje zobrazování emocionálně nabitých obsahů, včetně těch, které obsahují dezinformace. Facebook, respektive společnost Meta, se tak stává častým terčem politiků, mediálních expertů a široké veřejnosti. Platforma čelila řadě skandálů, včetně zneužívání dat, jak ukázal případ Cambridge Analytica, (28) zasahování do demokratických procesů, šíření dezinformací a úniků dat. (16)

Díky výpovědi bývalé zaměstnankyně víme i o cíleném zneužívání algoritmu. (29) Výpověď také ukázala na ignorování negativních dopadů.

Facebook si je vědom negativních a škodlivých účinků své platformy na společnost (například polarizace společnosti), nebo duševní zdraví uživatelů, přesto však nezahájil žádné nápravné snahy a byl upřednostněn zisk. Algoritmy Facebooku byly nastaveny tak, aby maximalizovaly angažovanost uživatelů, což často vede k šíření kontroverzního, dezinformačního a extremistického obsahu. V některých případech, jako například v Myanmaru, to vedlo k eskalaci násilí a genocidě. (30)

Stejně dokumenty poukázaly i na výše zmiňované šíření politické manipulace. Facebook hrál roli při šíření dezinformací o amerických volbách v roce 2020 a přispíval k politické polarizaci. Po volbách pak společnost začala snižovat některá opatření proti šíření dezinformací, což vedlo k nárůstu škodlivého obsahu na platformě. (29)

Dalším problémem je nerovnoměrná moderace obsahu. Facebook se soustředil na podporu integrity a bezpečnostních systémů především v angličtině, což znamenalo, že v jiných jazycích byly tyto systémy nedostatečné. To mělo závažné důsledky v regionech jako je například Etiopie, kde nedostatek moderace obsahu vedl k etnickému násilí. Tato událost je o to více alarmující, protože jí nebylo zabráněno, ačkoli tyto problémy byly Facebooku nahlášeny místními uživateli. (29).

2.3.2 Instagram

Instagram je aplikace určená pro sdílení fotografií a krátkých videí, která vznikla v roce 2009 díky Kevinovi Systromovi, bývalému zaměstnanci Googlu. V roce 2012 ji odkoupil Mark Zuckerberg za částku 1 miliardy dolarů, čímž se stala součástí společnosti Meta. Od té doby si Instagram uchoval základní prvky svého grafického uživatelského rozhraní, ale postupně byl integrován s Facebookem a dalšími produkty Meta. Od roku 2015 se také zlepšila podpora různých formátů fotografií, což je součástí snahy o konkurenční výhodu, která vedla k odstranění mnoha omezení. Dnes má Instagram více než 2 miliardy aktivních uživatelů měsíčně. (31)

Instagram čelil a čelí velké škále kritiky – jedná se například o propojení se se společností Meta, ale i o negativní dopady na uživatele. Je kritizován neblahý vliv na mentální zdraví dospívajících, šíření stereotypního chování, které může vést k dalšímu ohrožování nejen psychického, ale i fyzického zdraví uživatelů. Přílišné vystavení se nevhodným obsahům může vést k sebepoškozování a v krajním případě i k sebevražedným tendencím. Zároveň bylo zaznamenáno, že ve světě vedlo nadměrné užívání Instagramu ke zvětšení počtu plastických operací, které se snaží pacienta přiblížit co nejbližší ke vzhledu uživatelských filtrů. (32, 33)

Interní průzkumy ukázaly, že Instagram zhoršuje duševní zdraví dospívajících, zejména dívek. Studie zjistila, že 32 % dospívajících dívek, které se cítily špatně ohledně svého těla, se po používání Instagramu cítilo ještě hůře. (29) Řada těchto problémů souvisí s vyhodnocováním obsahu algoritmy, což vede ke standardizaci uživatelů i komplexních problémů.

2.4 Algoritmy

Algoritmy čím dál více zastupují člověka v jeho každodenní práci – slouží k optimalizaci ve výrobě, při navigování pomocí například Google map, nebo při analýze dat uvnitř firem a poté k optimálnímu prodeji. V digitálním světě neslouží pouze k vyhledávání, ale také jsou využívány sociálními sítěmi, kde navrhuji pro konkrétního uživatele obsah, který maximalizuje jeho engagement (viz níže). Výběrem ideálního obsahu je jiný obsah uživateli skryt, a to může vést k tomu, že uživatel skončí v „rabbit hole“ (viz níže). Složité vzorce fungování algoritmů nicméně uživateli nejsou známy a běžný uživatel tak o nich nemusí mít ani tušení. (viz níže Gatekeepers). Například Instagram automaticky aplikuje a nabízí filtry, které vedou k takzvané univerzální a standardní podobě. (34) Uživatel dostává od sociální sítě podobný obsah, což může vést k tomu, že se následně z jeho pohledu jedná o normu. Algoritmy se snaží nabídnout nejjednodušší cestu k obsahu, která je pro uživatele přijatelná. Což přispívá ke standardizaci.

2.4.1 Problematika algoritmů na sociálních sítích

Koncem 90. let doktorky Friedman a Nissenbaum poukázaly na zkreslení dat algoritmy. Zjistily, že cestovní prodejci nabízeli více ty společnosti, které byly mezi prvními na obrazovce, a tím nevědomě znevýhodňovali firmy vespuđu listu. Firmy byly řazeny například podle abecedy, nebo podle dodavatelem preferované společnosti. Celý systém se tvářil jako prostý vyhledávač po zadání kritérií, ale výpis výsledků byl již upraven, a to bez vědomosti daných prodejců. (35)

Obavy z algoritmizace nejsou nové. Algoritmy jsou zakomponovány součástech každodenního života od komunikace, nákupu, sportu až po cílené reklamy a kontroly kvality při výrobě. To vede k otázce, do jaké míry řídí nás i společnost a zda si to lidé uvědomují. Tímto se zabývá algoritmická imaginace, která se snaží porozumět těmto a dalším aspektům, aby bylo lépe chápáno, jak se technologie a lidé vzájemně ovlivňují a jak by mohly být navrženy a implementovány etičtější a spravedlivější algoritmické systémy.

Algoritmy sociálních sítí jsou velmi sledovány a zkoumány. Značnou kritiku sklízí za neautentický obsah. Facebook definuje neautentické **sdílení** obsahu takto: neautentické sdílení obsahu nastává, když stránka uměle zvyšuje počet zhlédnutí nebo zájem, aby zvýšila svou distribuci na Facebooku. Patří sem i koordinované sdílení stejného obsahu napříč zdánlivě různými stránkami nebo vytváření falešných účtů za účelem opakovaného sdílení. (36) Toto sdílení a šíření obsahu zařizují boti. Sociální boti jsou jednoduché automatizované programy, které se vydávají za skutečné uživatelské účty. Mají široké využití od testování, až po úkol šířit a sdílet různé zprávy za účelem finančního, nebo politického zisku a mohou se pokoušet o rozvracení stability státu. Boti sdílí dezinformace, a to vlastními příspěvky, komentáři i diskuzemi. (37) Tím mají na společnost nezanedbatelný vliv. Ten vede k neustálé inovaci mezi vývojáři botů a sociálními platformami.

2.4.2 Algoritmy jako způsob maximalizace zisku

Důvod k používání algoritmů je ekonomický zisk dané společnosti. Další způsob, jak maximalizovat zisk, je integrace jiných společností, nebo skoupení cizích společností. Například Meta, která se snaží poskytnout co nejvíce služeb, vlastní všechny tyto společnosti,

včetně tří chatovacích platforem: Messenger, WhatsApp, Instagram a zmíněné sociální sítě Facebook, Instagram a Threads. Vlastní také Oculus VR, společnost zaměřující se na hardware a software virtuální reality. Pod společnost Meta spadá i společnost Mapillary, která je zatím open-source projektem, s cílem poskytnout komplexní databázi map, která má pomoci při vytváření mapovacího softwaru. Dále Meta vlastní společnosti zaměřující se na VPN (virtuální privátní síť), na detekci obličejů a emocí, na mapování mozku a převedení signálu na obrazovku a společnosti vytvářející hry a mnoho dalších firem. (38)

Kombinace a integrace těchto společností, tvoří atraktivní nabídku pro uživatele. Vytváří nástroje, které dokáží vytvořit komplexní data o uživateli (analytika, cílená reklama atd.). Vše za cílem maximalizovat růst zisku.

K dosažení maximálního zisku potřebují společnosti provozovat a navrhovat algoritmy, které zajišťují běh i efektivní využití služeb. Velká část algoritmů běží najednou a v různém stavu autonomie. Při všech testech musí brát ohled na zpětnou vazbu uživatelů, na kterou mohou reagovat reální zaměstnanci, ale vzhledem k obrovskému množství dat je výhodnější tuto činnost převést na algoritmy.

Dalším cílem platforem je zvýšení aktivity uživatelů, takzvaný engagement, který znovu vede k maximalizaci tržeb. Na sociálních sítích se jako engagement počítá aktivita uživatele – například sledování videí, čtení příspěvků, sdílení, psaní i čtení komentářů, reakce na vše zmíněné například za pomoci like (v česku „to se mi líbí, palec nahoru“) nebo jiných emotikonů.

Příkladem z posledních let je optimalizace Chromu s cílem zvýšení aktivity uživatelů. Google kvůli razantně se zvyšujícímu počtu uživatelů, kteří vyhledávač používají na mobilních zařízeních i uvedl aktualizaci zaměřenou na komfortní prohlížení článků na telefonech. Po aktualizaci začal prohlížeč upřednostňovat stránky, které byly pro toto zobrazování optimalizovány. (39) Tím dosáhl Google cíle maximalizovat zisk a optimalizovat zážitek. Tato úprava algoritmů za cílem zvýšení engagementu s sebou přináší mnoho problémů. Například již výše zmíněná Cambridge analytika (28) nebo kniha *An ugly truth* (40) podhalila vnitřní procesy a jaké následky mohou mít optimalizace na šíření dezinformací. Odhalila dosah a dopad na politické i společenské procesy, které způsobily algoritmy nezáměrně upřednostňující emociální obsah, který je z části spojen s nepravdivými informacemi.

2.4.3 Testování algoritmů

Všechny změny algoritmů jsou testovány, jenom za rok 2022 Google provedl přes 13 tisíc experimentů, z toho najednou mohla běžet i 1/10 všech experimentů. K tomu provedl 894660 vyhledávacích testů, z toho 148000 bylo provedeno za pomoci side-by-side (vedle sebe) testů. Při kterých hodnotitel uvedl, kterou variantu preferuje (výsledky vyhledávání, které měly implementovanou změnu a ty beze změn). Důležitou součástí těchto testů je, aby uživatel nevěděl, že je součástí testování a jaká změna se na něm testuje. Za pomoci metody *„split testing, je metoda zkoumající použitelnost různých (nejen) digitálních produktů. Jedná se o efektivní prostředek k navýšení konverzí, zlepšení uživatelského zážitku i zdokonalení marketingové strategie. Princip fungování A/B testů je postaven na vytvoření dvou variant, které jsou předkládány určitému vzorku uživatelů.“* (41)

„Můžete tak například vytvořit dvě verze webu, jež se budou lišit pouze nějakým prvkem, třeba rozmístěním nebo volbou obrázků. Každý z nich zobrazíte vybrané skupině návštěvníků a po nasbírání dostatečného množství dat vyhodnotíte, která z variant byla úspěšnější, respektive, kterou návštěvníci nebo uživatelé lépe přijali.“(41) K tomuto stylu

testování je Google ideálně vytvořen a má i vlastní nástroj Google Analytics, který využívají externí firmy pro testování. Profesor David E. Silva ve své práci argumentuje, že část uživatelů seznámených s fungováním algoritmů, může svojí znalostí zvýšit mediální gramotnost a své kompetence k jejich používání. (42)

2.4.4 Standardizace

Všichni uživatelé a všechny jejich činnosti jsou kategorizovány. Tato data jsou převedena do zpracovatelných informací. Mezi tato data patří například založení profilu a vyplnění základních informací jako věk, místo bydliště, studované školy a mnoho dalších předvyplněných informací, které se dají jednoduše kategorizovat a dopomáhají vytvořit standardizovaný profil uživatele. Jeho virtuální profil jej zastupuje a je využíván pro marketingové účely, lepší cílení reklam i obsahu jako například v už dříve zmíněném NewsFeedu. Tento zjednodušený obraz o uživateli je propojen s ostatními profily, které spadají do podobné kategorie. Celý mediální obsah, komplexní sociální vztahy, komunikace a interakce jsou převedeny na jednoduché parametry a propojeny mezi podobnými profily a poté algoritmicky vyhodnoceny.

