

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, Z. Ú., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**VLIV MASMÉDIÍ NA SPOLEČNOST BĚHEM
MIMOŘÁDNÝCH UDÁLOSTÍ**

Autor práce: Ludmila Vávrová, Dis.

Studijní program: Bezpečnostně právní činnost

Forma studia: Kombinovaná

Vedoucí práce: doc. PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D.

Katedra: Katedra právních oborů a bezpečnostních studií

2024

VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, z. ú.
Žižkova tř. 1632/5b, 370 01 České Budějovice

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Ludmila Vávrová, DiS.

Studijní program: Bezpečnostně právní činnost

Forma studia: Kombinovaná

Místo studia: Příbram

Název bakalářské práce: Vliv masmédií na společnost během mimořádných událostí


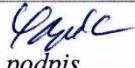
Název bakalářské práce v anglickém jazyce: The Influence of Mass Media on Society during Extraordinary Events

Katedra: Katedra právních oborů a bezpečnostních studií


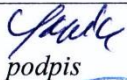

Vedoucí bakalářské práce: doc. PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D., sapik@vsers.cz

Datum zadání bakalářské práce: říjen 2023

Cíl bakalářské práce: Hlavním cílem bakalářské práce je zhodnocení, zda mimořádné události během pandemie Covid-19 byly řešeny pomocí masmédií adekvátním způsobem ve vztahu ke společnosti. Vedlejším cílem bakalářské práce je, zda hromadné sdělovací prostředky zaznamenaly určitý posun ohledně informovanosti v souvislosti s válkou na Ukrajině.

Student: Ludmila Vávrová, DiS.	31.10.2023 datum	 podpis
Vedoucí práce: doc. PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D.	13.11.2023 datum	 podpis

Schvaluji zadání bakalářské práce:

Vedoucí katedry: doc. JUDr. Roman Svatoš, Ph.D.	13.11.2023 datum	 podpis
Prorektor pro studium a vnitřní záležitosti: doc. PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D.	13.11.2023 datum	 podpis
Rektor: doc. Ing. Jiří Dušek, Ph.D.	17.11.2023 datum	 podpis



Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval(a) samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v seznamu použitých zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce v elektronické podobě ve veřejně přístupné části infodisku VŠERS, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky vedoucího a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce systémem na odhalování plagiátů.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce doc. PhDr. Miroslavu Sapíkovi, Ph.D. za cenné rady, připomínky, metodické vedení práce a pohotové odpovědi na dotazy. Dále děkuji všem dotázaným respondentům za jejich čas při vyplňování dotazníku.

ABSTRAKT

VÁVROVÁ, L. Vliv masmédií na společnost během mimořádných událostí: bakalářská práce. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2024. 69 s. Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D.

Klíčová slova: masmédiá, pozitivní a negativní vliv, konzument médií, dezinformace, Covid-19, válka na Ukrajině

Tato bakalářská práce zkoumá vliv masmédií na společnost v kontextu mimořádných událostí, s důrazem na dezinformace, chyby v komunikaci médií a pozitivního i negativního ovlivňování veřejného mínění. Práce se zaměřuje na analýzu mechanismů, skrze které masmédiá formují a ovlivňují veřejné vnímání a chování během těchto krizových situací ale také se je zde věnována pozornost vzdělávání ohledně dezinformací. Práce přispívá k hlubšímu porozumění interakce mezi masmédií a společností v době krize a zdůrazňuje důležitost kritického myšlení a zdravého skepticismu ve vnímání médií což je uvedeno v kapitole věnované efektivní komunikaci.

V praktické části je zvláštní pozornost věnována dvěma konkrétním událostem: pandemii Covid-19 a válce na Ukrajině a následnému porovnání očima veřejnosti v různých věkových skupinách, týkajících se informovanosti od médií.

ABSTRACT

VÁVROVÁ, L.: The Influence of Mass Media on Society during Extraordinary Event. A bachelor thesis. České Budějovice: The College of European and Regional Studies 2024. 69 pgs. Supervisor: PhDr. Miroslav Sapík, Ph.D.

Key words: mass media, positive and negative influence, media consumer, disinformation, Covid-19, war in Ukraine

This bachelor thesis examines the influence of mass media on society in the context of emergencies, with an emphasis on misinformation, media communication errors and the positive and negative influence of public opinion. The thesis focuses on the analysis of the mechanisms through which mass media shape and influence public perception and behaviour during these emergencies but also focuses on education regarding misinformation. The thesis contributes to a deeper understanding of the interaction between mass media and society in times of crisis and emphasizes the importance of critical thinking and healthy skepticism in media perception which is presented in the chapter on effective communication.

In the practical part, special attention is paid to two specific events: the Covid-19 pandemic and the war in Ukraine, followed by a comparison of the public's eyes in different age groups regarding information from the media.

Obsah

1	Cíl a metodika bakalářské práce	10
2	Masmédia.....	11
2.1	První teorie masové komunikace.....	12
2.2	Význam masmédií	12
2.3	Funkce masmédií	13
2.4	Druhy masmédií	14
2.4.1	Tištěná masmédia	14
2.4.2	Elektronická masmédia	15
2.4.3	Internet	16
2.5	Negativa masmédií	18
2.5.1	Ovlivnění přáteli.....	20
2.5.2	Odvedení pozornosti	20
2.5.3	Manipulace	21
2.6	Pozitiva médií	22
2.7	Konzument masmédií	25
2.8	Komunikační bariéry	27
2.8.1	Interní bariéry	27
2.8.2	Externí bariéry.....	28
2.9	Komunikační bariéry mezi masmédií a společnostmi	28
2.10	Faktory ovlivňující povahu krizové komunikace	30
2.11	Gatekeeping	31
3	Dezinformace a hoaxy	32
3.1	Boj s dezinformacemi.....	33
3.2	Vzdělávání ohledně médií a dezinformací	37
4	Aktuální trendy krizové komunikace	38
4.1	Sedm kroků efektivní komunikace	39
5	Vybrané mimořádné události	42
5.1	Dezinformace během pandemie Covid-19	45
5.2	Dezinformace během války na Ukrajině	48
6	Dotazníkové šetření	51
6.1	Vymezení dílčích hypotéz	51
6.2	Popis dotazníku.....	51
6.3	Zjištěná data.....	52
6.4	Vyhodnocení hypotéz	59

7 Závěr	60
Seznam použité literatury	62
Seznam grafů a obrázků	69
Seznam příloh	

Úvod

V dnešní době jsou masmédiá neodmyslitelnou součástí našich životů. Zasahují do každodenního rozhodování a vnímání světa kolem nás. Jejich role při zprostředkování informací a interpretaci událostí je zásadní. Zejména v kontextu mimořádných situací, jako jsou pandemie nebo válečné konflikty. Vliv masmédií na společnost je obrovský. A to ať mluvíme o vlivu pozitivním nebo negativním. Masmédia a konkrétně sociální sítě, které zažívají enormní nárůst v počtu sledujících, mají v rukou moc. Moc kterou mohou motivovat anebo demotivovat společnost.

V teoretické části práce je samostatně věnována pozornost masmédiím, jejich teoriím, funkcím a druhům. Důraz bude kladen na identifikaci komunikačních bariér a mechanismů šíření dezinformací, s ohledem na pandemii Covid-19 a válku na Ukrajině. V prvních kapitolách jsou zkoumány tištěná média, elektronická média a internet jako prostředky, skrze které se informace šíří a ovlivňují veřejnost. Dále je analyzován vztah mezi médii a jejich konzumenty, stejně jako komunikační bariéry a faktory ovlivňující povahu krizové komunikace. Část práce se zaměřuje na problematiku dezinformací a hoaxů, které mohou být šířeny prostřednictvím masmédií a ovlivňovat veřejné mínění během mimořádných událostí. V práci je rozebírán boj s dezinformacemi a význam vzdělávání ohledně médií a dezinformací pro prevenci šíření falešných informací. Následuje kapitola o aktuálních trendech v oblasti krizové komunikace, která poskytuje pohled na strategie efektivní komunikace v době mimořádných událostí. Praktická část bude založena na sběru dat pomocí dotazníku, jehož výsledky budou analyzovány a porovnány s teoretickými poznatky.

Cílem této práce je tedy nejen poskytnout ucelený pohled na roli masmédií během mimořádných událostí, ale také zhodnotit, zda byla jejich role v konkrétních případech adekvátní a jaké důsledky to mělo pro společnost. S ohledem na stále se rozvíjející mediální prostředí a dynamiku moderních událostí, představuje tato práce aktuální a relevantní příspěvek k diskusi o vztahu mezi masmédií a společností v době krize.

1 Cíl a metodika bakalářské práce

Cíl bakalářské práce spočívá v analýze vlivu masmédií na společnost během mimořádných událostí, jako je pandemie Covid-19 a válka na Ukrajině. Hlavním cílem je zhodnotit, zda masmédiá adekvátně řešila mimořádné události v souvislosti se společností. Vedlejším cílem je zkoumat, zda došlo k nějakému posunu v informovanosti veřejnosti v souvislosti s válkou na Ukrajině. Metodika práce bude zahrnovat teoreticko-metodickou analýzu základního problému, tj. role moderních masmédií při řešení mimořádných událostí. Důraz bude kladen na komunikační bariéry a šíření dezinformací masmédií, které mohou vést k panice. Metodou analýzy a komparace budou analyzovány nedostatky masmédií při zpravodajství o pandemii Covid-19 a válce na Ukrajině.

Praktická část práce bude prováděna formou dotazníkového šetření, které bude sloužit k sběru dat od respondentů různého věku, pohlaví a zaměstnání. Dotazník bude zaměřen na hodnocení přístupu a kvality masmédií k informování o mimořádných událostech a na vnímání kvality poskytovaných informací veřejností. Výsledky dotazníkového šetření budou následně analyzovány a interpretovány s cílem odpovědět na stanovené výzkumné otázky.

2 Masmédia

Masová komunikace (*angl. mass media – hromadné sdělovací prostředky*), často označovaná jako masmédia, představuje široké spektrum prostředků, které slouží k hromadnému předávání informací a sdělení veřejného charakteru. Tato masmédia zahrnují noviny, časopisy, rozhlas, internet, televizi, knihy, video, film a různé formy obrazových a zvukových záznamů. Jejich úlohou je přizpůsobovat a šířit sdělení, aby oslovila široké a různorodé publikum, které následně absorbuje tuto informační vlnu. Masová média nejsou pouze technickými prostředky, ale rovněž fungují jako společenské instituce. Tato média produkují a šíří sdělení prostřednictvím masové komunikace, což vytváří zvláštní proces interakce mezi komunikátory a rozsáhlým publikem. Veškerá komunikace je chápána jako složitý proces předávání a přijímání významů, a masová komunikace je specifickým podtypem tohoto procesu.¹ Specializované instituce, známé jako mediální organizace, hrají klíčovou roli v generování a přenosu sdělení širokým skupinám příjemců. Publikum poté interaguje s poskytnutými sděleními různými způsoby, od reflexe až po konkrétní jednání na základě těchto informací. Masová komunikace se tak stává prostředím, kde se formuje veřejné mínění a kde mají média vliv na společenské myšlení a chování. Proces masové komunikace je charakterizován jako přenos sdělení od komunikátora k adresátovi, kde komunikátorem jsou komplexní organizace s profesionálními komunikátory. Tyto organizace využívají specializované technologie k výrobě standardizovaných sdělení, která jsou navržena tak, aby oslovila široké a nesourodé publikum.²

V současné společnosti je tendence označovat ji jako informační nebo mediální společnost. Historický pokrok a etapy vývoje společnosti určily dynamiku masové komunikace a význam médií. S rostoucím vlivem a mocí médií vzniká nutnost zkoumat a regulovat tento fenomén, zejména s ohledem na potenciální manipulaci veřejného mínění. Mediální kampaně se stávají klíčovým prvkem ovlivňujícím nejen spotřebitelské preference, ale i politické rozhodnutí, kde výsledek kampaně může formovat nákupní chování či dokonce rozhodnout o volbě prezidenta. Celkově je masová komunikace velmi fascinujícím oborem zkoumání, který odráží nejen technologický pokrok, ale i společenské změny a vliv médií na formování kolektivního vědomí.

¹ KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha, 1995, s. 20.

² BEDNÁŘ, V. *Krizová komunikace s médii*. Praha, 2012, s. 192.

2.1 První teorie masové komunikace

Koncept masové komunikace se vyvinul z tradice sociologického studia médií, komunikace a společnosti. Integrace postupů a metod dalších společenských věd, včetně historie, lingvistiky, politologie a psychologie, vedla na začátku 30. let 20. století k formulaci a rozvoji teorie masové komunikace.²

První pokusy o teoretické pochopení masové komunikace jsou úzce propojeny s doktrínami o psychologii mas. Počáteční analýzy předpokládají, že zde existuje všemocné médium, které je schopno libovolně ovlivnit bezbranné, sociálně izolované příjemce. Tönniesova teorie tvrdí, že společnost je zde nahlížena jako masa izolovaných jedinců bez sociálních vazeb. Napodobování těchto izolovaných jedinců považuje jako sociální proces, který umožňuje formování a trvání společnosti. Samotné masy byly pokládány za něco, co podléhá ovlivňování a co je schopné fungovat pouze a jenom ideomotoricky. Masová individua v automatizované společnosti jsou údajně libovolně manipulovatelná. Panovalo zde přesvědčení, že na základě poznání jednoho účinku lze odvozovat shodné působení na všechny příjemce.³

2.2 Význam masmédií

Média zastávají klíčovou úlohu během průběhu krizových situací, v procesu řešení jejich následků a též v přípravě obyvatel na takové nečekané události. Z tohoto důvodu je opravdu nezbytné integrovat do krizových plánů spolupráci se sdělovacími prostředky, a to s důrazem na konkrétní spolupráci s jejich zástupci. Pro dosažení efektivity této spolupráce je klíčové, aby byla postavena na pevných základech vzájemné důvěry, principu partnerství a schopnosti adekvátně reagovat na potřeby médií. Z tohoto pohledu je nezbytné respektovat kulturní rozmanitost médií, dodržovat jejich pravidla a přihlížet k limitům, jež mohou ovlivňovat jejich práci. Pouze tak lze zajistit efektivní komunikaci a spolupracující přístup, který přinese maximální prospěch při zvládnání krizových situací ve prospěch celé společnosti. Čím rozmanitější je naše civilizace, tím máme více různých technologií, forem a názorů. Současná informační společnost je chápána jako soubor nástrojů výpočetní a komunikační techniky a služeb, které se postupně stávají určujícím faktorem rozvíjící se ekonomiky a ovlivňují tak i chod celé společnosti.⁴ Díky propojení informačních technologií,

³ KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha, 1995, s. 21.

⁴ BALL-ROKEACH J., S. a M. L. DEFLEUR. *Theories of mass communication*. Praha, 1996, s. 49.

komunikačních technologií a společnosti tak dochází k snížení časového omezení a zvýšení možností, jak se dostat k veřejným informacím.

2.3 Funkce masmédií

Základní funkcí médií je ukládání informací a usnadňování jejich pohybu. Bez ohledu na to, zda se jedná o internet, rádio, televizi nebo tištěná média, tak mezi jejich typické funkce patří:

- shromažďování a rozšiřování informací,
- plnění komerčních závazků,
- oslovení velkého množství lidí,
- konkurence mezi dalšími médii,
- upoutávání pozornosti čtenářů, posluchačů a diváků,
- informování a vzdělávání veřejnosti.