2.4.5 Rabbit holes a echo chambers

Rabbit holes (název králičí nory je inspirován pohádkou Alenka v říši divů), například na platformě YouTube, jsou vytvářeny jeho algoritmem doporučení, který může navrhovat smyčky sporného a konspiračního obsahu, který utvrzuje daného člověka v jeho názorech. To vytváří začarovaný kruh, kdy jsou uživatelé neustále vystavováni stále extrémnějšímu obsahu, což dále upevňuje jejich pohled na danou věc. (43) Ohledně síly tohoto jevu se vedou u YouTube platformy spory. Síla efektu rabbit holes či echo chambers se musí u jednotlivých platform posuzovat jednotlivě. Například stejný jev (rabbit holes) existuje i u TikToku, ale jeho síla je jiná. Specifikum TikToku je i to, že musí být posuzovaná lokální verze. Čínská verze TikToku od ByteDance se od zbytku světa razantně liší.

Echo chambers je prostředí, ve kterém se názory, politické směřování nebo přesvědčení uživatelů o určitém tématu posilují díky opakovaným interakcím s vrstevníky s podobnými sklony a postoji. Tito uživatelé mají tendenci gravitačně směřovat k informacím, které podporují jejich přesvědčení, a zapojují se do společné diskuze, kde se dále prohlubuje jejich přesvědčení. (44)

Zákaz problematických uživatelů nebo stránek nemusí být ideálním řešením a může vést ke výše zmíněným echo chambers. Toto se například stalo v případě Infowars, krajně pravicového konspiračního webu, jehož majitel byl zakázán na Facebooku, Twitteru a YouTube, ale získal velkou podporu (více než 200 tisíc sledujících) na Gab. Na jedné straně jeho zákaz snížil celkový počet uživatelů vystavených hraničnímu obsahu buď náhodně nebo algoritmicky. Na druhé straně tato událost mohla přispět k radikalizaci jeho původního publika a indukovat jejich migraci do ještě více polarizovaného prostředí. Bylo pozorováno, že přítomnost regulačních politik hraje důležitou roli při formování, vystavení lidí pochybnému obsahu. Srovnáním regulovaných a neregulovaných sociálních médií, konkrétně Twitteru a Gab, bylo prokázáno, že přítomnost moderování na Twitteru významně snížila pochybný obsah, což vedlo k větší afiliaci k důvěryhodným zdrojům v oblasti zapojení a komentářů. Naopak nedostatek přesné regulace na Gab (sociální síť pro extrémní pravici) vedl k tendenci uživatelů zapojovat se do obou typů obsahu, přičemž vykazovali preferenci k pochybnému



obsahu. (43) Dalším příkladem je The Truth vytvořený Donaldem Trumpem. Tyto sítě mají vlastnosti echo platforem a celý jejich obsah lze považovat za problematický.

2.5 Konspirační myšlení

Je třeba rozlišit pojmy konspirační teorie a konspirační myšlení. Pokud si osoba osvojila takzvané konspirační myšlení, je mnohem náchylnější k uvěření konspiračním teoriím. Taková osoba má totiž zpravidla podezřívavý pohled na svět a tato nedůvěřivost, poté zapříčiňuje, že se ztotožňuje s konspiračním narativem.

Lidé s konspiračním myšlením mají tyto vlastnosti: Dokáží věřit i několika navzájem si odporujícím konspiračním teoriím. Například, že princezna Diana předstírala svou smrt a současně, že byla zavražděna. Lidé s konspiračním myšlením jsou natolik vyhrzeni proti oficiální verzi, že věří prakticky čemukoliv jinému. (45) Jejich extrémní skepticismus jim brání uvěřit čemukoliv jinému než tomu, co souhlasí s konspirační teorií. Jsou přesvědčeni, že za oficiální verzí je vždy něco nekalého. Jsou přesvědčeni, že něco musí být vždy špatně a nevěří, že by se cokoliv mohlo dít nahodile. Za vším je plán a spiknutí. Sebe vnímají jako bojovníky proti systému a utlačování a současně jako oběť pronásledování. Fungují na principu, že čím více existuje důkazů proti konspiraci, tím více se spiklenci snaží schovat své spiknutí. Tím podporují svojí konspirační teorii a o to více se snaží okolí o své pravdě přesvědčit. (46)

Viz tabulka níže rozlišující konvenční myšlení a konspirativní.

Konvenční myšlení	Konspirační myšlení
Zdravá skepse	Silná podezřívavost
Reakce na důkazy	Imunita vůči důkazům
Reakce na důkazy	Rozporuplnost
	
Skutečné spiknutí	Smyšlené spiknutí

Tabulka 1 (46)

Konvenční moudrost naznačuje, že sociální média, zejména když jsou používána autoritářskými mocnostmi se zákeřnými cíli, činí občany demokratických zemí zranitelnými vůči psychologickým vlivovým kampaním. Takové obavy však přehlížejí predispozice mezi příjemci falešných tvrzení, kteří mají tendenci odmítat (nebo schvalovat) konspirační narativy. Ve všech zemích jsou jednotlivci, kteří obecně vnímají svět konspiračním pohledem, náchylnější k důvěřování dezinformacím souvisejícím s válkou. Přijímání zpráv prostřednictvím YouTube, Facebooku nebo TikToku je také spojeno s větší vírou v ruské narativy ospravedlňující invazi v několika zemích, ale tyto vztahy jsou slabší ve srovnání s těmi pozorovanými u konspiračního myšlení. (47)

Průzkum ohledně konspiračního myšlení vycházel z 19 zemí a sbíral anonymní odpovědi. Zkoumal, do jaké míry evropská veřejnost schvalovala dezinformace související s ruskou invazí na Ukrajinu dva měsíce po začátku války. Zjistili, že přestože sociální média jsou obecně považována za silný prediktor schvalování dezinformací, tak hlavním zjištěním studie je, že víra v ruské sponzorované dezinformace má především psychologické základy. Konspirační myšlení ukazuje, že schvalování (a potenciálně i šíření) dezinformací je soustředěno na menšinu občanů, ale poskytuje současně náhled na identifikaci této menšiny: jsou to lidé se silným konspiračním pohledem na svět – ne nutně starší uživatelé (kteří jsou více skeptičtí proti Ruské federaci). (47)

Vzorek nebyl plně reprezentativní pro Evropskou unii, protože vylučoval několik členských států EU včetně Slovenské republiky (47), ve studii je **chybně uvedeno Maďarsko**, které je součástí zkoumaných zemí.

PRAKTICKÁ ČÁST

3 Výzkumná část

3.1 Výzkumné dotazy

Část výzkumných otázek byla vytvořena za pomoci nejnovější výroční zprávy od BIS (bezpečnostní informační služba) z roku 2022, (13) která informuje o aktuálním stavu dezinformací a konspirací v České republice. Dále jsem se inspiroval výzkumnou zprávou Český učitel ve světě médií, kterou vytvořili Kamil Kopecký, René Szotkowski, Dominik Voráč, Klára Mikulcová a Veronika Krejčí za pomoci O2 Czech Republic a Univerzity Palackého v Olomouci. (18) Otázky jsem z tohoto výzkumu přímo nepřebíral. V roce 2024 mi již nepřišly relevantní a myslím, že pro zkoumanou věkovou kategorii by se často jednalo o neznámou informaci. V neposlední řadě jsem čerpal z projektu iRozhlasu a výzkumného institutu SYRI, který vytvořil zprávu nazvanou „Společnosti nedůvěry“ o dopadu dezinformací na společnost v Česku. (46)

V dezinformačním prostředí převládaly narativy o válce na Ukrajině. Dezinformátoři po ruské invazi přešli od tématu covid-19 k podpoře Ruské federace a kritice Spojených států amerických, Evropské unie a NATO, často propojující válku se sociálními problémy, jako je nárůst cen a podpora uprchlíků. Snažili se vykreslit ČR jako nesuverénní stát pod vlivem cizích zájmů. I přes zásahy proti některým webům se jejich návštěvnost rychle obnovila a zůstaly pro část občanů pravidelným zdrojem informací. (13)

Některé otázky byly formulovány v neformálním stylu, který odráží způsob, jakým se informace často objevují na internetu nebo jsou sdíleny na sociálních sítích. Tento přístup byl zvolen záměrně, aby lépe simuloval reálné prostředí, ve kterém se studenti s informacemi setkávají. Neformální a kolokviální způsob prezentace informací je na platformách jako Facebook, Twitter nebo Instagram velmi běžný, a studenti tak musí být schopni rozpoznat a kriticky vyhodnotit i takto podané informace. Využití takových otázek ve výzkumu také pomáhá odhalit, jak jsou studenti vybaveni pro rozpoznávání potenciálně zavádějících nebo falešných informací v prostředí, kde je formální a autoritativní obsah často míchán s osobními názory a neověřenými tvrzeními.

Rozdělení otázek do specifických kategorií při vyhodnocování umožňuje prozkoumat tendence a vzorce v odpovědích studentů. Cílem tohoto přístupu je identifikovat, zda existuje korelace mezi důvěřováním určitým nepravdivým tvrzením a sklonem k důvěřování jiným podobným, nebo souvisejícím dezinformacím v rámci téže kategorie.

Při tvorbě otázek jsem předpokládal, že odpovědi v jednotlivých kategoriích budou relativně konzistentní. To znamená, že studenti, kteří vyjádří souhlas s jedním nepravdivým tvrzením, pravděpodobněji přistoupí k souhlasu i s dalšími nepravdami ve stejné kategorii. Tato domněnka vychází z poznatků o kognitivních zkresleních a efektu skupinové soudržnosti, kde jedinci mají tendenci přijímat informace, které se shodují s jejich předchozími přesvědčeními, nebo s názory jejich sociální skupiny.

Následují ukázky tvrzení, se kterými se studenti v dotazníku mohli setkat.

Zdraví

- „Vysílače 5G sítí významně škodí lidskému zdraví.“
- „Jídlo ohřívané v mikrovlnné troubě je zdraví škodlivé.“

COVID-19

- „Informace o závažných škodlivých důsledcích očkování proti COVID-19 jsou cíleně zamlčovány.“
- „Očkování proti COVID-19 snižuje smrtelnost.“

Rusko

- „Rusko bylo dotlačeno do války na Ukrajině kvůli nepřátelskému chování států NATO.“
- „Rusko vede v ČR informační válku (cílené šíření dezinformačních zpráv atd.).“
- „Na Ukrajině je válka.“

Vláda

- „Pětikoalice v čele s Petrem Fialou chce zrušit volno pro studenty během 1/2 státních svátků.“
- „Vláda ČR chce zavést pracovní povinnost pro studenty od 18let.“

Konspirační myšlení

- „Svět ve skutečnosti řídí skryté elity, které jsou mocnější než jednotlivé vlády, politici jsou jejich loutkami.“
- „Nelegální migrace z afrických zemí je organizovaná akce, která má vést k ovládnutí Evropy míšeneckou rasou.“
- „Očkování proti covid-19 je součástí plánu na celosvětové snížení počtu lidí na zemi.“

Všeobecné mínění

- „Aktuálně zažíváme globální oteplování, které je způsobeno lidskou činností.“
- „Ukrajinci berou Čechům práci.“
- „EU zakázala výrobu benzinových a naftových aut od roku 2035.“
- „Za atentát na Roberta Fica může opozice.“

Kontrolní otázka

- „V Číně panuje demokracie.“

Mediální gramotnost

Dále mně zajímaly názory studentů, zda si myslí, že výuka mediální gramotnosti je důležitá. Jejich názory jsem zjišťoval těmito otázkami:

- „Myslíte si, že by měla být větší pozornost věnována vzdělávání o mediální gramotnosti a rozpoznávání dezinformací ve školách?“
- „Myslíte si, že vzdělávání o mediální gramotnosti by mělo být součástí školních osnov?“
- „Myslíte si, že mediální gramotnost by měl být samostatný školní předmět?“

Následující otázky měli za úkol zjistit odkud studenti čerpají informace a zda aktivně sledují českou nebo mezinárodní politickou scénu.

- „Sledujete aktivně českou či mezinárodní politickou scénu?“

V následující otázce měli studenti vybrat z možných variant a případně v další otázce doplnit jiný zdroj.

- „Odkud čerpáte informace, zprávy, a to jak pasivně, tak i aktivně?“

Například: „Twitch, Instagram, TikTok, Facebook, Zpravodajské weby, Rádio, Noviny, ChatGPT či jiný 'AI' model, Wikipedie, Dokumenty (HBO, Netflix atd.) Různé výsledky internetového prohlížeče Google, DuckDuckGo...“

3.2 Metodologie výzkumu

Pro vypracování praktické části této práce byl použit dotazník od společnosti Alphabet Inc. Jednalo se o kvantitativní typ průzkumu, kdy byly dotazovaným předloženy sady několika otázek.

Část otázek se vztahovala k subjektivnímu sebehodnocení recipientů – kupříkladu jestli si sami myslí, že jsou schopni rozpoznat dezinformace, a další část přímo testovala jejich reálné rozpoznávací schopnosti.

Dotazovaní měli možnost zvolit odpověď určitě ano, spíše ano, tak napůl, spíše ne, určitě ne a nevím. Za správnou odpověď bylo pak považováno určitě ano i spíše ano, v případě, že správná odpověď byla kladná. V opačném případě, pokud byla korektní odpověď záporná, pak bylo jako správná odpověď považováno ne, i spíš ne.

Další sada otázek se vztahovala k diskusi ohledně zavedení mediální gramotnosti jako samostatného předmětu na školách. V těchto případech pak pochopitelně nebyly odpovědi klasifikovány jako správné či nesprávné.

Součástí dotazníku byly i otevřené otázky, kde se mohli studenti dobrovolně rozepsat, z jakých zdrojů čerpají informace, pokud jim nevyhovovaly výše uvedené příklady.

Dotazník byl distribuován učiteli středních škol a odborných učilišť přímo mezi studenty. Kromě instrukcí přímo v úvodu dotazníku obdrželi studenti instrukce pro vyplnění i přímo od učitelů. Pro relevantnost výzkumu bylo zajištěno, aby byla, pokud možno, rovnoměrně zastoupena obě pohlaví a všechny věkové kategorie v rámci tohoto stupně vzdělávání.

Recipientům byly otázky zobrazeny v náhodném pořadí, aby se předešlo zkreslení dat. (47) Dotazník byl dostupný pouze v elektronické podobě, neboť výhody tohoto typu dotazníku převažovaly nad výhodami dotazníku v papírové podobě.

První z výhod bylo zjednodušení komunikace, dotazník mohl být sdílen online a přístupný byl díky odkazu. Díky této volbě, bylo i následné zpracovávání dat zjednodušeno. Data z dotazníku se automaticky přenášela do tabulky Excel. Tento proces průběh zpracování zefektivnil, a zároveň snížil šance vzniku chyby lidským přičiněním.

Elektronická podoba dotazníku zároveň také umožňuje předcházet zkreslení dat způsobené percepčními vadami. Elektronický dotazník umožňuje, aby byly otázky respondentům zobrazovány v náhodném pořadí a zabránilo se tak několika druhům nežádoucích efektů. Jedná se například konkrétně o efekt kontextu, kdy respondent na základě zodpovězení jedné otázky může reagovat na nadcházející otázku jinak, než kdyby prve odpovídal na jiný druh otázky. Další efekt, kterého je třeba se vyvarovat, je efekt konzistence, kdy se respondenti mohou snažit raději zachovat kontinuitu ve svých odpovědích, než aby odpovídali po pravdě. Tím, že jsou kladeny otázky v náhodném pořadí, je tomuto jevu zabráněno. A v neposlední řadě náhodné pořadí otázek v elektronickém dotazníku umožňuje vyvarovat se efektu primárnosti a závěrečnosti. První a poslední otázky totiž častěji utkví v paměti a je tak možné, že by mohly mít na další odpovědi značný vliv.

4 Výsledky

4.1 Popis základních charakteristik respondentů

V dotazníku studenti mohli volit z možností: „Určitě ano, spíše ano, tak napůl, spíše ne, určitě ne a nevím“. Vzhledem k malému počtu respondentů a jednoduchým formulacím otázek, jsem zvolil možnost, že v procesu vyhodnocování budou odpovědi „určitě ano, spíše ano“ a „spíše ne, určitě ne“ spojeny do jedné odpovědi, celkově nazvané „správná odpověď“ a „špatná odpověď“.

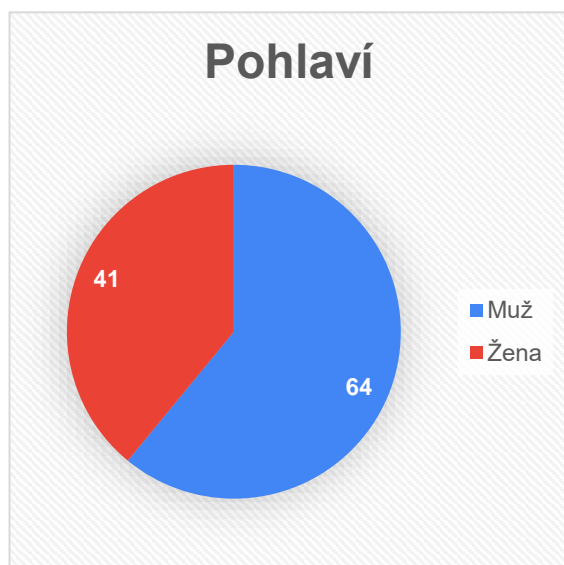
4.1.1 Demografické údaje (věk, pohlaví, typ školy)

Dotazník, který je součástí této bakalářské práce, vyplnilo celkem 105 studentů. Průzkumu se zúčastnili studenti ze Střední uměleckoprůmyslové školy keramické a sklářské v Karlových Varech a studenti ze Střední školy elektrotechniky a strojírenství v Praze. Díky volbě dvou odlišně zaměřených škol bylo dosaženo názorové diverzity a diverzity v zaměření respondentů.

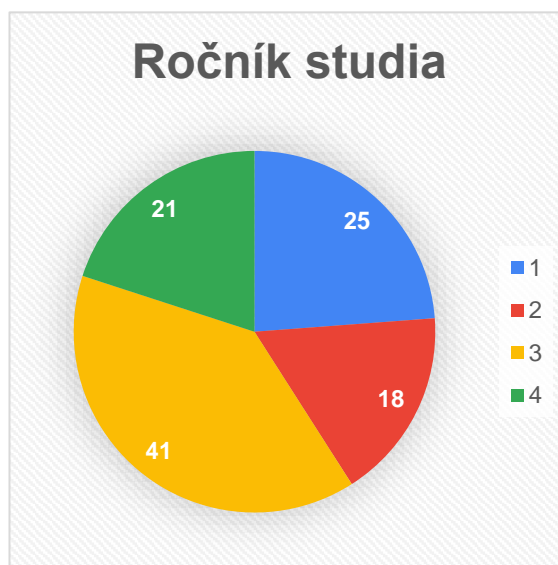
Dotazník byl dostupný od 31. května do 12. června 2024.

Průzkumu se zúčastnilo celkem 41 žen a 64 mužů. Následně měli respondenti ještě možnost zvolit gender, přičemž s touto nepovinnou otázkou nebylo pracováno a odpovědi se nelišily od údajů v občanském průkazu.

Na věk nebyli studenti dotazováni, místo toho poskytli informaci, v jakém ročníku studia se právě nacházejí. Skupiny respondentů byly napříč ročníky poměrně vyvážené, v prvním ročníku studovalo 25 účastníků průzkumu, ve druhém 18, ve třetím 41 a ve čtvrtém 21.



GRAF 1: ZASTOUPENÍ JEDNOTLIVÝCH POHLAVÍ



GRAF 2: ZASTOUPENÍ JEDNOTLIVÝCH ROČNÍKŮ

Další otázky demografického charakteru nebyly v dotazníku zahrnuty, z důvodu irelevance. Všichni dotazovaní spadají do kategorie studující. Studentům též nebyla položena otázka ohledně jejich národnosti, neboť tato informace není pro tento výzkum podstatná.

Studenti též nebyli tázáni, na jaké škole studují, aby byla zachována maximální anonymita odpovědí a vše bylo v souladu se zásadami ochrany osobních údajů GDPR.

4.1.2 Rozpoznání dezinformací

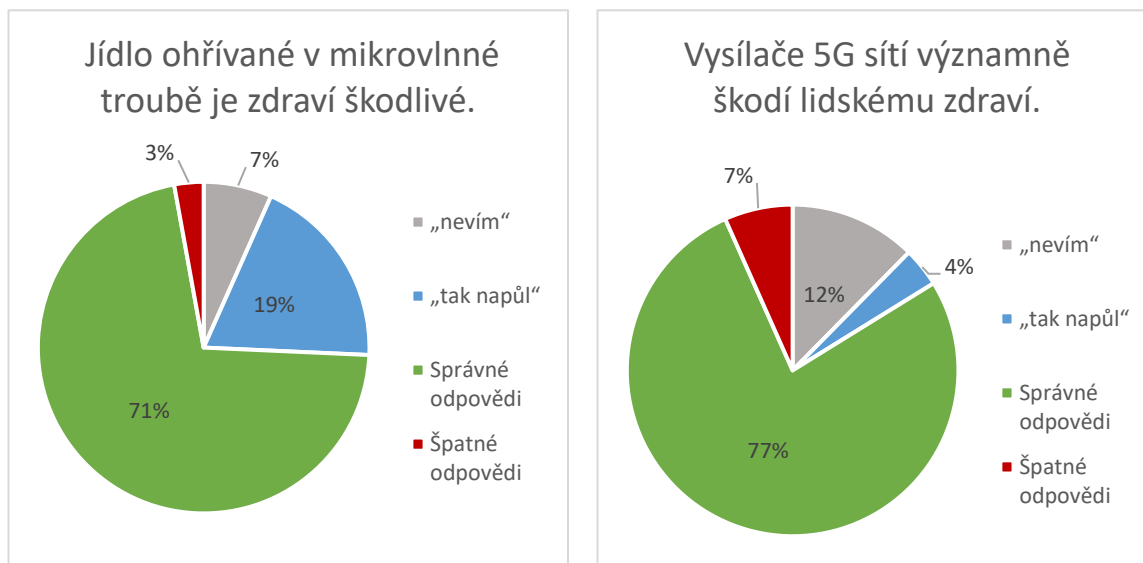
V této sekci otázek byla studentům předkládána různá tvrzení a bylo na nich, aby rozhodli o jejich pravdivosti. Cílem bylo zjistit, jak dobře dokáží studenti identifikovat pravdivé informace a rozlišovat je od nepravdivých. Následující grafy zachycují poměry odpovědí studentů a ukazují, jak si vedli v různých tematických oblastech. Zpracovaná data jsou prezentována prostřednictvím vizualizace, která ilustruje procentní rozdělení správných a nesprávných odpovědí v jednotlivých kategoriích. Každý graf je doprovázen krátkým vysvětlením, které zdůrazňuje klíčové zjištění a poskytuje kontext pro lepší pochopení výsledků.