V analýze vlastností a významů médií je klíčovým pojmem moc. Formálně sice o moc jako takovou nejde, ale jsou však zdrojem moci a prostředkem k uplatňování vlivu. I když to může působit, že média nedisponují, jak je zmíněno mocí, jako je státní moc, je důležité si uvědomit, že jsou klíčovým aktérem v procesu výkonu moci. Masmédia mohou výrazně změnit vnímání a postoje lidí a ovlivnit politickou moc. Majitelé masmédií disponují nejen ekonomickou mocí, ale i schopností ovlivnit veřejné mínění zvláště v dnešní době, kdy politická moc ustupuje před finanční a ekonomickou, je komunikace prostřednictvím médií stále důležitější. Vymezení mezi mocí a vlivem se v oblasti médií relativizuje, a jejich role ve formování kulturního prostředí a sociálního života je stále výraznější. Masmédia jsou klíčovým nástrojem šíření a utváření společenských norem a hodnot, ovlivňují to, co jednotlivci o světě vědí a jakým způsobem si svět představují. Moc masmédií se projevuje v schopnosti dosáhnout změn nebo bránit jim, a to bez použití státní moci. Mediální vliv je úzce spojen s velikostí publika, se kterým jednotlivá masmédia komunikují.⁵ Tato moc spočívá v symbolech nesoucích jazykový, obrazový či jiný kód. Veřejné mínění vzniká, jakmile sdělení dosáhne dostatečného počtu lidí, kteří mu přisoudí stejný význam. Jinak řečeno mají schopnost ovlivnit vůli jednotlivce takovým způsobem, že jedinec může vnímat své chování jako dobrovolné a nevynucené. I přesto, že masmédia nemají formální státní moc, jsou prostředkem, skrze který majitelé mediálních společností, inzerenti a politici získávají sílu a moc ve společnosti.⁶

⁵ RAMONET, I. *La tyrannie de la communication*. Paris: Gallimard, 1999. p. 55-60.

⁶ JIRÁK, J. a BURTON, G. *Úvod do studia médií*. Brno, 2001, s. 29.

Masmédia pri mimořádné události pomáhajú převážně:

- rychle oslovovat veřejnost,
- informují o rizicích a stanoviskách,
- pomáhajú snižovat ale i zvyšovat stres a úzkost,
- vyvracejí mýty a opravují chybné informace, nebo je tvoří,
- posilují soudržnost veřejnosti.⁷

2.4 Druhy masmédií

Masová média můžeme kategorizovat podle různých kritérií. Je možné je dělit například podle působnosti (mezinárodní, národní, regionální, lokální), podle periodicity (deníky, týdeníky, měsíčníky), podle zaměření (zpravodajství, publicistika, zábava) nebo podle typu (noviny, televize, rádia, internetové servery atd.). Jedním z nejběžnějších dělení masmédií je jejich rozlišení na média tištěná a média elektronická.⁸ V následujících odstavcích se budu věnovat pouze vybraným druhům masmédií, které považují za nejčastěji využívané prostředky hromadné komunikace při mimořádných událostech.

2.4.1 Tištěná masmédia

Tisk neboli tištěná média, jsou považována za nejstarší prostředky masové komunikace. Vynález tisku vyvolal informační a komunikační revoluci, která neměla v předchozím historickém vývoji obdoby. Tato nová metoda reprodukce textu umožnila mnohem širšímu okruhu lidí přístup k významné části kulturního dědictví minulosti a zároveň jim otevřela možnosti aktivního zapojení do myšlenkového a duchovního dění. Počátky tištěných masových médií jsou spojeny především s rozvojem schopností jejich produkce ve velkém počtu výtisků a to v relativně krátkém, předem známém a pravidelném časovém intervalu. Zvýšením počtu produkovaných výtisků však muselo současně dojít k vytvoření vhodných sociálních podmínek pro konzumaci masových médií a k transformaci veřejnosti. Politicky byla nezbytná ústavní záruka svobody tisku⁹

Tištěná média nabízejí individuální, soukromé a časově neomezené přijímání informací, s možností návratu k vybraným informacím pro dokumentaci. Zároveň však přináší nevýhodu ve zdlouhavosti přenosu a náročnosti na intelekt příjemce. Tato náročnost však může pozitivně

⁷ VYMĚTAL, Š. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha, 2009, s. 30-31.

⁸ JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B.. *Masová média*. Praha, 2009, s. 39

⁹tamtéž, s. 20.

podněcovat představivost, zejména u dětí, přispívajíc tak k celkovému rozvoji osobnosti.¹⁰ Zmíněná zdlouhavost je na dnešní uspěchanou dobu nepřijatelná. Online prostor a zpravodajství je tak rychlé, že než by se natiskla titulní strana nového denního tisku, tak je v online světě vydaná aktualizace článku. Což je velká výhoda oproti tištěné verzi. A to bez debat Celkový prodaný náklad domácích deníků v předchozím roce těsně přesáhl hranici 600 tisíc kusů denně, což představuje osmiprocentní pokles ve srovnání s předchozím rokem. Průměrně bylo každý den prodáno téměř o 54 tisíc kusů deníků méně než v roce 2018. Tento trend snižování prodaných nákladů tištěných deníků se v posledním desetiletí nemění.¹¹ Vzhledem k poklesu využívání tištěných médií, by mělo docházet k jejich propagaci a také k lepšímu zpřístupnění tištěných médií. Tím, že by školy a vzdělávací instituce měli k dispozici v rámci propagace k dispozici levnější například zápůjčky či koupi knih a elektronických čteček, což sice není tištěné médium ale využití má. Dále zajištění diskuzí a přednášek s autory a odborníky na probíraná témata, by mohlo zvednout motivaci studující společnosti o tištěná média.

2.4.2 Elektronická masmédia

Příchod elektronických masových komunikačních prostředků výrazně transformoval náš svět. Tyto média nám umožnila autentický, nezprostředkovaný a přímý přístup k událostem, o kterých byla dříve média schopna pouze informovat prostřednictvím textu nebo fotografií. Nicméně s tím samozřejmě přichází i určitá rizika, jako je přímá prezentace násilí, pornografie, vandalismu a dalších nežádoucích prvků. Kromě toho elektronická média umožnila větší ovlivňování příjemců sdělení a veřejného mínění.

2.4.2.1 Rozhlas

Nyní velmi málo poslouchané médium, které při vzniku mimořádných událostí bude společně s televizí, pokud bude možné použití, jediným médiem k získání informací. Ke zrodu masového rozhlasového vysílání došlo ve Spojených státech Amerických. První vysílač s pravidelným programem zde začal fungovat v roce 1920. O rok později dochází k rychlému šíření vysílačů a pomocí nich i pravidelného rozhlasového vysílání. Především v amerických domácnostech je o nový komunikační prostředek obrovský zájem. V roce 1935 překročil počet koncesionářů rozhlasu číslo 25 milionů a rádiový přijímač měla prakticky každá americká domácnost. Na území bývalého Československa bylo pravidelné rozhlasové vysílání zahájeno

¹⁰ KRAUS, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha, 2008. s. 15.

¹¹ *Prodej českých deníků loni klesl o osm procent*, [online]. Media Guru, 2020 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/prodej-ceskych-deniku-loni-klesl-o-osm-procent/>.

v roce 1923 v Praze společností „Radiojournal“. Ze začátku se jednalo pouze o večerní vysílání, které bylo následně rozšířeno i na vysílání odpolední.¹²

Ministerstvo vnitra má k dispozici na svých webových stránkách dokument, který informuje obyvatele o tom, jak se zachovat, a co dělat při varovném signálu, po kterém prakticky jediné médium, které bude k dispozici, jak již bylo uvedeno, bude rozhlas/rádio. Obyvatelstvo v případě hrozby nebo vzniku mimořádné události je upozorňováno prostřednictvím varovného signálu "Všeobecná výstraha". Tento signál, oznamovaný kolísavým tónem sirény po dobu 140 vteřin, může být opakován třikrát v intervalech přibližně tří minut. Poté je obyvatelstvo informováno o situaci prostřednictvím různých médií, včetně rozhlasu, televize, místního rozhlasu, vozidel složek integrovaného záchranného systému nebo jiným vhodným způsobem. Kromě signálu "Všeobecná výstraha" existuje v České republice také signál "Požární poplach". Tento signál, vyhlášený přerušovaným tónem sirény po dobu jedné minuty (25 vteřin trvalý tón, 10 vteřin přestávka, 25 vteřin trvalý tón), slouží k svolání jednotek požární ochrany. Elektronická siréna při vyhlášení signálu "Požární poplach" napodobuje zvuk trubky troubící tón "HO-ŘÍ", "HO-ŘÍ" po dobu jedné minuty.

Pokud se ocitnete v situaci, kdy je třeba reagovat na varovný signál, jako je například siréna signalizující únik toxických látek, plynů, radiačních zplodin nebo jedů, je důležité jednat rychle a uvážlivě. Prvním krokem je vyhledat úkryt v nejbližší dostupné budově, která může sloužit jako bezpečné místo. Důležité je také získat aktuální informace o situaci, a to buď zapnutím rádia anebo televize, pokud funguje televizní vysílání. Mimořádná zpravodajství budou vysílána v hromadných informačních prostředcích, které poskytnou informace o důvodu spuštění sirény, varování obyvatelstva a pokyny pro další postup. Tyto informace jsou také šířeny prostřednictvím obecného rozhlasu a elektronických sirén, aby bylo zajištěno, že všichni obyvatelé budou informováni o aktuální situaci a doporučených opatřeních.¹³

2.4.3 Internet

Počátky internetu lze vysledovat do doby studené války mezi Spojenými státy a Sovětským svazem. Sověti v roce 1957 vypustili první umělou družici Země, což Američany

¹² PIŠTORA, L. *Vznik prvního masmédia - rozhlasu ve dvacátých a třicátých letech minulého století v Československé republice* (Vývoj počtu radiokoncesionářů v době první republiky). Statistika: ekonomicko-statistický časopis. Praha, 2006, s. 50-53.

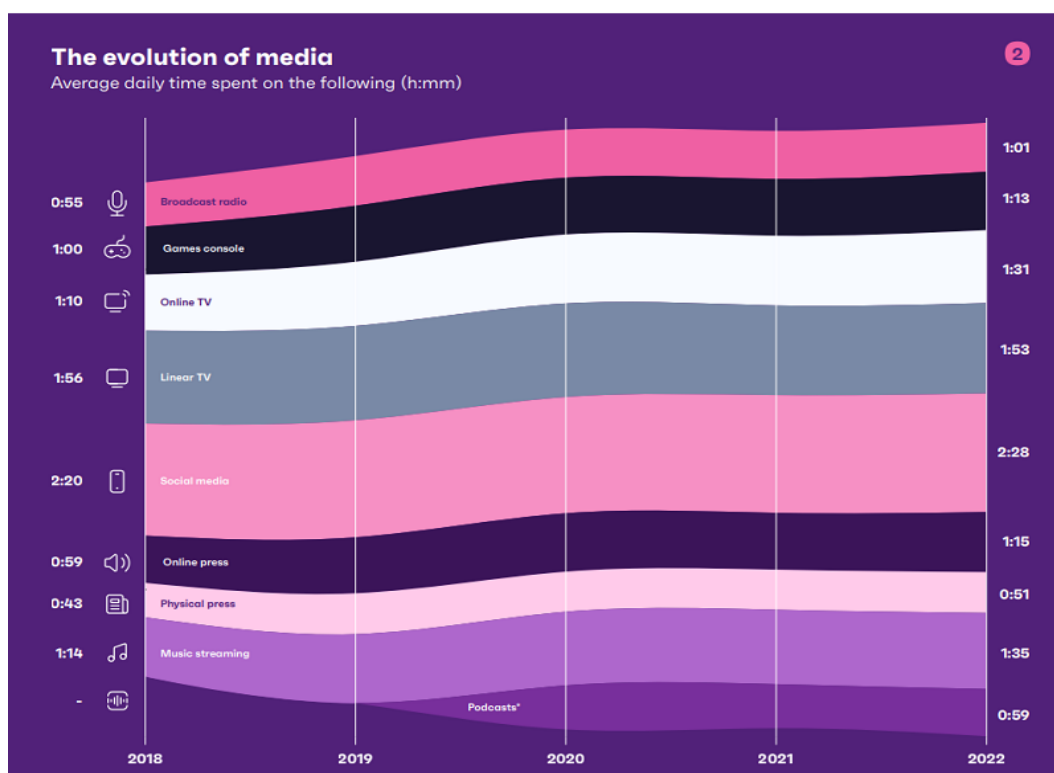
¹³ *Pro případ ohrožení - Příručka pro obyvatele*, [online]. Ministerstvo vnitra České republiky 2003 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/pro-pripad-ohrozeni-prirucka-pro-obyvatele.aspx>.

předběhlo v úvodní etapě vesmírných závodů. Americká vláda, usilující o obnovu vedoucí role v nových technologiích, založila agenturu ARPA (Advanced Research Project Agency – Sdružení pro program rozvoje výzkumu). Tento krok položil základy vytvoření internetu, zásadního průlomu v oblasti komunikace a sdílení informací.¹⁴ Technologické prostředí internetu nabízí rozmanité produkty, z nichž některé mají charakter masové komunikace, jako jsou zpravodajské servery, blogy, YouTube, veřejné sociální sítě, například Facebook, síť X a další. Internetová média zahrnují interaktivní prvky a nabízejí vyšší míru individualizace, tím, že každý si vybere platformu, na kterou má zrovna náladu, v porovnání s tradičními masovými médii. Internetová komunikace zahrnuje širokou škálu možností, včetně soukromé a interpersonální komunikace prostřednictvím e-mailu, Skype, ICQ, chatů a podobně. Vzhledem k interaktivitě a možnosti průběžné formulace požadavků uživatele má internet výrazný vliv na digitální revoluci. Revoluční aspekty internetu spočívají také v možnosti vyjadřovat jednotlivé systémy znaků, psaný text, zvuk řeči a obraz digitálně a přenášet je pomocí internetu s rychlostí světla. To představuje zásadní odlišení od předchozích médií, jako jsou noviny, rozhlas a televize, které využívaly odlišné technologické systémy pro reprodukci a šíření informací.

Během posledních pěti let došlo k téměř čtvrtinovému nárůstu času stráveného s médii. Tento nárůst je zejména patrný v důsledku rostoucí konzumace digitálního obsahu, přičemž tradiční média pronikla do online prostředí. Sociální média zabírají nejvíce času podle studie (2:28 hodin denně), následovaná televizí (1:53 hodin denně) a streamováním hudby (1:35 hodin denně). V posledních pěti letech výrazně narostl zájem o poslech podcastů, sledování televizního obsahu online (video na vyžádání), streamování hudby a internetové zpravodajství. Zajímavým jevem je, že čas věnovaný klasickým médiím vzrostl téměř u všech nosičů včetně tištěných médií, přičemž malý pokles u lineární televize byl vyvážen rapidním nárůstem online televize. Čas strávený sledováním televizního vysílání na konci pandemie se celosvětově snížil o 3 minuty, než tomu bylo v roce 2018. Natož sledování online/živého vysílání se od roku 2018 zvýšil o 21 minut. Živé vysílání oslovuje čím dál tím více diváků. Sociální média mají stále první místo v žebříčku a náš čas tak z celého dne ukrojí ze všech médií nejvíce. Viz obrázek níže. Netflix si udržuje pozici nejsilnější streamovací platformy ve všech regionech, s největším tržním podílem v Latinské Americe (79 %) a Severní Americe (65 %). Zájem o sledování videí na sociálních sítích roste, přičemž na Instagramu videa sleduje téměř dvě třetiny jeho uživatelů (63 %), na Facebooku je to více než polovina (54 %). Více než 40 % uživatelů sleduje videa na

¹⁴ JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha, 2009, s. 37.

Snapchatu, 40 % pak na Redditu. Dokonce i byznysová síť LinkedIn zažívá zvýšený zájem o videa, když je sleduje téměř třetina uživatelů (28 %). Tato statistika reflektuje rostoucí trend zaměření uživatelů na videoobsah na různých sociálních platformách a streamovacích službách.¹⁵ Začátkem roku 2022 si na své přišli i konzumenti spíše audio formy informací. S příchodem podcastů, jakožto prakticky jedinou možnou formu zábavy v době covidu. Podcasty velmi rychle expandovali mezi obyvatelstvo a zařadili se tak do prvních třech nejoblíbenějších typů audio obsahu.