Studenti si v různých kategoriích otázek vedli různě. Například v kategorii „zdraví“ bylo schopno rozpoznat dezinformaci téměř vždy alespoň 70 % dotazovaných. Oproti tomu například v kategorii „vláda“ si studenti nebyli tak jistí. Procento správných odpovědí bylo menší, ve dvou případech se pohybovalo jen okolo 50 % procent. Velký počet odpovědí „nevím“ byl správnou reflexí ze strany studentů, což ukazuje na jejich schopnost uznat vlastní nejistotu v oblastech, kde nemají dostatečné informace. Toto rozhodnutí je obzvláště důležité v kontextu dezinformací, kde schopnost přiznat si, že „nevím“, může zabránit šíření nepravdivých informací.

Tvrzení ve výzkumu jsem záměrně navrhl (viz graf 10 & 11) tak, aby byla apolitická a aby ovlivnění odpovědí politickým přesvědčením žáků bylo minimalizováno. Cílem bylo zajistit, že odpovědi žáků budou co nejobjektivnější a nebudou zatížené politickým kontextem, který by mohl zkreslit výsledky. Tyto vymyšlené zprávy reflektují obecnou nespokojenost s vládou, která existuje bez ohledu na to, která politická strana je u moci. Tento jev je běžný ve většině demokratických společností.

4.2 Analýza dat

Nepřímé výroky o ve výše zmíněné kategorii zdraví



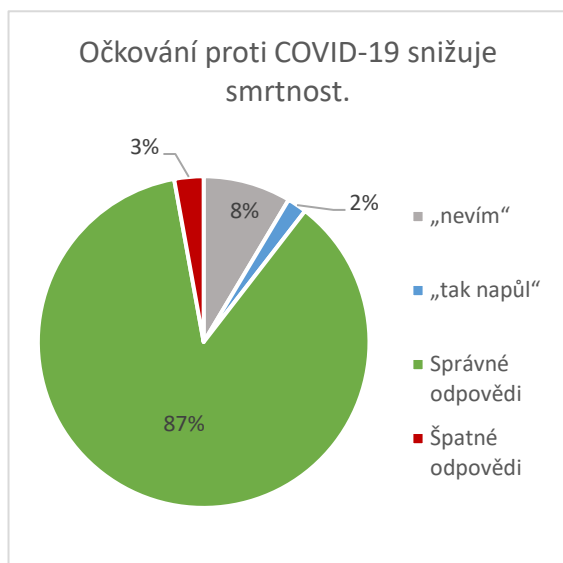
GRAF 3: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE ZDRAVÍ

GRAF 4: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE ZDRAVÍ

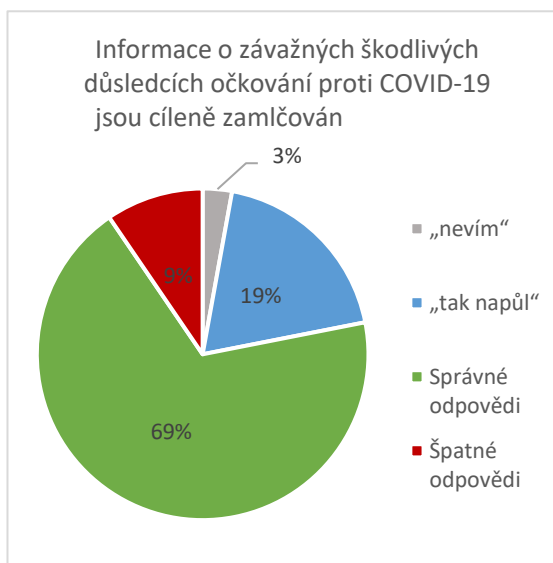
Nepřímé informace, hoaxy mají na sociální sítích tendenci mířit na pocity čtenáře. Vyvolat v něm strach například o jeho zdraví. Snížit tím jeho schopnost kritického myšlení. Kospirační teorie „Vysílače 5G sítí významně škodí lidskému zdraví.“ byla podpořena i pandemií COVID-19, se kterou i byla částečně zmiňována. S informací souhlasilo pouhých 7 % a většina studentů zvolila odpověď „spíše ne“ než „určitě ne“. Vysoká hodnota správných odpovědí může souviset s tím, že minimálně polovina studentů pocházela z technického oboru, který má k těmto technologiím velice blízko.

S tvrzením „Jídlo ohříváné v mikrovlnné troubě je zdraví škodlivé.“ souhlasily pouhé 3 % žáků, ale 7 % nevědělo a 19 % zvolilo „tak napůl“. Necelých 20 % považují za velmi vysoké číslo u takto nekontroverzní informace. Bez diskuse s těmito respondenty se neodvažují tuto informaci hodnotit. Někteří dotazovaní mohli mít na mysli spíše průmyslově zpracované potraviny, které často stačí pouze ohřát v mikrovlnné troubě a jsou zdraví škodlivé, než aby považovali mikrovlnné záření za škodlivé a upravující jídlo. K těmto závěrům docházím kvůli velké části odpovědí „tak napůl“ než odpovědí „spíše ano“ či „určitě ano“, které bych s tímto tvrzením očekával.

COVID-19



GRAF 5: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE COVID-19

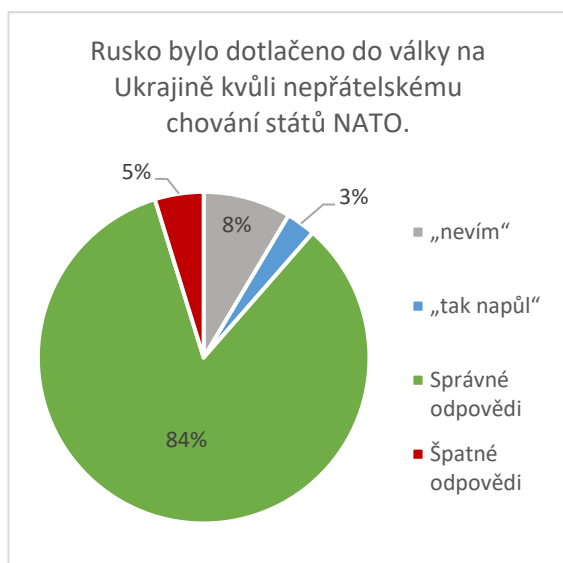


GRAF 6: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE COVID-19

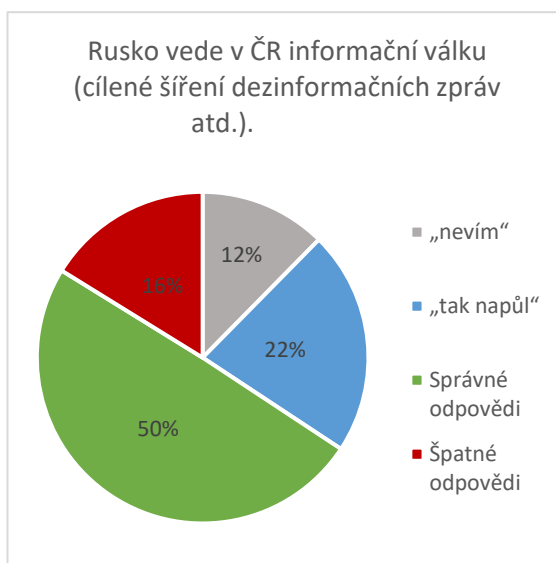
I přesto, že se pro mladého člověka jedná o poměrně dávnou minulost, konkrétně pokud hovoříme o studentech prvního ročníku střední školy, kterým mohlo být v době pandemie 12 let, tak alespoň třetina žáků si nepravdivé informace stále pamatuje a souhlasí s nimi, nebo si myslí, že je na nich něco pravdy. Tvrzení „Informace o závažných škodlivých důsledcích očkování proti COVID-19 jsou cíleně zamlčovány.“ ukazuje na velmi špatnou strategickou komunikaci státu, která byla často zmatečná. Řečníci si protiřekli ještě na té samé tiskové konferenci. Bezpečnostní informační služba České republiky neměla v té době legální prostředky pro boj s dezinformacemi a hoaxy. Například blokování stránek nebylo legislativně možné a bylo potřeba domluvit se s provozovateli stránek a ti dobrovolně dané webové stránky zablokovali. Ani v době psaní této práce neexistuje legislativní rámec, který by toto umožňoval.

Co se týče tvrzení „Očkování proti COVID-19 snižuje smrtelnost.“, tak si žáci vedli lépe. V tomto případě nepovažuji 1/10 nesprávných či nerozhodných odpovědí za zanedbatelnou. Pokud by 1/10 populace odmítala očkování, tak nám hrozí další pandemie. Viz nedávné (roku 2023/2024) rozšíření černého kašle. (48)

Ruské dezinformace



GRAF 7: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE DEZINFORMAČNÍHO PŮSOBENÍ RUSKA



GRAF 8: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE DEZINFORMAČNÍHO PŮSOBENÍ RUSKA

I přes poměrně slabý přehled o tom, že „Rusko vede v ČR informační válku (cílené šíření dezinformačních zpráv atd.)“, který by pravděpodobně mohl být zlepšen zvýšením časové dotace na mediální výchovy a ideálně zavedením samostatného předmětu, se u nás ruským dezinformačním zprávám zatím výrazně nedaří a žáci si vedli dobře při rozkrývání válečné propagandy. Žáci nemají pochyb o probíhající válce na Ukrajině.

Zato u otázky „Rusko bylo dotlačeno do války na Ukrajině kvůli nepřátelskému chování států NATO.“ celých 8 % žáků „neví“, jestli na to neměly vliv členské státy NATO. Myslím, že na tuto odpověď má vliv nedostatek vyučování moderních dějin, respektive malá časová dotace na školách a hlavním důvod není vliv Ruské propagandy. (49)

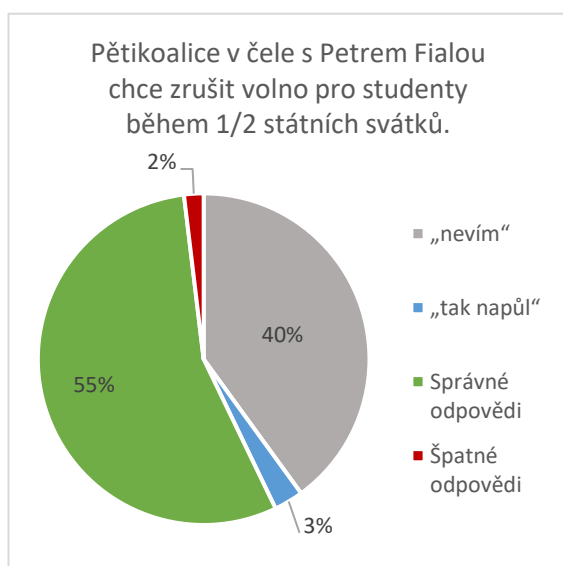
Z výzkumu zabývajícím se konspiračním myšlením (34) vyplývá, že čeští občané jsou velmi vysoko v žebříčku konspiračního myšlení v evropské unii. Toto z odpovědí studentů nevyplývá. Což může být špatně zvolenými otázkami, nebo věkem respondentů.