Graf 1 Vývoj průměrného denního času stráveného s médii, 2018-2022 (v hodinách a minutách)
zdroj: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/03/cas-straveny-s-medii-se-za-pet-let-zvysil-diky-onlinu-i-podcastum/>

2.5 Negativa masmédií

Denně diskutovaným problémem týkající se médií je hodnota či úroveň masové komunikace nebo masové kultury, neboť nevyžaduje přílišné myšlení „konzumentů“, protože je zde snaha o to, aby sdělení rozuměl každý. Masová komunikace aby tedy byla srozumitelná

¹⁵ Čas strávený s médii se za pět let zvýšil díky onlinu i podcastům, [online]. Mediaguru, 2023. [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/03/cas-straveny-s-medii-se-za-pet-let-zvysil-diky-onlinu-i-podcastum/>

všem vrstvám společnosti (lidem s odlišným vzděláním, intelektem, zájmy, apod.) musí se zde vycházet z těch nejnižších úrovní vzdělání, zájmů, intelektu konzumentů. Z tohoto plynou negativní dopady na vývoj člověka jako osobnosti a tím pádem i společnosti. Jedním a velkým negativem je nadměrný čas, který je trávený ve společnosti masmédií. Délka vhodného času se liší dle druhu média a uživatele. Vzhledem k mentálnímu stavu dětí a mládeže je proto nezbytná regulace ze strany dospělých osob, rodičů nebo učitelů. V lednu 2024 bylo celosvětově 5,35 miliardy uživatelů internetu, což představovalo 66,2 % celosvětové populace. Z tohoto počtu bylo 5,04 miliardy, tedy 62,3 % populace, uživateli sociálních sítí.¹⁶ V roce 2022 je celosvětový počet uživatelů sociálních médií přesahuje 4,74 miliardy, s průměrným uživatelem, který má 8,8 účtů na různých platformách. Populární platformy, jako Facebook, mají více než 66,09 % měsíčních uživatelů, kteří se přihlašují denně. V České republice se počet uživatelů sociálních sítí v meziročním srovnání zvýšil o 9 %, přičemž sociální sítě využívá celkem 75 % populace. Nejvyužívanější platformy jsou Facebook a Instagram.¹⁷

Sledujeme-li destrukci morálních hodnot mladého člověka, můžeme vidět, že působení televize, videoprogramů a nevhodných filmů zde hraje velkou negativní roli. Velké množství drastických a morálně nekorektních situací oslabuje nervovou soustavu lidí a vede k deformacím ve více směrech. Násilí i prezentace negativních hrdinů je stálou součástí těchto programů. Dětská psychiatrie, kteří studují vlivy televizního a filmového násilí shledali, že diváci mohou:

- Imitovat násilí, které vidí na obrazovce,
- ztotožňovat se s oběťmi či násilníky,
- stát se imunní a necitlivý,
- postupně přijímat násilí jako způsob řešení problémů.¹⁸

Co se týče výše uvedené kontroly masmédií ze strany provozovatelů, je tato kontrola velmi nedostačující, protože u návštěv sociálních sítí nebo internetových stránek, které jsou zpřístupněny, ať už od 18 let nebo i od mladšího věku, vám k těmto stránkám stačí pouze jedno kliknutí a potvrzení věku. Vstup je vám následně umožněn. Bez jakékoliv následné kontroly.

¹⁶ *Number of internet and social media users worldwide as of January 2024*, [online]. Statista, 2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

¹⁷ *Statistiky využívání sociálních sítí, jaké jsou nejoblíbenější* *Statistiky využívání sociálních sítí, jaké jsou nejoblíbenější?*, [online]. LER, 2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://lerstudio.cz/blog/statistiky-vyuzivani-socialnich-siti-jake-jsou-nejoblibenejsi>

¹⁸ KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha, 1995, s. 167.

Tento problém kontroly by se mohl upravit například systémem kontroly zařízení na dálku nebo možnost vytvoření blokování přístupu.

2.5.1 Ovlivnění přáteli

Výzkumníci z Cornellovy univerzity dospěli k závěru, že v prostředí různých zpráv a fám na sociálních sítích se uživatelé nechávají do značné míry ovlivnit přáteli. Vědci se zaměřili na příspěvky na sociální síti *X, dříve Twitter* v období od ledna 2012 do dubna 2014. Aby výsledky ověřili, byla tato analýza provedena znovu v období od listopadu 2015 do února 2016. Výsledkem obou analýz bylo, že lidé podstatně ochotněji akceptují upozornění na zprávy v případě, když pocházejí od známého uživatele, nebo člověka, jehož příspěvky odebírají. „*Uživatelé v podstatě nechtějí působit jako omezení před svými přáteli, ale zároveň je mnohem méně zajímá, co si myslí cizí lidé. Na čem skutečně záleží, jsou vzájemné vztahy mezi lidmi, kteří sdílejí informace - Drew Margolin*“.¹⁹ Když naši přátele považují danou informaci podle svých představ za důvěryhodnou, tak ji tak dále šíří. Vytváří se tak okruh lidí, kteří automaticky odmítají argumenty nebo fakta, které odporují jejím představám o světě a jejich názorům. Tedy záleží nám více na příbuzných a našich přátelích než na tom, zda je daná informace pravdivá nebo není.²⁰

2.5.2 Odvedení pozornosti

Rozptylování slouží k likvidaci veřejného zájmu o důležité vědomosti z oblasti ekonomie, psychologie, neurobiologie a kybernetiky. Jde o přesměrování pozornosti mas od skutečných společenských problémů k nepodstatným záležitostem.²¹ Cílem je udržovat společnost neustále zaměstnanou a neposkytovat jí žádný čas na přemyšlení o důležitých principech. Například poukazování násilí ve městech s podrobnostmi krvavých útoků, aniž by byly odhalovány skutečné příčiny těchto problémů. Na denním pořádku jsou manipulace s informacemi o krizích, jež se týkají ekonomiky nebo násilí, aby společnost přijala nutné zlo v podobě omezení občanských práv.²² Pokud jsou lidé neustále zahlceni zprávami o bezvýznamných událostech nebo kontroverzními tématy, mají méně času a energie na to, aby se zabývali hlubšími otázkami, jako je ekonomická nerovnost, duševní zdraví nebo demokratické procesy. Tento cyklus rozptylování pozornosti může vést k tomu, že veřejnost ztrácí zájem o důležité otázky a místo toho se zaměřuje na okamžité a povrchní informace. To může mít za následek oslabení demokratického procesu a umožnit mocným hráčům

¹⁹ HUĎO, Ľ. *Mediální krysy aneb jak novináři manipulují*. Praha, 2019, s. 20.

²⁰ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha 2005, s. 150-152.

²¹ VYBÍRAL, Z. *Lži polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha, 2003, s. 176.

²² CHARVÁT, M. *O nových médiích, modularitě a simulaci*. Praha, 2017, s. 201.

manipulovat s veřejným míněním a prosazovat své vlastní zájmy. Důsledkem tohoto rozptylování může být také podkopání úsilí o skutečné změny a řešení skutečných problémů ve společnosti. Místo toho, aby se lidé aktivně angažovali v hledání řešení, jsou odváděni od podstatných témat a uvězněni v kolotoči povrchních zpráv a afér.

2.5.3 Manipulace

Další způsob, jak získat souhlas veřejnosti s nepopulárními opatřeními, je jejich vykreslování jako bolestné, ale nutné s cílem získat veřejné pochopení pro jejich budoucí uplatnění. Je snazší přijmout budoucí oběti okamžité porážky, protože účinek není pocíťován okamžitě. Později se lidem doporučí uvěřit, že zítra bude lépe, a to poskytne veřejnosti více času zvyknout si na myšlenku nevýhodných změn a na jejich přijímání. Důležité je vést lidi k neschopnosti porozumět technologiím a metodám používaným k jejich zotročení. Kvalita vzdělání pro nižší sociální vrstvy je záměrně mizerná²³. Algoritmy sociálních médií umí filtrovat obsah podle uživatelských preferencí, což může vytvářet informační bubliny a posilovat existující názorové skupiny. Ochrana proti manipulaci vyžaduje kritické myšlení, mediální gramotnost a schopnost ověřovat informace. Také regulace a transparentnost v oblasti médií mohou hrát klíčovou roli v prevenci manipulace.²⁴ Zmínila bych se také o cíleném blokování či zablokování obsahu, které nespadá pod rodičovskou kontrolu nebo jinou formu kontroly (kontrola věku) nad obsahem, který chceme vidět či si prohlédnout.

Cílené blokování obsahu je praktika, při které jsou určité informace, webové stránky, nebo celé internetové platformy záměrně nedostupné uživatelům v určité oblasti či země. Toto blokování může být prováděno vládními institucemi, poskytovateli internetových služeb nebo jinými subjekty s cílem omezit přístup k určitému obsahu z různých důvodů, včetně politické cenzury, dodržování zákonů, ochrany bezpečnosti či ochrany proti škodlivému obsahu. Cílené blokování obsahu může zahrnovat filtrování nebo blokování konkrétních webových stránek, sociálních médií, aplikací, nebo dokonce konkrétních slov či frází obsažených v textu. Tato praxe vyvolává otázky ohledně svobody projevu, přístupu k informacím a ochrany soukromí uživatelů. Takové cílené blokování obsahu je často spojeno s šířením dezinformací. Tyto dezinformace mohou být záměrně šířeny s cílem ovlivnit veřejné mínění, manipulovat s politickými procesy, nebo podkopat důvěru veřejnosti v instituce či média. Blokování obsahu může být použito jako prostředek k potlačení kritiky vlády nebo k zamezení šíření informací, které by mohly ohrozit současné režimy. Tento fenomén často vyvolává debatu o tom, kde leží

²³ HUĎO, Ľ. *Mediální krysy aneb jak novináři manipulují*. Praha, 2019, s. 20.

²⁴ KAWASAKI, G. *The Art of Social Media*. Velká Británie, 2017, s. 88.

hranice mezi ochranou před škodlivým obsahem a svobodou projevu, a jak může být tato praxe zneužita k potlačení disentu a svobodného toku informací.²⁵ Omezování přístupu k určitým informacím může bránit veřejnosti v možnosti získávat objektivní a rozmanité perspektivy na dané téma. To může vést k polarizaci společnosti, posílení informačních bublin a podkopání důvěry veřejnosti v média a instituce. Kromě toho může blokování obsahu také snižovat transparentnost a odpovědnost vlády,²⁶ jelikož veřejnost nemá přístup k důležitým informacím nebo kritickým diskusím. Navíc blokování obsahu může mít negativní dopad na ekonomiku a podnikání. Firmy, které se spoléhají na internetový obchod nebo online marketing, mohou utrpět ztráty, pokud jsou jejich webové stránky blokovány v určitých oblastech. To může omezit jejich schopnost dosáhnout nových zákazníků a růst svého podnikání.

Během pandemie COVID-19 bylo několik příkladů manipulace pomocí médií. Jedním z nich bylo šíření falešných informací týkajících se původu viru, jeho léčby a účinnosti opatření. Šířily se dezinformace o údajně účinných léčebných metodách a preventivních opatřeních, které neměly žádnou vědeckou oporu. To mohlo vést k nebezpečnému chování lidí, kteří by se mohli spoléhat na neúčinné metody²⁷. Na sociálních sítích se objevili různé teorie o spiknutí, které falešně tvrdily, že pandemie byla zinscenovaná nebo že existuje skrytý záměr za omezením osobní svobody.²⁸ Tyto teorie mohly podněcovat nedůvěru v opatření a doporučení zdravotních odborníků.

2.6 Pozitiva médií

Média, zejména internet, mají pozitivní vliv především v oblasti vzdělávání. Internet slouží jako bohatý zdroj informací, které pomáhají dětem a mládeži rozšiřovat své znalosti, zkušenosti a porozumění souvislostem. Kromě toho se stávají populárními také vybrané počítačové hry a vzdělávací aplikace, které podporují rozvoj představitosti, logického a strategického myšlení, pohotovosti a předvídatosti. Sledování televize může být také prospěšné, ovšem za podmínky správné volby programu. Pro příklad „Google Interland“, což

²⁵ *Cenzura na internetu*, 2024. [online]. Cz.nic [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/2540/cenzura-internetu/>

²⁶ KOPECKÝ, Kamil, 2022. *Komentář: Blokovat nebo neblokovat dezinformační weby? To je oč tu běží* [online]. E-bezpečí [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2568-komentar-blokovat-nebo-neblokovat-dezinformacni-weby-to-je-oc-tu-bezi>

²⁷ *Nákaza jako snaha ovládnout svět. V popularitě covidových mýtů vítězí Gates a síť 5G*, [online]. IROZHLAS 2021. [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/fake-news-koronavirus-v-ceskych-mediich-Covid-19-analyza-newton-media_2103270630_kro

²⁸ *Covid-19 a šířitelé konspiračních teorií: Průzkum postojů české veřejnosti* [online]. STEM 2021. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/04/STEM_COVID-19-a-siritele-konspiraci-CZ-verejne.pdf

je interaktivní výuková hra od společnosti Google, která děti učí zábavnou formou, jak se bezpečně pohybovat v online prostředí. Postupná cesta lekcemi dovede dítě k cíli a k tomu, že se může stát tzv. Internetovým Úžasňákem. Dále vznikají další projekty ohledně bezpečnosti na internetu, ale také ohledně dezinformací, což vnímám jako velmi pozitivní. Uvedla bych: "Bud' safe online" je vzdělávací projekt od společnosti Avast, vyvinutý ve spolupráci s bývalým youtuberem a influencerem Jiřím Králem, zaměřený na internetovou bezpečnost. Primárně je určen žákům základních škol, ale prospěšné informace v něm najdou i dospívající a rodiče. Projekt zahrnuje interaktivní online kurz, který se zabývá tématy jako bezpečná komunikace, seznamování v online prostoru, online hry, podvody na webu a další. Kurz je formulován mladistvým jazykem a má atraktivní vizuální zpracování. Obsahuje videa s radami, shrnutí informací a odkazy na další zdroje. Je volně dostupný a jeho absolvování trvá přibližně hodinu.²⁹

Sociální sítě mohou přinášet pozitiva díky možnosti sdílení zkušeností, užitečných informací a snadné komunikaci s lidmi po celém světě. Četba knih, časopisů a novin přispívá k rozšíření slovní zásoby, zlepšení čtenářské gramotnosti a získávání nových znalostí. Jednou z pozitivních stránek médií je jejich schopnost propojovat zábavu s vzděláváním. Kromě toho je výhodná také možnost vzdálené komunikace pomocí mobilních telefonů.