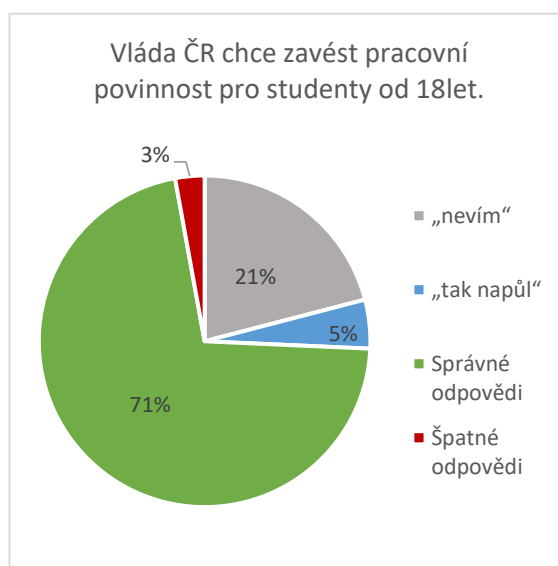
GRAF 9: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE VÁLKY NA UKRAJINĚ

S tímto tvrzením „Na Ukrajině je válka.“ Skoro všichni studenti souhlasí. 1 % studentů, které zvolilo jinou odpověď je možné brát jako chybu ve vyplňování dotazníku nebo cíleně špatné zvolení odpovědi.

Vláda



GRAF 10: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE ČESKÉ VLÁDY

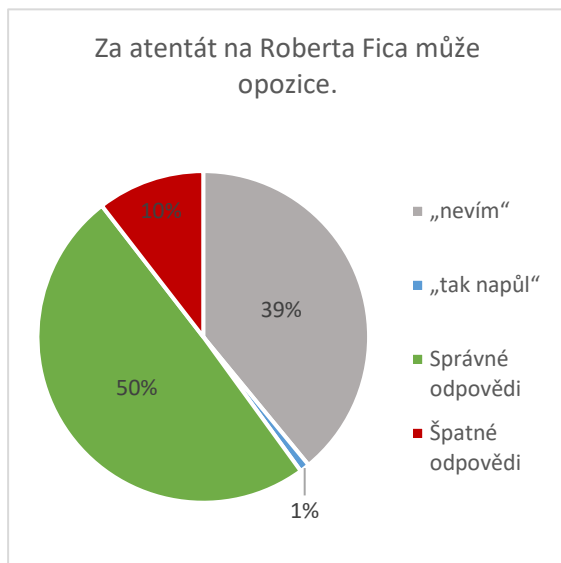


GRAF 11: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE ČESKÉ VLÁDY

Tato tvrzení jsem záměrně navrhl tak, aby nebyla založena na žádné pravdivé či nepravdivé informaci.

Přes 90 % studentů odpovědělo správně. Že se jedná o nepravdivou informaci vědělo u první otázky 55 % a u druhé otázky 71 % žáků. Dále pak 40 % žáků u první otázky a 21 % žáků u druhé otázky správně zvolilo „nevím“, protože se s danou informací setkali poprvé.

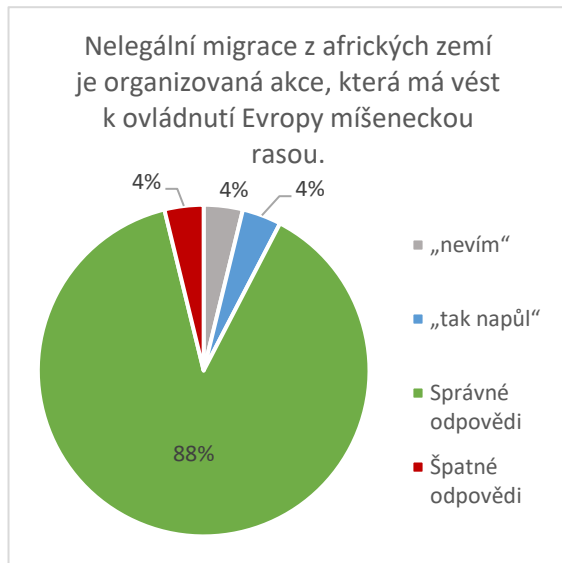
Schopnost přiznat si, že o dané informaci nic neví, je velmi důležitá součástí kritického myšlení a mediální gramotnosti.



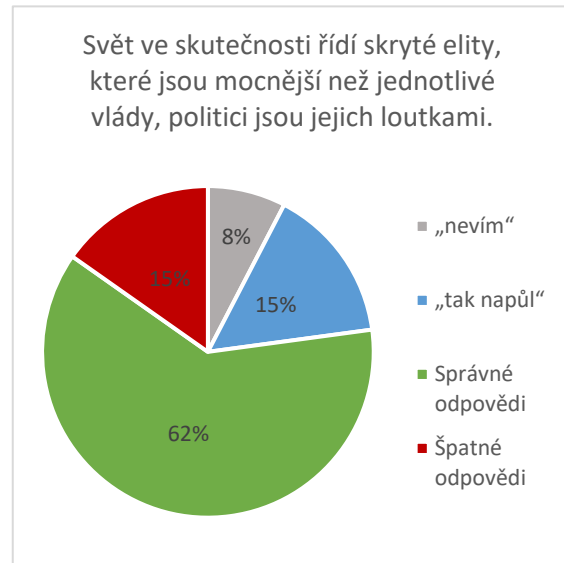
GRAF 12: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE OHLEDNĚ SOUČASNÉ SLOVENSKÉ VLÁDY

Se stanoviskem „Za atentát na Roberta Fica může opozice.“ souhlasí přes 10 % žáků. Toto číslo je velmi vysoké s porovnáním 39 % odpovědí „nevím“. Slovenská politika není žáky středních škol pravděpodobně velmi sledována, ale i přesto 1/10 žáků věří dezinformaci, kterou podpořila a šířila Ruská federace během prvních desítek minut po incidentu. 39 % odpovědí „nevím“ je správná sebereflexe většiny žáků o informaci ke které pravděpodobně nic více neslyšeli.

Konspirační myšlení



GRAF 13: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE NELEGÁLNÍ MIGRACE Z AFRICKÝCH ZEMÍ

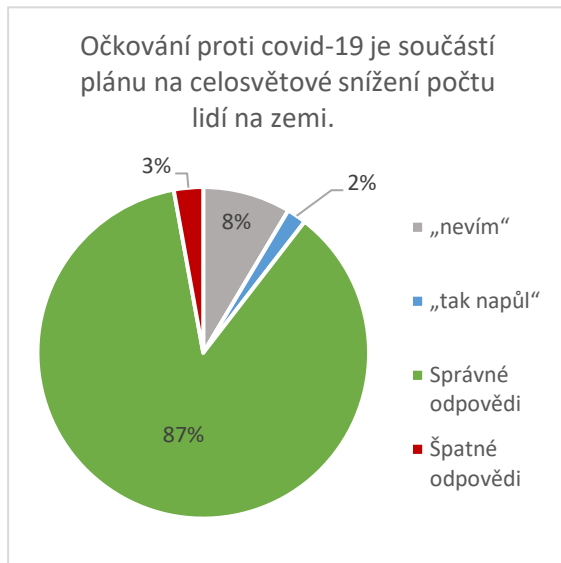


GRAF 14: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE KONSPIRAČNÍCH TEORIÍ O SKRYTÝCH ELITÁCH A JEJICH PLÁNECH

I přes stáří této dezinformace „Nelegální migrace z afrických zemí je organizovaná akce, která má vést k ovládnutí Evropy míšeneckou rasou.“ s ní 8 % žáků souhlasí nebo si aspoň myslí, že na ní je něco pravdy. 88 % žáků odpovědělo správně, ale dá se předpokládat, že většina žáků se s touto dezinformací z roku 2015 nesetkala.

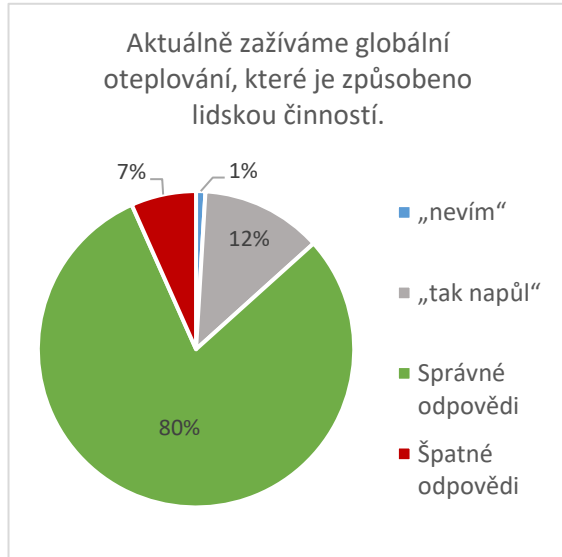
Za velmi alarmující považují 30 % špatných či „tak napůl“ odpovědí „Svět ve skutečnosti řídí skryté elity, které jsou mocnější než jednotlivé vlády, politici jsou jejich loutkami.“. Tato data souhlasí s výzkumem konspiračního myšlení (47) ve kterém se Česká republika umístila nejvýše.

Za stejně alarmující považují nejistotu ohledně „Očkování proti COVID-19 je součástí plánu na celosvětové snížení počtu lidí na zemi.“ 15 % žáků si není jisto bezpečností očkování a neví, jestli za ním není spiknutí. Což znovu poukazuje na konspirační myšlení.

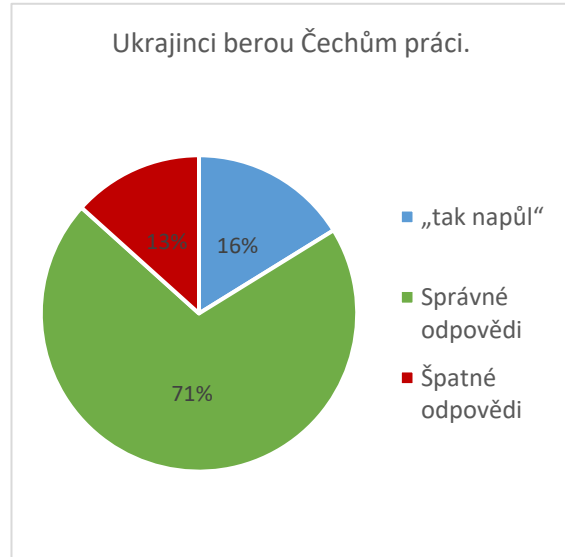


GRAF 15: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE KONSPIRAČNÍCH TEORIÍ O SKRYTÝCH ELITÁCH A JEJICH PLÁNECH

Všeobecná mínění



GRAF 16: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE GLOBÁLNÍHO OTEPLOVÁNÍ

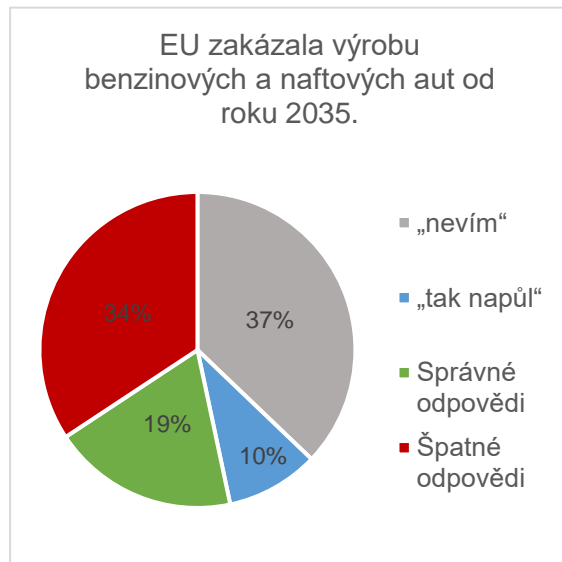


GRAF 17: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ UKRAJINSKÝCH OBČANŮ A PRACOVNÍCH POZIC SE

„Ukrajinci berou Čechům práci.“ U této otázky nedokáží přesně analyzovat odpověď „tak napůl“, protože nemusí být míněna negativně, i když se jedná o špatnou odpověď. 13 % studentů se domnívá, že se jedná o pravdivou informaci. Tento druh nepravdivé informace

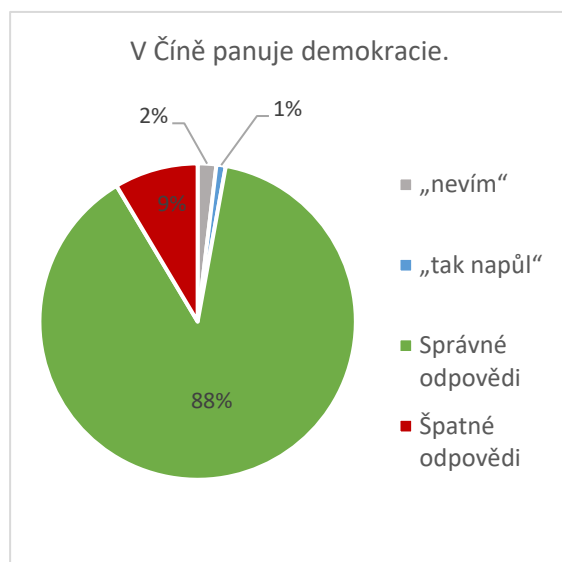
považuji jako velmi nebezpečný, který může vyvolávat nenávist a agresivní chování vůči Ukrajincům.