Média mají během mimořádných situací pozitivní dopad několika způsoby. Zaprvé informují a vzdělávají veřejnost o aktuálním dění, což je klíčové zejména v případech přírodních katastrof, pandemií nebo teroristických útoků. Tato informovanost umožňuje lidem lépe chránit sebe a své blízké, reagovat a adekvátně se rozhodovat v krizových situacích. Dále média podporují solidaritu a pomoc. Což můžeme vidět v dnešní době hlavně u „influencerů“. Influencer je jedinec, který se výrazně prosadil na sociálních sítích nebo jiných platformách sociálních médií, zpravidla díky svému charismatu, autentičnosti a schopnosti vytvářet obsah, který oslovuje a angažuje své sledující. Tito jedinci mají často velký počet sledujících, kteří se zajímají o jejich životní styl, zájmy, názory nebo produkty, které doporučují. Influenceři často spolupracují se značkami, aby propagovali jejich produkty nebo služby mezi svým publikem. Klíčovými charakteristikami influencerů jsou jejich schopnost ovlivňovat chování a názory svého publika, a to často i mimo rámec digitálního prostředí.³⁰ Influenceři propagují neziskové

²⁹ *Vzdělávací aplikace zaměřené na internetovou bezpečnost*, [online]. Šance dětem 13. 04. 2023 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/vzdelavaci-aplikace-zamerene-na-internetovou-bezpecnost>

³⁰ *Kdo je Influencer?* [online]. MladýPodnikatel.cz 2024. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/stitek/influencer>

organizace od „Centrum Bazalka“ až po „Zdravotní Klaun“³¹. Ale také zveřejňování příběhů o dobrovolnících, organizacích poskytujících pomoc a obětech může inspirovat ostatní k zapojení se do dobročinných aktivit a podpoře postižených. Nebo velký vliv mají média a sociální sítě na konkrétní sbírky na konkrétní problém nebo pro konkrétního člověka. Influenceři na sociálních sítích, kteří využívají krátká videa jako Instagram Reels, TikTok a YouTube Shorts, mají obrovský vliv na digitální kulturu a spotřebitelské chování. Jejich úspěch spočívá v osobní přitažlivosti, autenticitě a tvorbě zábavného obsahu plného kreativity.³² Díky důvěře, kterou si budují u svého publika, a spolupracím se značkami mohou influenceři ovlivnit nákupní rozhodnutí a formovat trendy. S jejich schopností oslovit široké publikum a šířit zprávy na sociálních sítích mají zásadní vliv na online komunitu a digitální obsah. Uvedla bych platformu nebo lépe řečeno webovou stránku Donio, založenou Davidem Procházkou. Donio je na sociálních sítích nejčastěji zmiňovanou a uváděnou stránkou, kde lidé přispívají. Například za rok 2022 se na platformě Donio vybralo 272 120 988 Kč a tyto peníze pomohli 1999 příběhům, jak sám zakladatel zmiňuje.³³

Média také slouží jako prostředek pro koordinaci a mobilizaci zdrojů během mimořádných situací. Informace o tom, jak a kde poskytnout pomoc, jsou šířeny prostřednictvím médií, což pomáhá efektivněji reagovat na krizové situace a koordinovat pomocné aktivity. Psychologická podpora je dalším aspektem. Média mohou nabízet rady, informace o zvládání stresu a úzkosti a sdílet příběhy o překonávání obtíží a obnově, což může pomoci lidem cítit se podporováni a překonat trauma spojené s krizovými událostmi.³⁴ Navíc mohou média monitorovat reakce vlád, orgánů veřejné správy a dalších institucí během mimořádných situací, což přispívá k transparentnosti a zajištění odpovědnosti, minimalizuje riziko zneužití moci nebo nedostatečného řízení krizových situací. Vydávání výroční zprávy Bezpečnostní informační služby (dále jen „BIS“) hraje klíčovou roli v informování veřejnosti a monitorování bezpečnostní situace v zemi. Tyto zprávy poskytují komplexní přehled o aktuálních bezpečnostních hrozbách, včetně kybernetických útoků, terorismu a špionáže. Informace zpravidla zahrnují analýzy různých rizik a výzev, kterým čelí společnost, a slouží jako základ

³¹ *Seznam neziskových organizací*. [online]. Runczech 2023. [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.runczech.com/cs/pro-bezce2/charita/seznam-neziskovych-organizaci#char>

³² Influencer Marketing. [online]. MladýPodnikatel.cz 2024. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/marketing/influencer>

³³ *Jaký byl rok 2022 na platformě Donio*, [online]. Donio 2024. [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.donio.cz/rok-2022>

³⁴ NIESNEROVÁ, Renata. *Pozitivní a negativní vliv médií na výchovu a vzdělání mládeže* [online]. Ostrava, 2010 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/l5g4y1/>. Bakalářská práce. Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce PhDr. Jaroslav Galičák

pro veřejnou diskusi o nejlepších způsobech ochrany země a obyvatelstva. Vydání výročních zpráv BIS také pomáhá zvýšit povědomí o bezpečnostních rizicích a podporuje spolupráci mezi různými subjekty, včetně vlády, soukromého sektoru a akademických institucí. Transparentnost vydávání těchto zpráv také posiluje důvěryhodnost instituce a umožňuje veřejnosti lépe porozumět aktuální situaci a přijatým opatřením v oblasti bezpečnosti. Důležitost vydávání výročních zpráv BIS spočívá také v jejich schopnosti informovat veřejnost a zvýšit její schopnost se připravit a reagovat na různé bezpečnostní hrozby.³⁵ Tyto zprávy slouží jako klíčový nástroj pro ochranu veřejného zájmu a zajištění stability a bezpečnosti společnosti.

Celkově lze říci, že média jsou důležitým nástrojem pro informování, koordinaci a podporu veřejnosti během mimořádných situací, avšak je klíčové, aby byla objektivní, důvěryhodná a odpovědná ve svém informování a zajištění pomoci.

2.7 Konzument masmédií

Konzumentem masmédií je do určité míry každý z nás. A podle míry přijímání informací se dělíme na ty konzumenty, kteří danou informaci přijmeme pouze jako fakt, anebo nepřijmou. Na rozdíl od dítěte, které není schopno ve vztahu ke společnosti zcela rozpoznat, co je či není pravou. Pokud dítě nedostává adekvátní péči týkající se mediálního vzdělávání, nebo času, může pak docházet k výchovnému zanedbání a dítě tedy není schopno pojmout a zpracovat publikované informace. Zde narážíme na téma masové kultury. Masová komunikace tvoří ve společnosti tzv. „masovou kulturu“, která je posuzována podle funkce, kterou ve společnosti plní. Často je označována jako záležitost vedoucí k pasivitě a neaktivitě společnosti týkající se myšlení. Cílem masové kultury je zisk a nikoliv skutečné kulturní hodnoty. Mezi její negativa patří především, že ochuzuje společnost o duševní život a učí ji pouze konzumovat deformovaná fakta. Jelikož je společnost ochuzována o duševní život a stanou se z ní pouze konzumenti zpráv či faktů bez snahy přemýšlení o relevantnosti sdělení, vede tento negativní vzor k otupění k určitým podnětům či k agresivnímu chování. To jen díky tomu, jak jednoduché, dostupné a velmi intenzivní jsou například filmy s brutálním nebo agresivním kontextem. Konzumace takových žánrů filmů nás vede k bezcitnosti a určité povrchnosti nad cizím neštěstím. Dříve takovéto pořady byly vysílány v pozdních večerních hodinách, a dnes máme možnost shlédnout film zalitý krví v odpoledních hodinách.³⁶ Co se

³⁵ BEZPEČNOSTNÍ INFORMAČNÍ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2022*. [online] Bezpečnostní informační služba 2023. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocní-zpravy/2022-vz-cz.pdf.pdf>. [citováno 2024-17-02].

³⁶ CHARVÁT, M. *O nových médiích, modularitě a simulaci*. Praha, 2017, s. 198.

týče konzumace sociálních sítí. Typický konzument sociálních sítí je často mladý člověk, přestože v poslední době roste i počet uživatelů ve starších věkových skupinách. Má tendenci být technologicky gramotný, často používá mobilní zařízení a má snadný přístup k internetu. Tito uživatelé tráví na sociálních sítích poměrně hodně času, průměrně několik hodin denně. Jsou to lidé, kteří jsou zvyklí na rychlý tok informací a interakci online. Sledují různé profily, stránky a skupiny, které odpovídají jejich zájmům, a často reagují na obsah, který se objevuje ve svém zpravodajském kanálu. Mnohdy preferují obsah ve formě krátkých textů, obrázků nebo videí. Důležitým faktorem je pro ně interakce s ostatními uživateli, ať už prostřednictvím komentářů, sdílení obsahu nebo přímých zpráv. Může se také stát, že typický konzument sociálních sítí může být náchylný k vlivu algoritmů, které mu prezentují obsah podle jeho předchozích interakcí a preferencí. To může mít vliv na formování jeho názorů a postojů k různým tématům.³⁷ Nicméně je důležité si uvědomit, že konzumace sociálních sítí by měla být vyvážená. Přílišné zapojení do sociálních médií může mít negativní dopady na duševní zdraví a může vést k problémům jako je úzkost, deprese nebo závislost. Je tedy důležité zachovat zdravý a vyvážený přístup k jejich používání. Komunikace a propojení pomocí sociálních sítí přináší mnoho výhod jak jednotlivcům, tak i společnosti jako celku. Jednou z klíčových výhod je možnost globální komunikace, kterou sociální sítě umožňují. Lidé mohou komunikovat napříč celým světem bez ohledu na geografické vzdálenosti, což přispívá ke globálnímu propojení a porozumění mezi různými kulturami a komunitami.

Konzument masmédií může i velkou mírou ovlivňovat přijaté informace. A to i několika způsoby. Za prvé, volba zdrojů a médií, která konzument sleduje nebo čte, může mít vliv na to, jaké informace přijímá. Různá média mohou mít různé politické, kulturní nebo ideologické přístupy, což ovlivňuje prezentaci a interpretaci událostí. Důležitá je také schopnost kriticky hodnotit informace.³⁸ Konzumenti, kteří se ptají na zdroj informací, ověřují faktickou správnost a hledají různé pohledy na dané téma, mohou lépe porozumět a vyhodnotit přijaté informace. Dalším způsobem, jak konzumenti ovlivňují informace, je aktivní účast. Sdílením svých názorů, komentováním článků, přispíváním k diskusím a podílením se na tvorbě obsahu na sociálních médiích nebo v online fórech mohou aktivně přispět k mediálnímu obsahu. Dále, hledání alternativních zdrojů informací, jako jsou nezávislé noviny, online platformy, blogy nebo zahraniční zpravodajské služby, umožňuje konzumentům získat různorodé perspektivy.

³⁷ BYSTRICKÝ, J. a MUCHA, I. *K filosofii médií*. Praha., 2007, s. 19.

³⁸ *Kdo jsou (ne)konzumenti zpravodajství?* [online]. Fond nezávislé žurnalistiky 2018. [cit. 2024-03-11]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/aktuality/kdo-jsou-nekonzumenti-zpravodajstvi/>

Zvyšování mediální gramotnosti je také důležité. Sebevzděláváním a zvýšením informovanosti mohou konzumenti lépe porozumět médiím a způsobům, jakými jsou informace prezentovány, což zvyšuje jejich schopnost rozpoznat manipulativní techniky a zkreslení.³⁹

Nakonec, někteří konzumenti mohou reagovat na informace tím, že se zapojí do aktivismu nebo politických akcí, aby vyjádřili své názory a usilovali o změnu v sociálních nebo politických otázkách. Tyto způsoby, jakými jednotlivci ovlivňují přijaté informace, jsou různorodé a závisí na jejich osobních zkušenostech, přesvědčeních a sociálním prostředí.

2.8 Komunikační bariéry

V této části se pokusím analyzovat příčiny vzniku komunikačních bariér a zvážit možnosti, jak jim případně předejít. Komunikační bariéry představují různé překážky ve vzájemném dorozumívání. Ne všechny komunikační procesy končí úplným porozuměním či dorozuměním. Existují situace, kdy může dojít k vstupu komunikační bariéry, která zabraňuje plnému přenosu informací mezi účastníky komunikace. Tuto bariéru tvoří prakticky cokoli, co brání efektivnímu přenosu sdělení mezi aktéry komunikace. Bohužel, komunikační bariéry často vedou k nedorozuměním. Uvědomění si těchto problémů je prvním krokem k jejich překonání a schopnosti vyrovnat se s nimi. Komunikační bariéry lze rozdělit do dvou hlavních kategorií: interní a externí.

Interní bariéry vznikají v důsledku osobnostních problémů komunikujících jednotlivců. Naopak externí bariéry se objevují v podobě vnějších rušivých prvků, které narušují průběh komunikace. Identifikace a pochopení těchto bariér jsou klíčové pro efektivní komunikaci a umožňují nám lépe se vypořádat s obtížemi v dorozumívání.

2.8.1 Interní bariéry

- Subjektivní obava z neúspěchu
- Pracovní nebo osobní problémy
- Problémy s vyjadřováním- slang, špatná výslovnost, malá či jednoduchá slovní zásoba
- Nepřipravenost na komunikaci⁴⁰

³⁹ *Mediální chování: Median registruje nemalý podíl ignorantů.* [online]. Media Guru 2018. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/04/medialni-chovani-median-registruje-nemaly-podil-ignorantu/>

⁴⁰ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi.* Praha, 2010, s. 231.

2.8.2 Externí bariéry

- Předsudky, resp. zaujatost, generační rozdíly...
- Rozptýlení různými vjemy- hluk, světla...
- Časový tlak
- Vyrušování nějakou další osobou ⁴¹

2.9 Komunikační bariéry mezi masmédií a společností

Komunikační bariéry mezi médii a společností mohou vznikat z různých důvodů a ovlivňovat vzájemný vztah mezi těmito dvěma subjekty. Některé z klíčových komunikačních bariér zahrnují:

- **Jazyková bariéra:** Používání slov, termínů nebo frází, které nejsou pro širokou veřejnost srozumitelné, může vést k nedorozumění a odcizení. Média by měla dbát na srozumitelnost svého obsahu pro různé skupiny obyvatelstva. Některá média mohou používat výrazy, které jsou specifické pro určitou kulturu nebo skupinu. ⁴²To může být problematické, pokud nejsou všechny kultury zastoupeny nebo pokud lidé nemají znalosti o dané kultuře a mohou jí také podceňovat, co se gramatiky týče. Případně, když média používají více česko-anglické, tzv. Czenglish názvy pro určité věci. ⁴³Slova jako „basic“, „easy“ nebo „check-in“, jsme určitě již někdy, použil každý z nás.
- **Zaujatost a neobjektivnost:** Když média nedokážou prezentovat informace objektivně a jsou vnímána jako zaujatá nebo podléhající vnějším vlivům, může dojít k nedůvěře ze strany veřejnosti.
 - **Politická zaujatost:** Média mohou vykazovat politickou zaujatost, podporující určitou stranu, politický směr nebo ideologii. To může ovlivnit, jak jsou události prezentovány a interpretovány.
 - **Sociální nebo kulturní zaujetí:** Zaujetí médií může také vycházet ze sociálních nebo kulturních faktorů, což může vést k preferenci určitých témat nebo interpretací.

⁴¹ tamtéž.

⁴² REIFOVÁ, I., a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha, 2004, s. 328.

⁴³ TEPLÝ, L. *Čengliš aneb Jak zabránit nedorozumění* [online]. Hospodářské noviny 2004. [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://hn.cz/c1-14250790-cenglis-aneb-jak-zabranit-nedorozumeni>

- **Nedostatečná vyváženost:** Média mohou nedostatečně prezentovat různé perspektivy nebo zamlčovat určité informace, což vede k narušení objektivitu.
- **Sensacionalismus:** Zaměření médií na kontroverzní, dramatické nebo senzace hledající příběhy může způsobit, že zprávy ztrácejí objektivitu ve prospěch atraktivity.⁴⁴

Neobjektivní články či média poznáme celkem jednoduše, pokud si budeme dávat pozor na používání nadsázek nebo uvádění pozornosti a důrazu pouze na konkrétní situace. Velmi jednoduše to může ovlivnit či zkreslit vnímání a názory diváků. Řešení těchto problémů spočívá v podpoře novinářských standardů, etických kodexů a nezávislosti médií. Kritické myšlení ze strany čtenářů a diváků je rovněž klíčové pro rozpoznání zaujatosti a neobjektivitu v médiích. Organizace médií by měly být transparentní ohledně svých postupů a hodnot, a novináři by měli usilovat o vyváženost a spravedlivost ve své práci.

- **Informační přetížení:** Příliš mnoho informací najednou může vést k dezorientaci a nedostatečnému porozumění obsahu. Média by měla být schopna prezentovat informace tak, aby byly stravitelné pro širší publikum.⁴⁵ V dnešní době, kdy si může divák kdykoli během sledování zpravodajství rozhodnout, jestli chce koukat na zpravodajství, kde se nepoužívají přehnané emoce nebo mezi senzačním zpravodajstvím, je pak pro diváka těžké při četnosti těchto možností rozlišit, jaké médium je relevantní nosič informací a jaké médium může ovlivnit představu o dané tématice.
- **Technologické bariéry:** Některé části společnosti mohou mít omezený přístup k moderním médiím kvůli nedostatku technologického vybavení nebo digitální gramotnosti. To může vést k nerovnému přístupu k informacím. V důsledku toho mohou mít někteří lidé nedostatek dovedností a schopností využívat nová média a platformy. Tyto bariéry mohou ovlivňovat jak samotný proces výroby médií, tak i způsob, jakým jsou média konzumována. Překonání těchto technologických bariér vyžaduje aktivní úsilí od médií, regulačních orgánů a veřejnosti. To zahrnuje investice do digitálního vzdělávání, zajištění přístupu k technologiím pro všechny vrstvy společnosti a vytváření bezpečnostních opatření k ochraně dat a kybernetické bezpečnosti.⁴⁶

⁴⁴ MUSIL, J. *Komunikace v informační společnosti*. Praha, 2007, s. 144.

⁴⁵ CHARVÁT, M. *O nových médiích, modularitě a simulaci*. Praha, 2017. s. 106.

⁴⁶ MC LUHAN, M. *Jak rozumět médiím*. Praha, 1991, s. 248.

- **Politický a ekonomický vliv:** Média mohou být ovlivňována politickými nebo ekonomickými zájmy, což může vést k selektivnímu zpravodajství a zkreslení informací. Média hrají roli v kontrolním mechanismu společnosti tím, že informují veřejnost o činnostech vlády a politiků a jsou klíčovým prvkem tzv. čtvrté moci. Bohužel je i samozřejmostí, že média mohou sloužit jako prostředek politické propagandy, což logicky následně ovlivňuje postoje a názory veřejnosti. Co se ekonomického vlivu týče, tak mnoho masmédií je závislých na reklamě pro generování příjmů.⁴⁷ Toto ovlivňuje obsah a formát médií, protože jsou motivována přilákat co nejvíce čtenářů nebo diváků. Čím větší mediální společenství, tím více může využívat svůj ekonomický vliv k lobbování a ovlivňování politiky v souladu s jejich zájmy.
- **Nedostatečná interaktivita:** Omezená možnost dialogu a interakce mezi médii a publikem může vést k jednostranné komunikaci, kde média nemusí dostatečně reagovat na názory a potřeby veřejnosti. Díky tomu se divák cítí nedostatečně zapojen a není tím pádem ani povzbuzen přemýšlet nad daným tématem. V některých případech se média mohou zaměřovat na standardizovaný obsah bez dostatečné individualizace pro různé segmenty publika. To může omezovat relevanci obsahu pro různé skupiny.

Překonání těchto komunikačních bariér je klíčové pro vytvoření zdravého a vzájemně prospěšného vztahu mezi médii a společností. Transparentnost, objektivita a snaha o aktivní zapojení veřejnosti mohou přispět k odstranění nedorozumění a vytvoření efektivnější komunikační dynamiky.⁴⁸

2.10 Faktory ovlivňující povahu krizové komunikace

- nedůvěra občanů vůči institucím,
- závislost na vyspělých technologiích,
- vzájemná celosvětová propojenost aktivit a jejich důsledků,
- nárůst využívání a složitosti technologií v každodenním životě,
- pochopení lidského podílu na vzniku rizik,
- nedůvěra v hodnocení rizik.⁴⁹

⁴⁷ BACOVSKÝ, V. *Média a politika: Politická komunikace ve věku medializace*. Diplomová práce. Vedoucí: Říchová Blanka. Praha: Univerzita Karlova, fakulta sociálních věd, Institut mezinárodních studií, 2008.

⁴⁸ VENKRBCOVÁ, K. *Vliv sdělovacích prostředků a internetu na formování zdravého životního stylu*. České Budějovice. Dostupné také z: https://theses.cz/id/oo8kjjw/downloadPraceContent_adipIdno_13292. Diplomová práce.. Vedoucí práce Mgr. František Kotrba. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích 2009

⁴⁹ VYMĚTAL, Š. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha, 2009, s. 38.

2.11 Gatekeeping

Předmětem studia „Gatekeepingu“ je otázka, jakým způsobem je kontrolována produkce masmediálních obsahů a jak tyto kontrolní instance lokalizovat. Kurt Lewin tuto koncepci rozvíjí v rámci analýzy rozhodovacích procesů uvnitř jednotlivých skupin. Cílem bylo zjistit, zda se má reklamní tažení, které má ovlivnit stravovací návyky během války obracet na společnost jako na celek nebo jen na jednotlivé rozhodující osoby. Bylo zjištěno, že otec rozhoduje, pokud jde o potraviny ze zahrady a matka rozhoduje o tom, pokud jde o potraviny kupované. „Gatekeeperem“ je označena osoba, která uvnitř procesu, ve kterém řešíme potraviny, rozhoduje o tom, které potraviny vezmeme a spotřebujeme. Gatekeeping znamená ovšem také označování množství informací, nebo výběr témat shledaných ke komunikaci a následně rozhodování o tom, jaké informace se stanou informacemi veřejnými a které ne.⁵⁰

⁵⁰ LEWIN, K. Field theory in social science: Selected theoretical papers.. New York, 1951, p. 107.

3 Deinformace a hoaxy

Deinformace, což jsou záměrně nepravdivé či manipulativní informace, sloužící k ovlivnění rozhodování či formování názorů přijímajících jednotlivců, představují závažný fenomén s potenciálem ohrožení zájmů České republiky. Tyto deinformace mohou se dotýkat různých oblastí, jako je ústavněprávní uspořádání, vnitřní a vnější bezpečnost, veřejný pořádek, zahraniční vztahy či společenská soudržnost. Zvláště problematickým jevem je šíření deinformací, které cílí na podněcování nenávisti a provokativní vyvolávání konfliktů ve společnosti, což vytváří atmosféru polarizace. Na druhé straně existují misinformace, které představují nepravdivé nebo zavádějící informace, avšak nejsou šířeny záměrně ani systematicky. I přesto, že se jedná o neutrální jev, misinformace mohou mít vážné důsledky, zejména pokud jsou šířeny ve velkém rozsahu a není jim věnována náležitá pozornost a oprava. Tím pádem, i když se jedná o odlišný typ informačních chyb, jakýmsi společným prvkem je jejich potenciál negativně ovlivnit veřejné mínění a podkopat důvěru v informační zdroje. Je proto klíčové vyvinout úsilí k identifikaci, omezení a v případě potřeby i k odvrácení šíření deinformací a misinformací, aby byla zachována integrita informačního prostoru a ochráněny klíčové zájmy společnosti.⁵¹

V České republice funguje na ministerstvu vnitra skupina s názvem: Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám (CTHH). Jedna z jeho složek se specializuje na odhalování deinformací a jejich vyvracení.⁵²

Hoax je falešná zpráva, informace nebo událost, která je úmyslně vytvořena nebo šířena s cílem dezinformovat, zavádět nebo manipulovat. Tato praktika je běžná v digitálním věku a může být prezentována v různých formách, včetně e-mailových řetězců, sociálních médií, webových stránek a dokonce i tradičních médií. Hoaxy mohou mít různé motivace, včetně politických, finančních, osobních nebo ideologických. Charakteristiky hoaxů zahrnují jejich často sensationální povahu, nedostatek důkazů a záměrný manipulativní účel. Tyto falešné zprávy mohou být prezentovány jako pravdivé informace, často s úmyslem vyvolat emoce, strach nebo paniku. Mnohdy jsou doprovázeny zdánlivě důvěryhodnými zdroji nebo podvrženými důkazy. Šíření hoaxů se často děje až velmi rychle díky virálnímu efektu a sdílení

⁵¹ BITTMAN, L. *Mezinárodní deinformace – černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. Praha, 2000, s. 95.

⁵² *Definice deinformací a propagandy - Centrum proti hybridním hrozbám* [online]. Ministerstvo vnitra České republiky 2021. [cit. 2024-01-15]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-deinformaci-a-propagandy.aspx>

uživateli na sociálních médiích. Jednou z hlavních strategií je využití emocí a přitahování pozornosti prostřednictvím senzačních titulků a nadnesených tvrzení.⁵³ Dopady hoaxů na společnost jsou značné. Mohou vyvolat paniku, zmatek a nedůvěru v důvěryhodnost informačních zdrojů. Některé hoaxové zprávy mohou mít dokonce vážné následky, jako je šíření nenávisti, porušování bezpečnosti nebo způsobení škodlivých reakcí veřejnosti.

Výše uvedené desinformace a hoaxy jsou velmi diskutabilním tématem, jelikož Česká republika a konkrétně Ústava České republiky každému z nás zaručuje svobodu slova. Mnozí z nás ovšem tohoto zneužívají. Dokáží svým svobodným slovem záměrně šířit nepravdivé poplašné zprávy, či prosazování nenávisti a podněcování k násilí. Takové jednání je v rozporu s platnými zákony a je podle nich postihováno.

Šíření poplašné zprávy je trestným činem. Tento trestný čin je upraven v § 357 zákona č. 40/2009 Sb., jako šíření poplašné zprávy.

„(1) Kdo úmyslně způsobí nebezpečí vážného znepokojení alespoň části obyvatelstva nějakého místa tím, že rozšiřuje poplašnou zprávu, která je nepravdivá, bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo zákazem činnosti.“

„(2) Kdo zprávu uvedenou v odstavci (1) nebo jinou nepravdivou zprávu, která je způsobilá vyvolat opatření vedoucí k nebezpečí vážného znepokojení alespoň části obyvatelstva nějakého místa anebo bezdůvodnou záchrannou práci integrovaného záchranného systému sdělí soudu, orgánu Policie České republiky, orgánu státní správy, územní samosprávy, nebo jinému orgánu veřejné moci, právnické osobě, fyzické osobě, která je podnikatelem, anebo hromadnému informačnímu prostředku, bude potrestán odnětím svobody na šest měsíců až tři léta nebo zákazem činnosti.“⁵⁴

3.1 Boj s dezinformacemi

V boji s dezinformacemi se zdá být klíčovým faktorem kombinovat různé přístupy a strategie. Průzkum a následná podpora výzkumu mohou hrát klíčovou roli ve všech dále uvedených oblastech. Rychlé vyvracení fám vyžaduje agilní a efektivní reakce na šíření

⁵³ GREGOR, M. a VEJVODOVÁ, P. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno, 2018, s. 16.

⁵⁴ Zákon č. 40/2009 Sb. Trestní zákoník v posledním znění. [online]. *ASPI*. 2009. Wolter Kluwer. Dostupné z: <https://www.aspi.cz/products/lawText/1/68040/1/2/zakon-c-40-2009-sb-trestni-zakonik/zakon-c-40-2009-sb-trestni-zakonik>. [citováno 2024-03-23].

dezinformací. Analýza sociálních médií a online platform může odhalit trendy šíření konspiračních teorií, a tím umožnit rychlé a cílené vyvracení. Technologie sledování dezinformací a analýzy trendů mohou poskytnout cenné informace, které umožní identifikovat klíčové momenty a platformy pro intervenci. Propagace „dezinformační očkování“ je další důležitou oblastí, kde výzkum může pomoci.⁵⁵ Analyzovat, jaké příběhy nebo argumenty jsou nejefektivnější při oslabování konspiračních teorií, může vést k vytváření obsahu, který je odolnější vůči dezinformacím. Testování výše uvedeného očkování na různých sociálních skupinách může poskytnout důležité informace o jejich účinnosti. V oblasti "dezinformačního očkování" je třeba zkoumat, jaký typ informací a formátů má největší dopad při posilování odolnosti jednotlivců vůči dezinformacím. Vytváření programů, které aktivně poskytují lidem nástroje na kritické myšlení a rozpoznávání dezinformací, může být klíčovým krokem. Průzkum může zkoumat, jaký obsah je pro lidi nejvíce relevantní a jaké metody jsou nejefektivnější při podporování kritického myšlení.⁵⁶ Celkově lze tedy říci, že průzkum může hrát klíčovou roli v optimalizaci strategií v boji s dezinformacemi a přispět k vytváření efektivních opatření v každé z identifikovaných oblastí.

Boj s dezinformacemi v médiích je neustálým výzvou, která vyžaduje komplexní přístup. Zde jsou některé klíčové aspekty a strategie, které mohou být implementovány:

- **Rozvoj novinářských dovedností:** Podpora novinářských dovedností a etických standardů je zásadní pro prevenci šíření dezinformací. Školení novinářů v oblasti ověřování faktů, analýze dat a kritického myšlení může zlepšit kvalitu informací poskytovaných veřejnosti.
- **Transparentnost a míra odpovědnosti:** Média by měla být transparentní ohledně svých redakčních postupů a financování. Otevřená komunikace s publikem a schopnost odpovídat na otázky a obavy mohou zvýšit důvěryhodnost a odolnost médií vůči dezinformacím.⁵⁷
- **Monitoring sociálních sítí:** Sociální média jsou často klíčovým médiem pro šíření dezinformací. Sledování sociálních sítí a analýza trendů mohou umožnit rychlou identifikaci a reakci na dezinformace. Spolupráce s platformami sociálních médií může posílit úsilí o omezení šíření fám.⁵⁸

⁵⁵ FARKAS, V. a BINAR, I. *Lži za války a míru: Tajná moc tvůrců veřejného mínění*. Praha, 2004, s. 50.

⁵⁶ JOWETT, G. a O'DONNELL, V. *Propaganda and Persuasion*. 5.th ed. USA, 2012, p 44.

⁵⁷ LEWIN, K. *Field theory in social science: Selected theoretical papers*. New York, 1951, p. 107.

⁵⁸ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha, 2010, s. 211.

- **Vzdělávání veřejnosti:** Mediální gramotnost a vzdělávání veřejnosti jsou klíčové v prevenci šíření dezinformací. Programy mediální výchovy by měly být zaměřeny na rozvoj schopnosti rozpoznat dezinformace, ověřovat zdroje a kriticky hodnotit informace. Rozhodně by mediální výchova měla být zahrnuta nejen do osnov základních škol ale i do celoživotního vzdělávání pro veřejnost
- **Fakta:** Poskytování informací v kontextu je důležité pro zabraňování chybné interpretace. Média by měla aktivně vysvětlovat komplexní témata, zahrnovat různé perspektivy a prezentovat informace s ohledem na objektivitu.
- **Sledování a analyzování dezinformačních kampaní:** Průzkum a monitorování dezinformačních kampaní mohou odhalit trendy a strategie, které jsou využívány. Tato analýza může být základem pro vytváření efektivnějších protiopatření.
- **Podpora nekomerčních a nezávislých médií:** Posilování nezávislých médií a investigativní žurnalistiky je důležité pro udržení pluralitního informačního prostředí. Nezávislá média mají větší šanci odhalovat a odolávat tlaku na šíření dezinformací.⁵⁹

Poskytnutí faktů nám, jako veřejnosti již nestačí. Abychom se mohli ve svém vlastním životě rozhodnout, i když nemáme dostatek odborných znalostí, abychom rozklíčovali co je pravdou a co je lží potřebujeme pracovat s uměním vyhodnocování informací. Zda jsou věrohodné nebo ne.

Boj s dezinformacemi vyžaduje komplexní úsilí od médií, veřejnosti, vládních institucí a technologických platforem. Efektivní spolupráce a koordinace v těchto oblastech mohou přinést lepší výsledky v odhalování a omezení šíření dezinformací.⁶⁰ Celkově je cílem vzdělávání ohledně dezinformací vytvořit informačně gramotnou společnost, která je schopna kriticky analyzovat a efektivně reagovat na výzvy spojené s dezinformacemi v moderním světě. Vzdělávání zaměřené na problematiku dezinformací hraje klíčovou roli v posilování společenské odolnosti vůči šíření klamavých informací. Součástí těchto

⁵⁹ BACOVSKÝ, Václav. *Média a politika: Politická komunikace ve věku medializace*. Diplomová práce. Vedoucí: Říchová Blanka. Praha: Univerzita Karlova, fakulta sociálních věd, Institut mezinárodních studií, 2008.