Tento výzkum probíhal okolo data voleb do Evropského parlamentu, kde bylo i velké téma „EU zakázala výrobu benzinových a naftových aut od roku 2035.“. Tato informace pro studenty, kteří se s ní dříve nesetkali může znít jako nepravdivá, ale je pravdivá. Správně odpovědělo pouhých 19 % a jedná se o nejhorší výsledek z celého dotazníku. Toto podtrhuje důležitost kritického myšlení u všech informací.



GRAF 18: POMĚRY ODPOVĚDÍ U OTÁZKY TÝKAJÍCÍ SE ZÁKAZU SPALOVACÍCH

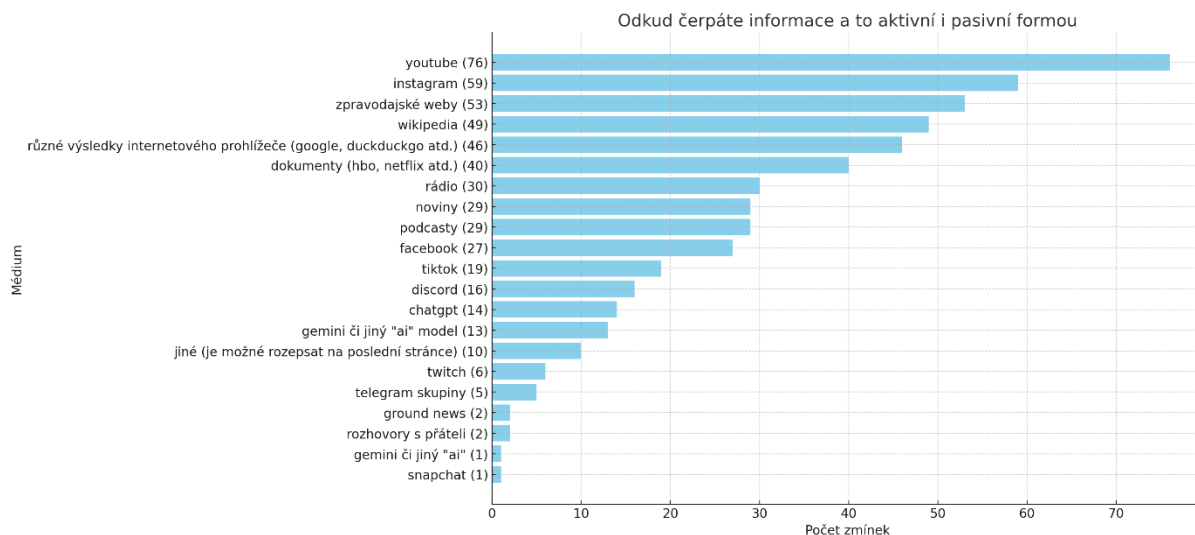
Kontrolní otázka



GRAF 19: POMĚRY ODPOVĚDÍ U KONTROLNÍ OTÁZKY OHLEDNĚ SITUACE V ČÍNĚ

Tuto otázku jsem zařadil jako takzvanou „kontrolní“. Nemyslím si, že by velké procento české populace pochybovalo o totalitní diktatuře Číny. Nedá se s jistotou říci, kolik procent respondentů schválně zvolilo pouze zde špatnou odpověď a kolik lidí takto činilo během celého vyplňování dotazníku. Podle ruční analýzy dat, bych odhadoval, že až 4 % žáků schválně volila špatné odpovědi. V takto malém vzorku se neodvažuji o této skutečnosti více tvrdit.

Zdroje informací



GRAF 20: ZOBRAZUJÍCÍ ODKUD ŽÁCI ČERPÁJÍ INFORMACE, AKTIVNÍ I PASIVNÍ FORMOU

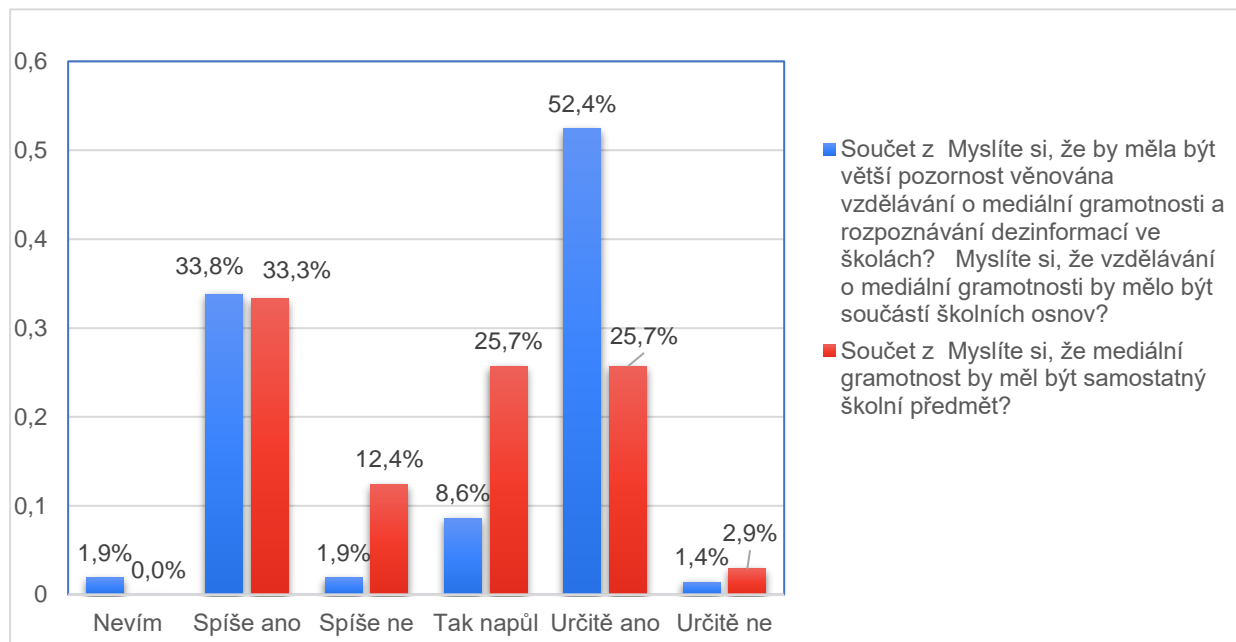
Přesně 40 % studentů uvedlo, že aktivně sleduje českou či mezinárodní politickou scénu, což se odráží i v počtu zmínek zpravodajských webů. Zároveň jejich alternativa ČT1 či ČT24 byla zmíněna v kategorii „jiné“ sedmkrát.

Všechny platformy převyšuje video platforma YouTube, kde se dají čerpat informace jak pasivní, tak aktivní formou. Uživatelé mohou odebírat kanály svých oblíbených tvůrců a převážně sledovat obsah, který tyto kanály nabízejí. Nebo uživatelé mohou pasivně sledovat obsah, který pro ně za pomoci algoritmů platforma sama volí a je uživatelům zobrazován ve feedu. Sledovanost této platformy výrazně převyšuje ostatní zdroje informací uvedené v průzkumu.

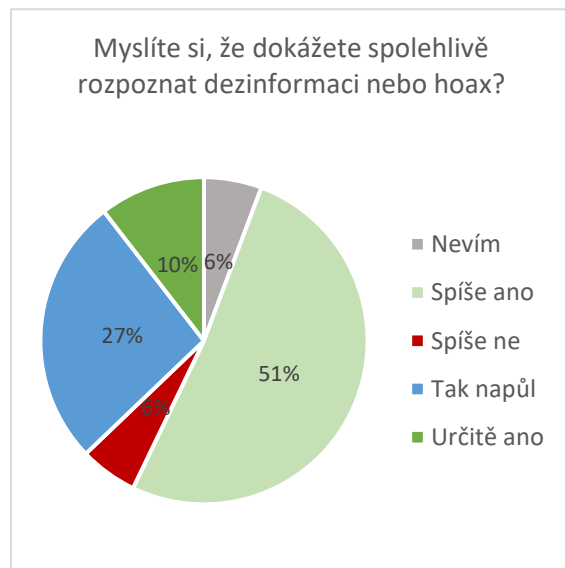
Na druhém místě se umístil Instagram, který je zpravidla vnímán jako platforma pro pasivní příjem informací. Uživatelé zde nemají významný vliv na to, jaký obsah se jim zobrazí, neboť o tom rozhoduje především algoritmus. To může omezovat rozmanitost zobrazeného obsahu.

Mediální gramotnost

Více než polovina studentů se domnívá, že mediální gramotnost by měl být samostatný vyučovací předmět. Valná většina studentů považuje výuku mediální gramotnosti za důležitou.



GRAF 21: ZOBRAZUJÍCÍ NÁZORY ŽÁKŮ NA VYUČOVÁNÍ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI



GRAF 22: ZOBRAZUJÍCÍ NÁZORY ŽÁKŮ NA VYUČOVÁNÍ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI

Na otázku, která zněla „Myslíte si, že dokážete spolehlivě rozpoznat dezinformaci, nebo hoax?“ Zvolila více jak polovina studentů odpověď ano. Toto procento odpovídá procentu studentů, kteří v jiné otázce odpověděli, že čtou zpravodajské weby a že aktivně sledují politickou scénu (40 %).

Procento studentů, kteří odpověděli, že si myslí, že dokáží spolehlivě rozpoznat dezinformaci, nebo hoax (61 %), se od procenta učitelů, kteří správně odhalili nepravdivé informace skoro neliší (61,14 %). Podobné procento žáků (86,2%) jako učitelů (91.6 %) si myslí, že mediální výchova je důležitá. (20)

5 Diskuze

5.1 Limity výzkumu

Prvním možným zkrácením výzkumu, kterého jsem si vědom, je, že se mi v této práci nepodařilo oslovit dostatečný počet žáků, abych mohl polemizovat o všeobecném stavu. Dalším limitem je, že nemohu zabránit žákům v nakládání s průzkumem nezodpovědně, pokud se tak sami rozhodnou. I když byla provedena filtrace výsledků, stále zůstává riziko, že někteří žáci mohli poskytnout nerelevantní odpovědi, ať už kvůli neupřímnosti, únavě z délky dotazníku, nebo možná i úmyslně zvolili opačné či náhodné odpovědi. Navzdory tomu, že otázky byly formulovány jasně a pedagogové poskytli vysvětlení, existuje možnost, že někteří žáci mohli část otázek nepochopit.