⁶⁰ BRDIČKA, Bořivoj. *Vědecký přístup k dezinformacím ve výuce* [online]. Metodický portál: Spomocník 06. 02. 2023. [cit. 2024-03-21]. Dostupný z WWW: <<https://spomocnik.rvp.cz/clanek/23415/VEDECKY-PRISTUP-K-DEZINFORMACIM-VE-VYUCE.html>>. ISSN 1802-4785.

vzdělávacích programů jsou některé klíčové prvky, které mají za cíl vybavit studenty a veřejnost dovednostmi potřebnými k efektivnímu odhalování a odolání dezinformacím.⁶¹

BIS v boji proti dezinformacím aktivně spolupracuje s médii, aby veřejnost informovala o aktuálních bezpečnostních událostech a hrozbách. Tato spolupráce zahrnuje poskytování informací médiím prostřednictvím oficiálních prohlášení a tiskových zpráv, a také organizování briefingu pro novináře, kde jsou poskytovány podrobné informace o specifických bezpečnostních otázkách. BIS spolupracuje s médii při vyšetřování událostí a sdílení informací, které mohou být důležité pro veřejnost. Tato spolupráce je důležitá pro zajištění transparentnosti a posílení důvěry veřejnosti v práci BIS. Také kromě toho BIS přispívá k veřejné osvětě a vzdělávání prostřednictvím účasti na veřejných diskuzích a poskytování expertních analýz v médiích. Tímto způsobem pomáhá veřejnosti lépe porozumět bezpečnostním otázkám a rizikům a zvyšuje její schopnost reagovat na ně.⁶² Při sběru informací má BIS široké pravomoci a metody. Je oprávněna využívat zpravodajské prostředky a spolupracovat s osobami jednajícími v jejím prospěchu. Tyto osoby mohou poskytovat cenné informace a kontakty k důležitým subjektům. Celkově tedy spolupráce mezi BIS a médii přispívá k ochraně národní bezpečnosti a zajištění informovanosti veřejnosti. Avšak nezůstává uzavřená před veřejností, jak se může zdát. Snaží se nalézt cesty, jak efektivně komunikovat s občany, ať už prostřednictvím veřejných informačních kampaní, otevřených diskuzí a rozhovorů nebo prostřednictvím svých oficiálních kanálů a webových stránek.

Prvním důležitým prvkem boje s dezinformacemi je rozvoj mediální gramotnosti. Programy by měly poskytovat dovednosti kritického myšlení, analýzy médií a rozpoznání různých médií a jejich motivací. Ověřování faktů je dalším klíčovým aspektem vzdělávacích programů. Účastníci by měli být školeni v kritickém posuzování zdrojů informací a v umění získávat informace z důvěryhodných zdrojů. Vzhledem k významné roli sociálních médií v šíření dezinformací by měly vzdělávací programy zahrnovat povědomí o správném chování online, schopnost rozpoznat manipulativní obsah a dovednost bezpečně sdílet informace. Školní učitelé a vzdělavatelé by měli být také součástí vzdělávání, aby měli dostatečné znalosti

⁶¹ *Mediální vzdělávání je účinnou zbraní proti dezinformacím* [online]. Media Guru 2023. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/12/medialni-vzdelavani-je-ucinnou-zbrani-proti-dezinformacim/>

⁶² *Jak pracujeme*. [online]. Bezpečnostní informační služba 2024. [cit. 2024-02-20]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/jak-pracujeme/>

o dezinformacích a byli schopni účinně vyučovat žáky, jak se vyhnout dezinformacím a jak kriticky hodnotit informace. Vzdělávací programy by měly vyznávat interaktivní přístup, který zahrnuje praktické příklady, cvičení a simulace. To umožňuje účastníkům aktivně se zapojit a aplikovat naučené dovednosti v praxi.⁶³ Zapojení komunity je klíčové pro úspěch těchto programů, a proto by měly být aktivity zaměřeny na posílení společenské odolnosti, sdílení znalostí a podporu spolupráce v rámci komunity. Vzhledem ke globální povaze dezinformací by měly vzdělávací programy zahrnovat povědomí o mezinárodních dimenzích dezinformací a podporovat kritické myšlení ve vztahu k různým kulturním a politickým kontextům. S ohledem na rychlý vývoj technologií a nové formy dezinformací by měly být vzdělávací programy pružné a pravidelně aktualizované, aby reflektovaly aktuální trendy a technologické inovace.

3.2 Vzdělávání ohledně médií a dezinformací

Lze konstatovat, že povědomí o dezinformačních nástrojích a tricích a o jejich důsledcích je nízké a stejně je nízká i zpravodajská gramotnost. Vzdělávání ohledně těchto nástrojů může mít preventivní účinek, avšak zvyšování zpravodajské gramotnosti je velmi dlouhý proces bez okamžitého efektu. Efektivnější formou je budování vztahové důvěry k seriózním médiím. Většina ohrožených skupin potřebuje v této nové situaci orientační body, kterých se potřebují chytit. Občané podporují, aby se kladl větší důraz na vyvracení dezinformací v médiích a na sociálních sítích. Veřejnost stále velmi důvěřuje lékařům a spíše se „ztrácí“ v informačním proudu, než by se zcela stavěla proti faktům ohledně Covid-19. Vzhledem k tomu, že důvěra ve vládní informace je velmi nízká, měla by vláda podporovat nezávislé snahy jako například: ověřování faktů nevládními organizacemi a médii, vysvětlující zpravodajství v médiích a komunikaci lékařů, iniciativy mediků, vědců apod. Nejméně třetina těch, kdo šíří konspirační teorie, to dělá mimo jiné kvůli sociální interakci a pocitu sounáležitosti.⁶⁴

⁶³ MINAŘÍKOVÁ, K. *Ve školách posílí mediální výchova. Problém jsou dezinformace i politici.* [online] Deník.cz 2023. [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/medialni-vychova-dezinformace-skola-vyuka-20240403.html

⁶⁴ HUĎO, Ľ. *Mediální krysy aneb jak novináři manipulují.* Praha, 2009, s. 20.

4 Aktuální trendy krizové komunikace

Současné prostředí je pro krizovou komunikaci vliv globalizace a jejími širokými ekonomickými, politickými, kulturními, ekologickými, zdravotními a bezpečnostními souvislostmi. Elektronická masmédiá nám umožňují kontakt s kýmkoli, kdekoliv a okamžitě. Důležitým aspektem se stává potřeba sdílení moci a sdílení odpovědnosti mezi vládou a angažovanou veřejností. Krizová komunikace společně s komunikací rizika by neměla být chápána autoritami jen jako způsob, jak přesvědčit zainteresované subjekty či veřejnost, že jejich řešení je jediné správné, nebo jako způsob prosazování vlastních zájmů. V žádném případě není přípustné využívat poznatků krizové komunikace k manipulaci veřejnosti.⁶⁵ Co můžeme posoudit sami, zda se tak děje, či naopak.

Cílem krizové komunikace je zapojit veřejnost do přípravy, realizace i vyhodnocení krizových opatření. Pomocí efektivní komunikace rizik lze dosáhnout toho, že si veřejnost uvědomuje riziko a chová se způsobem odpovídajícím a zároveň eliminuje případná další rizika.⁶⁶ Krizová komunikace je obousměrný proces, který má přispívat tomu, že odpovědné autority porozumí veřejnosti a tomu, co je pro ni přijatelné riziko. Výsledkem je proaktivní šíření správných, přesných a vhodných informací, na základě kterých mohou všechny zúčastněné subjekty volit alternativy respektující jejich vlastní kritéria akceptovatelnosti rizika.⁶⁷

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) vydala směrnici, která obsahuje hlavní zásady krizové komunikace:

- akceptovat veřejnost jako legitimního partnera,
- pečlivě plánovat a vyhodnocovat proces komunikování,
- naslouchat svým posluchačům,
- být čestní, otevření a upřímní,
- koordinovat své aktivity a spolupracovat s ostatními důvěryhodnými partnery,
- vycházet aktivně vstříc potřebám médií,
- mluvit jasně, srozumitelně a s empatií.⁶⁸

⁶⁵ BEDNÁŘ, V. *Krizová komunikace s médii*. Praha, 2012. 192 s.

⁶⁶ CHALUPA, R. *Efektivní krizová komunikace: pro všechny manažery a PR specialisty*. Praha, 2012, s. 17.

⁶⁷ VYMĚTAL, Š. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha, 2009, s. 35.

⁶⁸ *OECD Guidance Document on Risk Communication for Chemical Risk Management. OECD Environment, Health and Safety Publications Series on Risk Management* [online]. Paris 2002. [cit. 2024-01-15]. Dostupné z: [https://one.oecd.org/document/ENV/JM/MONO\(2002\)18/en/pdf](https://one.oecd.org/document/ENV/JM/MONO(2002)18/en/pdf)

4.1 Sedm kroků efektivní komunikace

1. Odhad potřeb a limitů médií a vlastních možností pro vztah s médii.
2. Tvorba cílů, plánů a strategií pro komunikaci s médii.
3. Trénink komunikátorů.
4. Příprava sdělení- jasně a stručně.
5. Identifikace aktiv médií a jejich cílových skupin.
6. Poskytování sdělení- jasných, včasných a cílených.
7. Vyhodnocení efektu sdělení a postupů.⁶⁹

V tématu krizové komunikace a komunikaci rizik dostává do povědomí důraz na problematiku veřejného zdraví, ať už ve smyslu podpory zdravého životního stylu nebo prevence a zmírňování dopadů očekávaných mimořádných událostí. Efektivní komunikace s veřejností skrze sdělovací prostředky se stává základní dovedností v oblasti podpory veřejného zdraví. Do popředí zájmu odborníků vstupují nové hrozby, které souvisejí se změnami klimatu, globalizací, sociálními a politickými fenomény, například: masová migrace, šíření infekčních chorob, očekávaná pandemie chřipky, bioterorismus.⁷⁰ Nicméně je důležité si uvědomit, že snaha o aktivnější komunikaci jednotlivých resortů není automaticky synonymem zlepšení strategické komunikace státu jako celku. Absence koordinačního orgánu a podřízení komunikačních kapacit jednotlivých ministerstev politickým cílům vedou k nedostatečné koordinaci a možnému protirečení mezi institucemi. V současné době tak nelze v České republice hovořit o skutečné strategické komunikaci na úrovni státu.

V současné době je stále naléhavější potřeba strategické komunikace, která vyplývá z nástupu sociálních médií a celkové medializace světa. Klasická forma komunikace již není dostačující, a proto je nezbytné přistoupit k strategickému přístupu. Přestože se o nutnosti strategické komunikace hovoří stále častěji, mnohým institucím, včetně těch státních, chybí jasná představa o tom, co tato koncepce přesně znamená a jak se odlišuje od tradičního public relations⁷¹ (dále jen PR).

⁶⁹ VYMĚTAL, Š. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha, 2009, s. 43.

⁷⁰ SALÁTOVÁ, R. *Komunikace s veřejností v době řešení krizové situace* [online]. České Budějovice [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/8faii9/404320>. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zdravotně – sociální fakulta. Vedoucí práce Jan Horák, 2008.

⁷¹ *Všechno, co jste kdy chtěli vědět o strategické komunikaci (ale báli jste se zeptat)* [online]. Ministerstvo vnitra České republiky 2024. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/vsechno-co-jste-kdy-chteli-vedet-o-strategicke-komunikaci-ale-bali-jste-se-zeptat.aspx>

Public relations nebo-li PR. V překladu vztahy s veřejností. Jedná se většinou o komunikační a mediální aktivity, kterých se osobnost, firma nebo instituce dopouští proto, aby v očích veřejnosti měla dobrou pověst. PR se často zaměřuje za reklamu. Reklama působí jednostranně, PR zohledňuje, působí a zpracovává obě strany, počítá s reakcí nebo interakcí toho, komu je sdělení určeno. Mezi nástroje PR počítáme například výroční zprávy, podnikový časopis, různé soutěže – třeba zaměstnanec/zaměstnankyně měsíce.⁷²

Strategická komunikace, jak ji definují odborníci, není pouze o samotné komunikaci. Je to komplexní kombinace různých oblastí, včetně public relations, marketingu, reklamy a řízení. Dr. Carsten Bockstette doplňuje, že strategická komunikace zahrnuje plánování a realizaci informačního toku, budování mediálních vztahů a reputace v dlouhodobém horizontu, a to za spolupráce všech součástí organizace, nikoliv pouze komunikačního oddělení. Rozdíl mezi strategickou komunikací a klasickým PR spočívá především v přístupu. Zatímco klasické PR se často soustředí na krátkodobé taktiky a izolované akce, strategická komunikace sleduje dlouhodobé cíle a pracuje s plánem, jak tyto cíle dosáhnout. Je to tedy rozdíl mezi pouhým děláním komunikačních věcí a děláním těchto věcí správně, v souladu s dlouhodobou strategií. Ať už je organizací stát nebo firma, principy strategické komunikace zůstávají podobné. Oba subjekty komunikují jak směrem dovnitř, tak ven, s cílem udržovat a budovat vztahy, buď mezi zaměstnanci a mezi občany a partnery. Ačkoliv jsou jejich cíle odlišné (například zisk versus služba občanům), způsob, jakým komunikují, je podobný. Pro dosažení úspěšné strategické komunikace je nezbytné stanovit si jasné cíle a měřitelné ukazatele úspěchu. Bez toho není možné posoudit efektivitu komunikačních aktivit a případně je upravit či zdokonalit.⁷³ Navíc je důležité, aby strategická komunikace byla integrována do celkové strategie organizace a zapojena do rozhodovacího procesu, a to zejména při definování strategických cílů. Změna paradigmatu směrem k strategické komunikaci je nezbytná pro efektivní a úspěšné komunikování v dnešním medializovaném světě. Ať už se jedná o stát, firmu nebo jakoukoliv jinou organizaci, schopnost strategicky komunikovat je klíčová pro budování vztahů, reputace a dosahování dlouhodobých cílů.⁷⁴

⁷² HEJLOVÁ, D. *Public relations*. Praha, 2015, s. 16-20.

⁷³ ATHERTON, J. *Strategie sociálních médií: Jak využít sociální média k oslovení, získání a udržení zákazníků*. Brno, 2022, s. 47.

⁷⁴ SYROVÁTKA, J., PINKAS, Š., a DUŠKOVÁ, L. *Strategická komunikace v České republice: Reflexe současného stavu a návrhy na jeho zlepšení*. [online]. PSSI 2019. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://www.pssi.cz/download/docs/8091_731-studie-strategicka-komunikace-v-cr.pdf

V České republice se povědomí o důležitosti komunikace státu s občany rozvíjelo pomalu. V první dekádě existence státu byla koordinovaná komunikace předcházející připravovaným reformám spíše výjimečná. Výrazným mezníkem byla kampaň před referendem o vstupu do Evropské unie v roce 2003, do níž se zapojili i aktéři ze soukromého sektoru. Od té doby bylo realizováno několik komunikačních kampaní, ale často šlo o jednorázové aktivity bez souvislé strategie. Situace se začala měnit po roce 2014 v reakci na zhoršení bezpečnostní situace v Evropě a nárůst dezinformací a propagandy.⁷⁵ Nicméně v současné době stále chybí koordinace a celková strategie, a proto nelze hovořit o strategické komunikaci státu jako celku. V roce 2017 sice vzniklo Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám na Ministerstvu vnitra, ale podobné útvary na ostatních resortech nevznikly. I přesto se některé silové složky, jako Armáda České republiky, snaží zvyšovat svoji komunikaci, zejména prostřednictvím sociálních médií. Jako jedním z příkladů mohou být aktivity Bezpečnostní informační služby spojené se založením účtu na Twitteru nebo častějším vystupováním ředitele Bezpečnostní informační služby Michala Koudelky v médiích nebo Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost. Konkrétním případem komunikace této instituce může být například varování před produkty firem Huawei a ZTE, které vyvolalo výraznou odezvu veřejnosti.⁷⁶

Otázka účasti bezpečnostních složek státu na sociálních sítích je komplexní a vyžaduje zvážení různých faktorů. Bezpečnostní složky musí být opatrné při sdílení citlivých informací na veřejně dostupných platformách. Sociální média umožňují rychlou a okamžitou komunikaci s veřejností v případě mimořádných událostí, jako jsou přírodní katastrofy, teroristické útoky nebo jiné mimořádné události. Bezpečnostní složky mohou prostřednictvím sociálních sítí rychle sdělovat důležité informace a instrukce, které jsou pro danou situaci nejpodstatnější. Což se značně ukázalo během doby covidu, kdy nikdo z nás nevěděl, co se bude dít a vystávalo spoustu otazníků nad věcmi běžného života a fungování člověka. Mnohdy se stalo, že ráno, co jsme se vzbudili, byla situace nějaká a při sledování večerních zpráv bylo vše jinak. Při nárůstu sledovanosti nejen televizního vysílání ale i sociálních sítí v době covidu se najde málo lidí, které by neznaly tento znak.