5.2 Doporučení pro praxi

Jedním z neúčinnějších nástrojů proti dezinformacím se ukázalo být vzdělání. Boření konspiračních teorií a lží na internetu se ukázalo jako velice neúčinné. Pokud naučíme mladé lidi kriticky přemýšlet a poukážeme na to, že nepravdivé informace často vyvolávají negativní emoce, které snižují naši ostražitost, může se vliv a šíření dezinformací výrazně snížit. S rostoucím významem umělé inteligence se tyto dovednosti stanou ještě důležitějšími.

Přesto bych považoval za klíčové a nejrychleji účinné zlepšení optimalizaci a zrychlení strategické komunikace státu. Nicméně, na základě zkušeností s komunikací státu během pandemie COVID-19, nevnímám toto opatření jako realistické v blízké budoucnosti.

Další velmi účinnou cestou, jak bojovat s dezinformacemi, je, nechat se inspirovat státy, které mají dobrou úroveň mediální gramotnosti, například Finskem. Ve Finsku je kritické myšlení obyvatelstva na velmi vysoké úrovni. Několik studií ukázalo, že dezinformace ve Finsku nejsou zvláště účinné, což platí i pro ty, které jsou šířeny Ruskou federací. (49) Úprava RVP by mohla čerpat inspiraci od těchto států nebo zahrnout využití vzdělávacích materiálů, například od UNESCO. (50)

Mediální výchova by měla být samostatný předmět a nejlépe by měla být vyučována již na základní škole. Schopnost kriticky myslet je potřeba celý život trénovat. Nepravdivé informace, které žáci mohou přijmout za vlastní, se v dospělém životě budou bořit mnohem obtížněji.

Další vítanou změnou by bylo přepsání RVP a uvedení konkrétních příkladů u mediální gramotnosti včetně toho, jak ji implementovat do všech předmětů a případně mezipředmětově provázat. Aktuální popis RVP je velmi vágní, začínajícím i starším pedagogům by mohlo dělat problém zakomponování mediální výchovy do vyučování. RVP by měl reflektovat potřebu systematické podpory výuky mediální výchovy.

Abych pedagogové mohli dobře vyučovat mediální výchovu, tak je třeba zařídit kvalitní možnosti školení mediální gramotnosti. Velké množství pedagogů během studia na vysoké škole neabsolvovalo mediální výchovu a pokud ano, tak v době před velkým šířením nepravdivých informací přes internet a sociální sítě.

V poslední řadě nařídít sociálním platformám možnost nezávislého moderování. Nedávná studie odhalila, že nezávisle moderovaný obsah (výzkum se zabýval platformou x.com) má menší dosah a schopnost šířit mýhoformace online. (51) Studie se nezabývala jinými sociálními sítěmi. Účinnost této moderace na jiných sítích je nejistá.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zmapovat schopnost žáků středních škol a odborných učilišť rozpoznávat nepravdy na internetu, dezinformace, hoaxy misinformation i takzvaný bullshit od pravdivých informací. Tohoto cíle bylo dosaženo a dotazník (v souladu s GDPR) byl vyplněn 105 žáky ze dvou středních škol.

Dílčím cílem bylo v teoretické části práce definovat výše zmíněné problematické názvy a rozdíly mezi nimi. Toho bylo dosaženo v přiměřeném měřítku s ohledem na zaměření a velikost práce.

Dalším dílčím cílem bylo seznámit čtenáře s mediální gramotností a odůvodnit, proč je v současné době zapotřebí jí věnovat více pozornosti a času. Což bylo zdůvodněno. Z výzkumu vyšlo, že i sami studenti souhlasí s tím, že je potřeba tomuto tématu věnovat více prostoru. Z odpovědí žáků vyšlo, že by ocenili výuku mediální gramotnosti a přes 58 % si myslí, že by bylo vhodné zavést předmět mediální výchovy a 25 % odpovědělo „*tak napůl*“, ohledně zavedení samostatného předmětu.

Podařilo se mi potvrdit moji domněnku, že dnešní žáci čerpají informace hlavně pasivně a ze sociálních sítí. Hlavním zdrojem je YouTube a na druhém místě Instagram. Kvůli této domněnce je další část teoretické části práce věnovaná sociálním sítím a jejich problémům.

K vysvětlení problematiky sociálních sítí a jejich dopadu na šíření nepravdivých informací bylo zapotřebí seznámit čtenáře se srdcem a mozkiem sociálních sítí, jimiž jsou algoritmy. Dále se mi podařilo nastínit, k jakým jevům dané algoritmy přispívají. Zmíněny a vysvětleny byly rabbit holes, echo chambers a problém standardizace obsahu a uživatelů.

Nepodařilo se mi naplnit jeden z dílčích cílů, a to ověřit domněnku, že existují významné rozdíly mezi chlapci a dívkami. Rozdíl byl v rámci chyby měření.

Zjistil jsem, že některým žákům je vlastní konspiračním myšlení. Například 15 % studentů souhlasilo s tvrzením, že „*Svět ve skutečnosti řídí skryté elity, které jsou mocnější než jednotlivé vlády, politici jsou jejich loutkami*“ a dalších 15 % odpovědělo „*tak napůl*“.

Otázky jsem rozdělil do různých kategorií pro vyhodnocování například „*zdraví, konspirační myšlení, COVID-19*“ a svoji domněnku, že žáci budou v kategoriích konzistentní, (budou volit stejné odpovědi u podobných nepravd) jsem nepotvrdil.

Žáci u 2 vymyšlených nepravd, o kterých předtím neměli možnost slyšet, volili ve 20 % - 40 % „*nevím*“. Schopnost přiznat si, že o dané zprávě nemám dostatek informací je velmi důležitá a žáci jsou této důležité sebereflexe schopni.

Dále jsem věnoval kapitolu nové velké studii, která vyšla v průběhu psaní této práce. Přesněji byla zveřejněna 22.5.2024. (45) V této studii se došlo k závěrům, že konspirační myšlení přispívá více k přijímání nepravdivých informací než konzumace obsahu na sociálních sítích. (Tato studie se týkala Ruské válečné propagandy, ale vycházela ze závěrů dalších studií zkoumající danou problematiku.). Tvrdil bych, že k tomuto závěru tato práce také došla a také vyšla velmi vysoká čísla konspiračního myšlení.

Seznam použité literatury

1. LIVINGSTONE, Sonia, Susanne DING, Ben BACHMAIR, Jane RUMBLE, Paolo CELOT, Tao PAPAIOANNOU, Conceição COSTA a Kirsten DROTNER. Media literacy: Ambitions, policies and measures Editor: Sonia Livingstone. In: . 2011. ISBN ISBN 978-2-9601157-2-7.
2. ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina. Význam mediální gramotnosti v dnešní době. *Duha*. 2021, (2), 10. ISSN 08621985.
3. RVP G* - Rámcové vzdělávací programy pro gymnázia - edu.cz. *edu.cz* [online]. 2022 [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-pro-gymnazia-rvp-g/>
4. KUBEY, Robert a Robert W. KUBEY, ed. *Media literacy in the information age: current perspectives*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1997. Information and behavior series, 6. ISBN 978-1-56000-238-3.
5. OXFORD REFERENCE. disinformation Oxfodský slovník. *Oxford Reference* [online]. [vid. 2024-05-08]. Dostupné z: doi:10.1093/oi/authority.20110803095721660
6. LEVAK, Tomislav. Disinformation in the New Media System – Characteristics, Forms, Reasons for its Dissemination and Potential Means of Tackling the Issue. *Medijska istraživanja* [online]. 2021, **26**(2), 29–58. ISSN 18466605, 13306928. Dostupné z: doi:10.22572/mi.26.2.2
7. Definice dezinformací a propagandy - Centrum proti hybridním hrozbám. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. [vid. 2024-05-10]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
8. NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek : průvodce postpravdivým světem /*. První vydání. Praha : Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2.
9. DICTIONARY CAMBRIDGE. *hoax dictionary Cambridge* [online]. 5. květen 2024 [vid. 2024-08-05]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hoax>
10. GREGOR, Miloš, Petra MLEJNKOVÁ a si info (projekt) ZVOL. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* 1. vydání. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.
11. REIFOVÁ, Irena, ed. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 978-80-7178-926-0.
12. misinformation. *Oxford Reference* [online]. [vid. 2024-06-09]. Dostupné z: doi:10.1093/oi/authority.20110803100201152

13. MACKENZIE, Alison a Ibrar BHATT. Lies, Bullshit and Fake News. *Postdigital Science and Education* [online]. 2020, **2**(1), 1–8. ISSN 2524-4868. Dostupné z: doi:10.1007/s42438-019-00085-4
14. KOPECKÝ, Kamil a René SZOTKOWSKI. 3. Dezinformace a Fake News. *UPOL* [online]. nedatováno [vid. 2024-04-07]. Dostupné z: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Deinformace_a_Fake_News.pdf
15. *Bezpečnostní informační služba - Výroční zpráva 2022* [online]. B.m.: BIS. 2022 [vid. 2023-05-06]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocnizpravy/2022-vz-cj.pdf>
16. BUCHANAN, Tom a Vladlena BENSON. Spreading Disinformation on Facebook: Do Trust in Message Source, Risk Propensity, or Personality Affect the Organic Reach of “Fake News”? *Social Media + Society* [online]. 2019, **5**, 205630511988865. Dostupné z: doi:10.1177/2056305119888654
17. VOSOUGHI, Soroush, Deb ROY a Sinan ARAL. The spread of true and false news online. *Science* [online]. 2018, **359**(6380), 1146–1151. Dostupné z: doi:10.1126/science.aap9559
18. LOOMBA, Sahil, Alexandre DE FIGUEIREDO, Simon J. PIATEK, Kristen DE GRAAF a Heidi J. LARSON. Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature Human Behaviour* [online]. 2021, **5**(3), 337–348. ISSN 2397-3374. Dostupné z: doi:10.1038/s41562-021-01056-1
19. BRENNEN, J, Felix SIMON, Philip HOWARD a Rasmus NIELSEN. *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation*. 2020.
20. KOPECKÝ, Kamil, René SZOTKOWSKI, Dominik VORÁČ, Klára MIKULCOVÁ a Veronika KREJČÍ. Český učitel ve médií (výzkumná zpráva). *Univerzita Palackého v Olomouci*. 2021.
21. NEWMAN, Nic, Richard FLETCHER, David A. L. LEVY a Rasmus Kleis NIELSEN. *Reuters Institute digital news report 2016* [online]. B.m.: Reuters Institute for the Study of Journalism. 2016 [vid. 2024-06-03]. Dostupné z: doi:10.60625/RISJ-YGCH-7N59
22. Instagram: age distribution of global audiences 2024 strana 275. *datareportal* [online]. [vid. 2024-06-01]. Dostupné z: https://datareportal.com/?utm_source=Statista&utm_medium=Data_Citation_Hyperlink&utm_campaign=Data_Partners&utm_content=Statista_Data_Citation
23. U.S. Facebook demographics age 2024. *Statista* [online]. [vid. 2024-06-01]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/187549/facebook-distribution-of-users-age-group-usa/>
24. WALKER, Mason a Katerina Eva MATSA. News Consumption Across Social Media in 2021 [online]. 2021 [vid. 2024-06-03]. Dostupné