⁷⁵ HAVLÍČEK, P. *Vláda podceňuje strategickou komunikaci s občany. Neumí vysvětlit své kroky, vyklízí prostor dezinformátorům* [online]. DeníkN 2024. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://denikn.cz/1102420/vlada-podcenuje-strategickou-komunikaci-s-obcany-neumi-vysvetlit-sve-kroky-vyklizi-prostor-dezinformatorum/>

⁷⁶ SYROVÁTKA, J, PINKAS, Š., a DUŠKOVÁ, L. *Strategická komunikace v České republice: Reflexe současného stavu a návrhy na jeho zlepšení*. [online]. PSSI 2019. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://www.pssi.cz/download/docs/8091_731-studie-strategicka-komunikace-v-cr.pdf

5 Vybrané mimořádné události

Pandemie covidu-19 představovala virovou epidemii způsobenou koronavirem SARS-CoV-2 na území České republiky. Tato nemoc se stala součástí celosvětové pandemie, která se objevila v prosinci 2019 v čínském městě Wu-chan. Šíření nemoci se rychle rozšířilo mimo pevninskou Čínu, a první tři případy na českém území byly potvrzeny 1. 03. 2020. Severní Itálie byla považována za primární zdroj infekce. Nedostatek ochranných pomůcek byl patrný během rychlého šíření epidemie a také k šíření prvních dezinformací.



Obrázek č.1 Žlutý vykřičník, který používal Dominik Feri na svém Instagramu
Zdroj: <https://sitevhrsti.cz/dominik-feri-na-instagramu/>

První opatření byla přijata 03. 03. 2020, a 11. 03. následně oznámeno uzavření škol. Dne 12. 03. byl vyhlášen nouzový stav s mnoha omezeními.⁷⁷ Od 16. 03. byly výjimkou uzavřeny státní hranice. Napětí mezi lidmi gradovalo.⁷⁸ Od 14. 10. došlo k uzavření škol a restaurací, zákazu nočního vycházení a omezením shromáždění. K 01. 11. bylo Česko s nejvyšším počtem úmrtí na obyvatele.⁷⁹ V tuto dobu se po internetových stránkách a sociálních sítích raketovou

⁷⁷ NOVÁK, M. *Jak začala pandemie a co Čína tajila? Rekonstrukce osudného ledna den po dni.* [online]. Aktuálně.cz 2024. [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/jak-zacala-pandemie-koronaviru-rekonstrukce-den-po-dni/r~8a4895ea9e6d11ea80e60cc47ab5f122/>

⁷⁸ *Mimořádné opatření – uzavření základních, středních a vysokých škol od 11. 3. 2020* [online]. Ministerstvo zdravotnictví České republiky 2020. [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://mzd.gov.cz/mimoradne-opatreni-uzavreni-zakladnich-strednich-a-vysokych-skol-od-11-3-2020/>

⁷⁹ NOVÁK, M. *Jak začala pandemie a co Čína tajila? Rekonstrukce osudného ledna den po dni* [online]. Aktuálně.cz 2024. [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/jak-zacala-pandemie-koronaviru-rekonstrukce-den-po-dni/r~8a4895ea9e6d11ea80e60cc47ab5f122/>

rychlostí šíří dezinformace například, že „Covid-19 je umělá hysterie vyvolaná vládami za účelem ovládnutí občanů.⁸⁰

Žlutý trojúhelník, který začal používat 20. 03. 2020 dnes již bývalý člen české Poslanecké sněmovny Dominik Feri. Poprvé zareagoval na vládní tiskovou konferenci se žlutým vykřičníkem. V té době si nebyl jistý, zda plně chápe smysl a důležitost předávaných informací. Teprve později, při podrobnějším studiu opatření Feri zjistil, že hrozba koronaviru není pouhým momentálním jevem a že před námi stojí velký problém v komunikaci této situace, proto začal žluté vykřičníky používat.⁸¹

Podle Střediska empirických výzkumů je během pandemie rozdělena společnost na skupiny.

- Konformní - Respektují opatření a spíše nevěří konspiračním teoriím o Covid-19. Celkem 55 % osob.
- Pochybující - Respektují sice opatření, ale věří mnoha konspiračním ohledně Covid-19. Třetina z nich se cítí dezorientovaná v aktuálním zpravodajském světě a je velmi skeptická vůči médiím obecně. Nemají široké povědomí o iniciativách zaměřených na ověřování faktů, o tom, jak se ověřují fakta na sociálních sítích, nebo o dezinformačních snahách. Celkem 25 % osob.
- Odmítající - Nerespektují bezpečnostní opatření a věří v mnoho konspirací ohledně Covid-19. Zatím je nešíří. Celkem 9 % osob.
- Sdílející konspirace - většinou věří v konspirace spojené s Covid-19 a řeší svou nedůvěru ve vládu nebo veřejná média sdílením „pravdy“ prostřednictvím sociálních sítí nebo e-mailu. Celkem 6 % osob.
- Nedůvěřiví - vybočující skupina, která nevěří konspiračním o Covid-19, ale má nízkou ochotu k bezpečnostním opatřením. Jak je vidět dále, liší se od předchozích čtyř skupin v mnoha ohledech. Celkem 5 % osob.⁸²

⁸⁰ Covid-19 a šířitelé konspiračních teorií: Průzkum postojů české veřejnosti [online]. STEM 2021. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/04/STEM_COVID-19-a-siritele-konspiraci-CZ-verejne.pdf

⁸¹ Feri na Instagramu objasňuje krizová opatření. Má to dělat vláda, miní. [online]. IDNES.cz 2024. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/dominik-feri-rozhovor-instagram-koronavirus-volby-snemovna.A201015_183732_domaci_karb

⁸² Covid-19 a šířitelé konspiračních teorií: Průzkum postojů české veřejnosti [online]. STEM 2021. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/04/STEM_COVID-19-a-siritele-konspiraci-CZ-verejne.pdf

Nedůvěra a dezorientace ohledně Covid-19 byla alarmující a dlouhodobě ovlivňovala důvěru v média a instituce. Hlavně v tehdejší vládu premiéra Andeje Babiše. Důvěře samozřejmě nepřispělo ani neustále jmenování a odvolávání ministrů zdravotnictví. Na ministerstvu zdravotnictví se jich za tříleté trvání pandemie Covid-19 vyměnilo 6.⁸³ V tuto dobu měly být dezinformace řešeny nejen kvůli dopadu na pandemii Covid-19, ale také kvůli tomu, jaký dopad mají na celkovou odolnost občanů. Rizikovými skupinami, které mohou mít negativní dopad na pandemii, jsou především skupiny Pochybující a Odmítající. Na ně je třeba se zaměřit pomocí sdělení, která jsou šitá na míru a která využívají na státu nezávislé mluvčí, jako jsou lékaři nebo nezávislí ověřovatelé faktů, a to jak prostřednictvím veřejnoprávních médií, tak prostřednictvím soukromých televizí nebo bulváru.⁸⁴ Zprávy by se měly zaměřit na svědectví z nemocnic, ale ne na pouhé útržky, nýbrž na celistvé vysvětlení toho, jak nemocniční péče na covid odděleních funguje, jakou má logiku, a na předběžné vyvrácení falešných zpráv o očkování.⁸⁵ Základní informace o „fungování“ pandemie se snadno ztratí pod nánosy mediálních zpráv a je třeba je atraktivním způsobem opakovat. Do komunikačního úsilí je třeba zapojit i nestátní subjekty, protože pověst vlády už byla značně poškozena. K tomu je však zapotřebí, aby tyto subjekty dostaly podporu ze strany vlády (nebo aby je vládní zdroje respektovaly), jinak by se jejich hlas mohl snadno utopit v množství ostatních sdělení.⁸⁶

Podle dostupných výzkumů vyšlo, že dezinformacím spojeným s Covid-19 věří přibližně dvě pětiny (40 %) obyvatel ČR, kteří jsou aktivní v online prostředí. Více než třetina Čechů se například domnívá, že česká vláda přehání rizika, aby mohla zneužít pandemii k ovládnutí občanů, nebo že tají vedlejší účinky očkování, nebo že nemocnice zveličují rizika, aby vydělaly peníze. Dezinformátoři tuto situaci využili ve svůj prospěch. Média byla zaplavena dezinformacemi a nepodloženými názory lidí. Potýkání se s dezinformacemi představuje výzvu pro společnost budoucnosti. Kromě nezbytného doplnění informací masivní vzdělávací kampaní na všech úrovních společnosti je klíčové, aby do boje proti dezinformacím

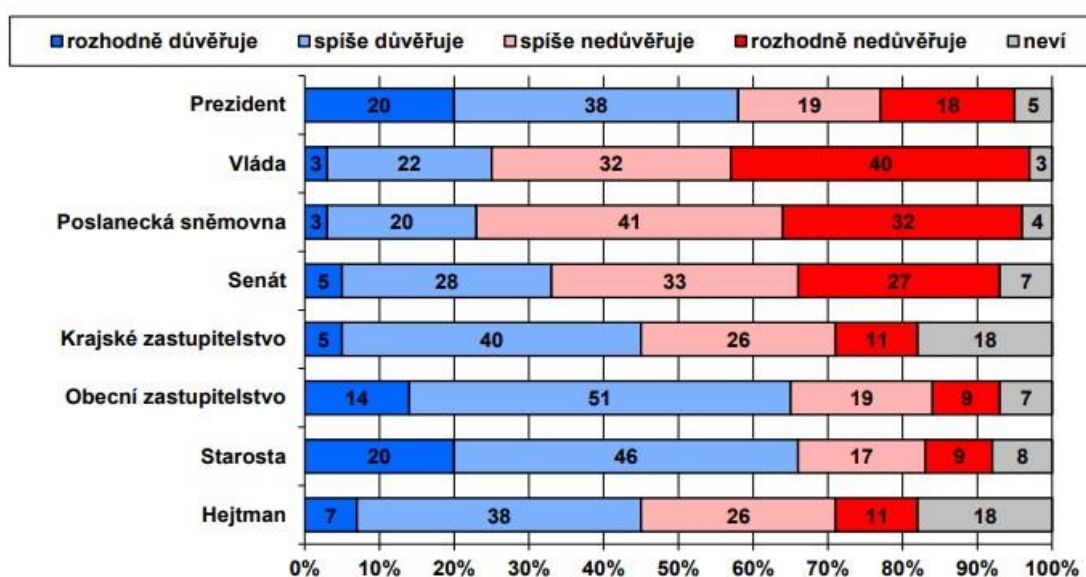
⁸³ *Seznam ministrů zdravotnictví České republiky* [online]. Wikipedia: the free encyclopedia 29. 11. 2023 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_ministr%C5%AF_zdravotnictv%C3%AD_%C4%8Cesk%C3%A9_republiky

⁸⁴ Vybíral Z., *Psychologie komunikace*. Praha, 2005, s. 177.

⁸⁵ *Covid-19 a šířitelé konspiračních teorií: Průzkum postojů české veřejnosti* [online]. STEM 2021. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/04/STEM_COVID-19-a-siritele-konspiraci-CZ-verejne.pdf

⁸⁶ UVIVERSITY of NEW YORK in PRAGUE. *Fake News a Covid-19: Jak „naočkovat“ veřejnost proti dezinformacím* [zvukový záznam- Youtube]. 19.05.2021, dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=kOVZh4CjUME>

vstoupil i stát. V současné době se v mediálním prostoru stát příliš neangažuje v boji s dezinformacemi, s výjimkou existujících webových stránek zaměřených na dezinformace spojené s Covid-19. Úloha státu v této oblasti se často omezuje na proklamace typu "nepodléhejte dezinformacím", aniž by bylo jakýmkoliv způsobem vysvětleno, co je pravda a co ne. Nesmírně důležitou roli hraje i prezident, který by se měl aktivně angažovat ve veřejném prostoru. Měl by vysvětlovat rozdíl mezi pravdou a dezinformací a zdůrazňovat, jak mohou nepravdivé informace poškodit nejen naše zdraví, ale i celou společnost. Jeho účast by měla být součástí celkové strategie boje proti dezinformacím, přičemž cílem by mělo být nejen varování před nepravdivými informacemi, ale i posilování mediální gramotnosti a kritického myšlení.⁸⁷



Graf 1: Důvěra/nedůvěra obyvatel ústavním institucím (%) 28. 7. – 25. 9. 2023

5.1 Dezinformace během pandemie Covid-19

S příchodem viru se začal šířit i obecný strach z neznámého. Státy po celém světě byly nuceny přijmout různá opatření, restrikce a rozšířené „lockdowny“, která vedla k zvýšenému zájmu lidí o aktuální události. Většina populace začala více sledovat média a hledat informace na internetu. Problém však spočíval v nedostatku informací, protože tehdy nikdo ještě neznal přesné fungování viru, účinné způsoby obrany nebo jak zabránit jeho šíření. Dne 12. března

⁸⁷ KOPECKÝ, K. *Anatomie dezinformací v kontextu pandemie Covid-19.* . [online]. E-bezpečí 2021. Olomouc: Univerzita Palackého [cit. 2024-01-15]. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2408-anatomie-dezinformaci-v-kontextu-pandemie-Covid-19>

2020 byl vyhlášen nouzový stav a hromadné akce byly omezeny již od dvaceti osob.⁸⁸ Podle dostupných výzkumů vyšlo, že dezinformacím spojeným s Covid-19 věří přibližně dvě pětiny (40 %) obyvatel ČR, kteří jsou aktivní v online prostředí. Více než třetina Čechů se například domnívá, že česká vláda přehání rizika, aby mohla zneužít pandemii k ovládnutí občanů, nebo že tají vedlejší účinky očkování, nebo že nemocnice zveličují rizika, aby vydělaly peníze. Dezinformátoři tuto situaci využili ve svůj prospěch. Média byla zaplavena dezinformacemi a nepodloženými názory lidí. Potýkání se s dezinformacemi představuje výzvu pro společnost budoucnosti. Kromě nezbytného doplnění informací masivní vzdělávací kampaní na všech úrovních společnosti je klíčové, aby do boje proti dezinformacím vstoupil i stát. V současné době se v mediálním prostoru stát příliš neangažuje v boji s dezinformacemi, s výjimkou existujících webových stránek zaměřených na dezinformace spojené s Covid-19. Úloha státu v této oblasti se často omezuje na proklamace typu "nepodléhejte dezinformacím", aniž by bylo jakýmkoliv způsobem vysvětleno, co je pravda a co ne. Nesmírně důležitou roli hraje i prezident, který by se měl aktivně angažovat ve veřejném prostoru. Měl by vysvětlovat rozdíl mezi pravdou a dezinformací a zdůrazňovat, jak mohou nepravdivé informace poškodit nejen naše zdraví, ale i celou společnost. Jeho účast by měla být součástí celkové strategie boje proti dezinformacím, přičemž cílem by mělo být nejen varování před nepravdivými informacemi, ale i posilování mediální gramotnosti a kritického myšlení veřejnosti.⁸⁹