- z: <https://policycommons.net/artifacts/1817184/news-consumption-across-social-media-in-2021/2554124/>
25. Facebook User & Growth Statistics to Know in 2024. *Backlinko* [online]. 12. prosinec 2023 [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://backlinko.com/facebook-users>
 26. BUCHER, Taina. *Facebook*. B.m.: Polity Press, 2021. ISBN 978-1-5095-3516-3.
 27. Contextually Relevant Affinity Prediction in a Social Networking System [online]. 23. prosinec 2010. [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://patents.google.com/patent/US20120166532A1/en>
 28. CONFESSORE, Nicholas. Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. *The New York Times* [online]. 2018 [vid. 2024-06-02]. ISSN 0362-4331. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>
 29. The Facebook whistleblower says its algorithms are dangerous. Here's why. *MIT Technology Review* [online]. 5. říjen 2021 [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/2021/10/05/1036519/facebook-whistleblower-frances-haugen-algorithms/>
 30. Facebook admits it was used to „incite offline violence" in Myanmar [online]. 2018 [vid. 2024-06-08]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-asia-46105934>
 31. Instagram Statistics 2024: Key Demographic and User Numbers. *Backlinko* [online]. 19. prosinec 2023 [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://backlinko.com/instagram-users>
 32. CHANDLER, Simon. Instagram's Filter Ban Isn't Enough To Stop Rise In Cosmetic Surgery. *Forbes* [online]. 23. říjen 2019 [vid. 2024-06-02]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/simonchandler/2019/10/23/instagrams-filter-ban-isnt-enough-to-stop-rise-in-cosmetic-surgery/>
 33. HUNTER, Tatum. Should women use beauty filters online? We all have opinions. *Washington Post* [online]. 2023 [vid. 2024-06-02]. ISSN 0190-8286. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/09/20/beauty-filter-criticism-benefits-tiktok/>
 34. WILLSON, Michele. Algorithms (and the) everyday. *Information, Communication & Society* [online]. 2017, **20**(1), 137–150. ISSN 1369-118X, 1468-4462. Dostupné z: doi:10.1080/1369118X.2016.1200645
 35. FRIEDMAN, Batya a Helen NISSENBAUM. Bias in computer systems. *ACM Transactions on Information Systems* [online]. 1996, **14**(3), 330–347. ISSN 1046-8188. Dostupné z: doi:10.1145/230538.230561

36. Jak se vyhnout neautentickému sdílení obsahu na Facebooku. *Meta Centrum nápovědy pro firmy* [online]. [vid. 2024-06-08]. Dostupné z: <https://cs-cz.facebook.com/business/help/2867407553519694>
37. First Evidence That Social Bots Play a Major Role in Spreading Fake News. *MIT Technology Review* [online]. [vid. 2024-06-08]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/2017/08/07/150097/first-evidence-that-social-bots-play-a-major-role-in-spreading-fake-news/>
38. *List of mergers and acquisitions by Meta Platforms* [online]. 2024 [vid. 2024-06-08]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_mergers_and_acquisitions_by_Meta_Platforms&oldid=1229097792
39. Rolling out the mobile-friendly update | Google Search Central Blog. *Google for Developers* [online]. [vid. 2024-06-09]. Dostupné z: <https://developers.google.com/search/blog/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update>
40. FRENKEL, Sheera a Cecilia KANG. *An ugly truth: inside Facebook's battle for domination*. London: The Bridge Street Press, 2021. ISBN 978-1-4087-1270-2.
41. KOŘOUSKOVÁ, Barbora. Tvorba webu a aplikací: co je A/B test a jak ho využít? *Rascasone* [online]. 27. březen 2024 [vid. 2024-06-08]. Dostupné z: <https://www.rascasone.com/cs/blog/ab-testovani-vyuziti-tvorba-webu>
42. SILVA, David E, Chan CHEN a Ying ZHU. Facets of algorithmic literacy: Information, experience, and individual factors predict attitudes toward algorithmic systems. *New Media & Society* [online]. 2024, **26**(5), 2992–3017. ISSN 1461-4448. Dostupné z: doi:10.1177/14614448221098042
43. CINELLI, Matteo, Gabriele ETTA, Michele AVALLE, Alessandro QUATTROCIOCCHI, Niccolò DI MARCO, Carlo VALENSISE, Alessandro GALEAZZI a Walter QUATTROCIOCCHI. Conspiracy theories and social media platforms. *Current Opinion in Psychology* [online]. 2022, **47**, 101407. ISSN 2352-250X. Dostupné z: doi:10.1016/j.copsyc.2022.101407
44. GAO, Yichang, Fengming LIU a Lei GAO. Echo chamber effects on short video platforms. *Scientific Reports* [online]. 2023, **13**, 6282. ISSN 2045-2322. Dostupné z: doi:10.1038/s41598-023-33370-1
45. WOOD, Michael J., Karen M. DOUGLAS a Robbie M. SUTTON. Dead and Alive: Beliefs in Contradictory Conspiracy Theories. *Social Psychological and Personality Science* [online]. 2012, **3**(6), 767–773. ISSN 1948-5506, 1948-5514. Dostupné z: doi:10.1177/1948550611434786
46. LEWANDOWSKY, Stephan a John COOK. *Příručka o konspiračních teoriích* [online]. B.m.: CSIRO Oceans and Atmosphere, Hobart, Tasmania, Australia. březen 2020 [vid. 2024-06-11]. Dostupné z: https://skepticalscience.com/docs/ConspiracyTheoryHandbook_Czech.pdf

47. ZILINSKY, Jan, Yannis THEOCHARIS, Franziska PRADEL, Marina TULIN, Claes DE VREESE, Toril AALBERG, Ana Sofía CARDENAL, Nicoleta CORBU, Frank ESSER, Luisa GEHLE, Denis HALAGIERA, Michael HAMELEERS, David Nicolas HOPMANN, Karolina KOC-MICHALSKA, Jörg MATTHES, Christian SCHEMER, Václav ŠTĚTKA, Jesper STRÖMBÄCK, Ludovic TERREN, Sergio SPLENDORE, James STANYER, Agnieszka STĘPIŃSKA, Peter VAN AELST a Alon ZOIZNER. Justifying an Invasion: When Is Disinformation Successful? *Political Communication* [online]. 2024, 0(0), 1–22. ISSN 1058-4609. Dostupné z: doi:10.1080/10584609.2024.2352483
48. Černý kašel je v Česku opět na vzestupu, ohniska jsou mezi neočkovanými [online]. [vid. 2024-06-20]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/veda/cerny-kasel-je-v-cesku-opet-na-vzestupu-ohniska-jsou-mezi-neockovanymi-362>
49. KUPIAINEN, Reijo. Media Literacy in Finland [online]. 2019, 1–6. ISSN 9781118978245. Dostupné z: doi:10.1002/9781118978238.ieml0147
50. *Addressing conspiracy theories: what teachers need to know* [online]. B.m.: UNESCO. 2022 [vid. 2024-06-21]. Dostupné z: doi:10.54675/QQAE9102
51. WATSON, Clare. One Action Has Made a Significant Impact on How Misinformation Spreads Online. *ScienceAlert* [online]. 30. květen 2024 [vid. 2024-06-18]. Dostupné z: <https://www.sciencealert.com/one-action-has-made-a-significant-impact-on-how-misinformation-spreads-online>

Seznam grafů

Graf 1: Zastoupení jednotlivých pohlaví	30
Graf 2: Zastoupení jednotlivých ročníků	30
Graf 3: Poměry odpovědí u otázky týkající se zdraví	32
Graf 4: Poměry odpovědí u otázky týkající se zdraví	32
Graf 5: Poměry odpovědí u otázky týkající se COVID-19	33
Graf 6: Poměry odpovědí u otázky týkající se COVID-19	33
Graf 7: Poměry odpovědí u otázky týkající se dezinformačního působení Ruska	34
Graf 8: Poměry odpovědí u otázky týkající se dezinformačního působení Ruska	34
Graf 9: Poměry odpovědí u otázky týkající se války na Ukrajině	35
Graf 10: Poměry odpovědí u otázky týkající se české vlády	35
Graf 11: Poměry odpovědí u otázky týkající se české vlády	35
Graf 12: Poměry odpovědí u otázky týkající se ohledně současné slovenské vlády	36
Graf 13: Poměry odpovědí u otázky týkající se nelegální migrace z afrických zemí	37
Graf 14: Poměry odpovědí u otázky týkající se konspiračních teorií o skrytých elitách a jejich plánech	37
Graf 15: Poměry odpovědí u otázky týkající se konspiračních teorií o skrytých elitách a jejich plánech	38
Graf 16: Poměry odpovědí u otázky týkající se globálního oteplování	38
Graf 17: Poměry odpovědí u otázky týkající ukrajinských občanů a pracovních pozic se	38
Graf 18: Poměry odpovědí u otázky týkající se zákazu spalovacích	39
Graf 19: Poměry odpovědí u kontrolní otázky ohledně situace v Číně	39
Graf 20: zobrazující odkud žáci čerpají informace, aktivní i pasivní formou	40
Graf 21: zobrazující názory žáků na vyučování mediální gramotnosti	41
Graf 22: zobrazující názory žáků na vyučování mediální gramotnosti	41

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 1: Dotazník

1. V jakém ročníku jste?
 - 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.

2. Jaké je vaše pohlaví v občanském průkazu?
 - Žena
 - Muž

3. NEPOVINNÁ OTÁZKA
Jaký je Váš gender?
 - Muž
 - Žena
 - Non-binary
 - Jiné (Otevřená odpověď)

4. Vysílače 5G sítí významně škodí lidskému zdraví.
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Tak napůl
 - Spíše ne
 - Určitě ne
 - Nevím

5. Jídlo ohřívané v mikrovlnné troubě je zdraví škodlivé.
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Tak napůl
 - Spíše ne
 - Určitě ne
 - Nevím

6. Informace o závažných škodlivých důsledcích očkování proti COVID-19 jsou cíleně zamlčovány.
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Tak napůl
 - Spíše ne
 - Určitě ne
 - Nevím

7. Očkování proti COVID-19 snižuje smrtnost.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

8. Rusko bylo dotlačeno do války na Ukrajině kvůli nepřátelskému chování států NATO.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

9. Rusko vede v ČR informační válku (cílené šíření dezinformačních zpráv atd.).

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

10. Na Ukrajině je válka.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

11. Pětikoalice v čele s Petrem Fialou chce zrušit volno pro studenty během 1/2 státních svátků.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

12. Za atentát na Roberta Fica může opozice.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

13. Vláda ČR chce zavést pracovní povinnost pro studenty od 18let.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

14. Svět ve skutečnosti řídí skryté elity, které jsou mocnější než jednotlivé vlády, politici jsou jejich loutkami.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

15. Nelegální migrace z afrických zemí je organizovaná akce, která má vést k ovládnutí Evropy míšeneckou rasou.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

16. Očkování proti covid-19 je součástí plánu na celosvětové snížení počtu lidí na zemi.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

17. Aktuálně zažíváme globální oteplování, které je způsobeno lidskou činností.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

18. Ukrajinci berou Čechům práci.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

19. EU zakázala výrobu benzinových a naftových aut od roku 2035.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

20. V Číně panuje demokracie.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

21. Myslíte si, že dokážete spolehlivě rozpoznat dezinformaci nebo hoax?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

22. Sociální sítě se snaží pomocí algoritmů co nejdéle udržet naši pozornost.

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

23. Myslíte si, že by měla být větší pozornost věnována vzdělávání o mediální gramotnosti a rozpoznávání dezinformací ve školách?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

24. Myslíte si, že vzdělávání o mediální gramotnosti by mělo být součástí školních osnov?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

25. Myslíte si, že mediální gramotnost by měl být samostatný školní předmět?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

26. Sledujete aktivně českou či mezinárodní politickou scénu?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Tak napůl
- Spíše ne
- Určitě ne
- Nevím

27. "Odkud čerpáte informace, zprávy, a to jak pasivně, tak i aktivně?"

- Discord
- Dokumenty (např. HBO, Netflix atd.)
- Facebook
- ChatGPT, Gemini či jiný "AI" model
- Instagram
- Noviny
- Podcasty
- Rádio
- Různé výsledky internetového prohlížeče (např. Google, DuckDuckGo...)
- Snapchat
- Telegram skupiny
- TikTok
- Twitch
- Wikipedia
- YouTube
- Zpravodajské weby
- Jiné (je možné rozepsat na poslední stránce)

28. Pokud Vám předchozí možnosti nevyhovovaly.

- Otevřená odpověď*