Co se týče pandemie Covid-19, veřejnost stále projevuje vysokou důvěru v lékaře a spíše se v tomto informačním toku ztrácí, než že by zcela odmítala fakta týkající se covidu-19. Informací je moc a lidé se neorientují. Stupňuje se panika. Vzhledem k nízké důvěře ve vládní informace by měla vláda podporovat nezávislé iniciativy, například ověřování faktů nevládními organizacemi a médii, vysvětlování zpravodajství v médiích a komunikaci lékařů.⁹⁰ Komunitní aktivity jsou také klíčovým prvkem, protože více než třetina šířitelů konspiračních teorií to dělá zejména kvůli sociální interakci a pocitu sounáležitosti. Během „covidové doby“ a souvisejícím plošným očkovaním, to bylo v České republice rájem pro tvorbu hoaxů, dezinformací a celkově

⁸⁸ SLABÁ, J. *Vládní boj proti pandemii: Přehled opatření vydaných v souvislosti s pandemií odemocnění Covid-19 v Česku v letech 2020 a 2021* [online]. Český statistický úřad 2022. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/167607725/13005322q2_175-196.pdf/88d441f5-1b2c-42bd-a8cd-ab41cb0edfe7?version=1.1

⁸⁹ KOPECKÝ, K. *Anatomie dezinformací v kontextu pandemie Covid-19* [online]. E-bezpečí 2021. Olomouc: Univerzita Palackého [cit. 2024-01-15]. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2408-anatomie-dezinformaci-v-kontextu-pandemie-Covid-19>

⁹⁰ Tabery: „Důvěra v instituce se v průběhu pandemie zásadně proměnila“ [online]. Sociologický ústav Akademie věd ČR 24.02.2021 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://www.soc.cas.cz/aktualita/tabery-duvera-v-instituce-se-v-prubehu-pandemie-zasadne-promenila>

lži týkajících se jak onemocnění samotného, tak očkování. Jedním příkladem je to, že: „Za pandemií stojí Bill Gates, který do očkovaných prostřednictvím vakcín vpravuje čipy“. Krásná teorie a dezinformace. Tento verdikt je lži a konspirační teorií. Nic z toho nebylo prokázáno. Není ani technicky možné, vytvořit a připravit očkovací látku, kterou bychom mohli vpravit do lidského organismu čip, který podle konspirátorů by měl funkci například sledování lidí. Často zmiňovaná dezinformace, kterou jsme zřejmě každý alespoň jednou zaslechli je: „Vakcína byla vyvinuta za podezřele krátkou dobu, a zda je vůbec bezpečná pro lidi“. Z dostupných zdrojů zjistíme, že zrychlený vývoj těchto vakcín zajistil také celosvětový dopad pandemie. Jelikož se na tomto vývoji podílelo najednou nemálo pracovišť, práce týkající se výzkumu a vývoje vakcíny na onemocnění Covid-19 bylo tedy rychlé. Také tento výzkum způsobil díky svému testování vakcín to, že se také zrychlila i pandemie, protože lidé byli kvůli výzkumu vystavováni viru.⁹¹

V roce 2021 se svět potýkal nejen s pokračující pandemií Covid-19, ale také s nárůstem dezinformačních aktivit a konspiračních teorií, které se zaměřovaly na různé oblasti, od dezinformací o vakcínách po politické manipulace a zavádějící tvrzení o klimatických změnách. Tyto aktivity se projeví například ve snaze zpochybnit vědecká fakta a podkopat důvěru ve veřejné instituce. Bezpečnostní informační služba ve své výroční zprávě pro rok 2021 charakterizuje tento rok jako období, kdy dezinformátoři zaměřovali svou činnost na lidi, kteří se nacházeli ve zhoršených životních podmínkách nebo byli frustrovaní a nespokojení. Jako hlavní motivaci těchto dezinformátorů uvádí finanční zisk. Mezi typické nástroje šíření dezinformací patřily sociální sítě jako Facebook a Telegram, řetězové e-maily a dezinformační weby. Tyto kanály byly hojně využívány i v předchozích letech. Bezpečnostní informační služba zaznamenala působení dezinformačních webů ve prospěch zájmů cizích států, zejména Ruska a Číny. Také se zvýšila přítomnost dezinformací převzatých z cizojazyčných webů šířících se pomocí sociálních sítí v období pandemie Covid-19.⁹²

Z dostupných průzkumů ohledně zdrojů, šíření a gradace dezinformací se dozvíme, že většina výzkumů je stavěno na počáteční šířitele nebo na příjemce. V prostoru mezi počátečním šířitelem a koncovým příjemcem z obrovské části chybí spojení. Myšleno jako propojení

⁹¹ BRDIČKA, B. *Vědecký přístup k dezinformacím ve výuce* [online]. Metodický portál: Spomocník 06. 02. 2023, [cit. 2024-03-21]. Dostupný z WWW: <<https://spomocnik.rvp.cz/clanek/23415/VEDECKY-PRISTUP-K-DEZINFORMACIM-VE-VYUCE.html>>. ISSN 1802-4785.

⁹² BEZPEČNOSTNÍ INFORMAČNÍ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2021* [online]. Bezpečnostní informační služba 2022. [citováno 2024-03-22]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocní-zpravy/2021-vz-cz-2.pdf>.

komunikace, kdy příjemce danou informaci, konkrétně dezinformaci už více neanalyzuje a nenavštíví dezinformační zdroj přímo. Například podle průzkumu Střediska empirických výzkumů z ledna roku 2020 šíří přibližně 10 % Čechů informace, které podle nich hlavní i veřejnoprávní média záměrně cenzurují. Dále podle Střediska empirických výzkumů jsou šířitelé dezinformací velmi různorodou skupinou s různou motivací. Někteří z nich mají například nízkou zpravodajskou gramotnost a šokující nebo senzační informace či desinformace sdílejí z velké části proto, aby si udrželi určité sociální vztahy. A druhá skupina lidí, tedy těch, kteří již disponují vysokou zpravodajskou gramotností, tak sdílejí výše uvedené informace pro pocit své důležitosti nebo pro posílení jejich vlivu v určité sociální komunitě.⁹³ Společně s šířením dezinformací a s tím, že velmi záleželo na lidech, kdy si hovorově řečeno „věřili, čemu chtěli“, tak toto mělo dopad na šíření viru a nedodržování opatření.

5.2 Dezinformace během války na Ukrajině

Rok 2022 přinesl jednu zásadní událost, a to válku na Ukrajině. Česká republika se musela aktivně zabývat různorodými událostmi tohoto roku. Pandemie COVID-19 postupně ustupuje do pozadí a dezinformační scéna se přesouvá na jiná témata, jako je právě válka na Ukrajině a dočasné zablokování dezinformačních webů. Dne 24. února 2022 zahájilo Rusko rozsáhlou invazi na Ukrajinu. Tento krok byl předvídatelný, neboť Rusko již několik měsíců před invazí shromažďovalo svou armádu a vojenský materiál nedaleko ukrajinských hranic. Koncem roku 2021 na blížící se útok upozornily i americké zpravodajské služby. Rusko tvrdilo, že na území Ukrajiny jsou ruský mluvící etnické menšiny utlačovány a dochází ke genocidě, a proto je podle Ruska nutné uznat státy Luhansk a Doněck jako samostatné a vyslat ruskou armádu na území Ukrajiny. Toto tvrzení však bylo mezinárodním společenstvím odmítnuto jako neopodstatněné a označeno jako záminka pro vojenskou agresi. Mezinárodní společenství reagovalo na invazi mezinárodními sankcemi vůči Rusku a poskytováním humanitární pomoci Ukrajině. V současnosti je Rusko považováno za jednu z hlavních bezpečnostních hrozeb pro Českou republiku. Tato percepce má své kořeny v několika faktorech. Rusko se angažovalo v agresivním chování vůči svým sousedům, jako je například anexe Krymu v roce 2014 a podpora separatistických hnutí v Ukrajině. Tyto akce vyvolaly obavy v celé Evropě, včetně České republiky, ohledně ruského územního rozpínání a destabilizace mezinárodní stability.⁹⁴

⁹³ *Dezinformace ohrožují naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů* [online]. Analytický ústav STEM 2022. [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuj-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlas-i-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>

⁹⁴ BEZPEČNOSTNÍ INFORMAČNÍ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2022* [online]. Bezpečnostní informační služba 2023. [citováno 2024-03-15]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocn-i-zpravy/2022-vz-cj.pdf>.

Rusko je obviňováno z používání hybridních metod, včetně dezinformačních kampaní, kybernetických útoků a manipulace s politickými procesy, s cílem oslabit demokratické instituce a destabilizovat západní země. Tyto aktivity posilují vnímání Ruska jako bezpečnostní hrozby. Ruské zpravodajské služby jsou podezřelé z aktivity na území České republiky, včetně špionáže a infiltrace politických struktur. Tyto činnosti podporují obavy z ruského vlivu a bezpečnostních rizik. Vzhledem k těmto faktorům je Rusko vnímáno jako jedna z největších bezpečnostních hrozeb pro Českou republiku a ostatní země v Evropě. Česká republika podniká kroky k posílení své obrany a ochrany proti těmto hrozbám, včetně zvýšení kybernetické bezpečnosti, monitorování dezinformačních kampaní a posílení spolupráce s mezinárodními partnery v oblasti obrany a bezpečnosti.

Mezi nejčastější dezinformace patřilo tvrzení, že invaze byla nutná k ochraně ruských etnických menšin na Ukrajině, a že Ukrajina je zahraničními silami ovládána a reprezentuje hrozbu pro Rusko. Další konspirační teorie navrhovaly, že útok byl fingován či inscenován, aby ospravedlnil vojenské akce proti Rusku, či že za invazí stojí skryté zájmy třetích stran. Tyto dezinformace a konspirace byly často podporovány ruskými státními médii a propagandistickými platformami, které se snažily manipulovat s veřejným míněním a posilovat ruskou propagandu. Nicméně, mezinárodní společenství a řada médií a expertů tyto dezinformace odhalily a odmítly a snažily se poskytnout veřejnosti objektivní a fakticky správné informace o situaci na Ukrajině. Ruská invaze na Ukrajinu v roce 2022 vyvolala nejen vojenské střety, ale také šíření mýtů a dezinformací s cílem ospravedlnit agresí a podpořit ruskou propagandu. Jedním z těchto mýtů je tvrzení, že Ukrajina aktivně pracuje na vývoji jaderných zbraní a útočí na civilní jadernou infrastrukturu. Tato dezinformace, propagovaná zejména ruskými médii a zastánci Kremlu, slouží k vytvoření obrazu Ukrajiny jako hrozby a legitimizaci ruské agresivní politiky.⁹⁵ Realita však ukazuje opak. Ukrajina od roku 1994, kdy podepsala Budapešťské memorandum, není držitelem jaderných zbraní a aktivně se vzdala svého jaderného arzenálu. Naopak, Rusko porušilo své závazky podle této dohody a používá jadernou rétoriku jako nástroj vydírání a podpory své agrese.⁹⁶

Tvrdit, že Ukrajina útočí na svou vlastní jadernou infrastrukturu, je lživé a neopodstatněné. Tyto mýty slouží k vyvolání paniky a ovlivnění veřejného mínění ve

⁹⁵ *Dvanáct mýtů o ruské válce na Ukrajině* [online]. Evropská komise 2023 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://czechia.representation.ec.europa.eu/dvanact-mytu-o-ruske-valce-na-ukrajine-2023-02-24_cs

⁹⁶ *Rusko: Ukrajina jsme samostatnost neslibovali, Západ má špatný pohled* [online]. Lidovky.cz 2014. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/svet/lavrov-pred-dvaceti-lety-jsme-se-nezavazali-uznat-statni-prevrat-zapad-chybuje-kdyz-z-nas-dela-vinik.A141205_163018_in_zahranici_ele

prospěch Kremlu, avšak nejsou podloženy fakty a jsou odmítnuty mezinárodními organizacemi a experty.⁹⁷

Česká republika se aktivně angažuje ve snaze podpořit Ukrajinu v boji za svou suverenitu a demokracii prostřednictvím politických, humanitárních, diplomatických a ekonomických opatření. Politicky vystupuje jako aktivní člen mezinárodních organizací a fór, která se zabývají situací na Ukrajině, jako je Evropská unie, NATO a OBSE. Kromě toho poskytuje humanitární pomoc v podobě finančních prostředků, lékařského vybavení a potravin, která je určena pro oblasti postižené válkou a humanitární krizí. Česká republika se také účastní společných opatření s dalšími zeměmi, jako je vynucení ekonomických sankcí vůči Rusku kvůli jeho agresivnímu postoji vůči Ukrajině, s cílem vyvinout tlak na Rusko a podpořit mírové řešení konfliktu. Dále podporuje občanskou společnost na Ukrajině prostřednictvím nevládních organizací a projektů, které propagují demokracii, lidská práva a právní stát. Vojensky poskytuje Ukrajině pomoc v podobě dodávek zbraní, munice a vojenského vybavení, aby posílila její obranyschopnost v boji proti ruské agresi. Taková opatření jsou důležitou součástí snahy o zachování stability a bezpečnosti v regionu.⁹⁸ Po darování 4006 kusů dělostřelecké munice ráže 152 mm v hodnotě cca 36,6 mil. Kč schválila vláda ČR dne 26. 2. 2022 další dar v hodnotě přes 188 mil. Kč. Jedná se o ruční střelné zbraně a náboje pro ně, včetně palet a kontejnerů. Darovaný materiál byl stanoven na základě seznamu od ukrajinských partnerů.⁹⁹ Tato pomoc není poslední. Na základě výzvy SOS Ukrajina přispělo přes 500 tisíc dárců, nadací a firem částkou v hodnotě přes 2,45 miliardy korun. Vedle toho firmy i jednotlivci darovali našim prostřednictvím materiální pomoc v hodnotě 270 milionů korun. Další prostředky v hodnotě 3 miliardy Kč poskytli institucionální dárci.¹⁰⁰

⁹⁷ *Dvanáct mýtů o ruské válce na Ukrajině* [online]. Evropská komise 2023. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://czechia.representation.ec.europa.eu/dvanact-mytu-o-ruske-valce-na-ukrajine-2023-02-24_cs

⁹⁸ DLUBALOVÁ, K. *Vláda schválila Program pomoci občanům Ukrajiny prchajícím před válkou* [online]. Ministerstvo vnitra České republiky 2024. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/vlada-schvalila-program-pomoci-obcanum-ukrajiny-prchajicim-pred-vaalkou.aspx>

⁹⁹ *Pomoc Ukrajině* [online]. Ministerstvo obrany 2024. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=456>

¹⁰⁰ *SOS UKRAJINA 2022–2024: POMOC, PRIORITY A PLÁNY* [online]. Člověk v tísni 2024. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/co-delame/humanitarni-a-rozvojova-pomoc/ukrajina>

6 Dotazníkové šetření

Hlavním cílem bakalářské práce a jejího dotazníkového šetření je zhodnocení, zda mimořádné události během pandemie Covid-19 byly řešeny pomocí masmédií adekvátním způsobem ve vztahu ke společnosti. Vedlejším cílem bakalářské práce bylo, zda hromadné sdělovací prostředky zaznamenaly určitý posun ohledně informovanosti v souvislosti s válkou na Ukrajině.

Dotazníkového šetření se zúčastnili respondenti různého věku. Jako počet respondentů si autorka „práce“ pro vyhotovení výsledků stanovil počet 120 respondentů. V dotazníkovém šetření byla použita kvantitativního sběru dat.

Dotazník byl vytvořen v tištěné podobě a následně distribuován v různých lokalitách města Prahy v období od března 2024 do dubna 2024. Vzor dotazníku se nachází v příloze č. 1.

6.1 Vymezení dílčích hypotéz

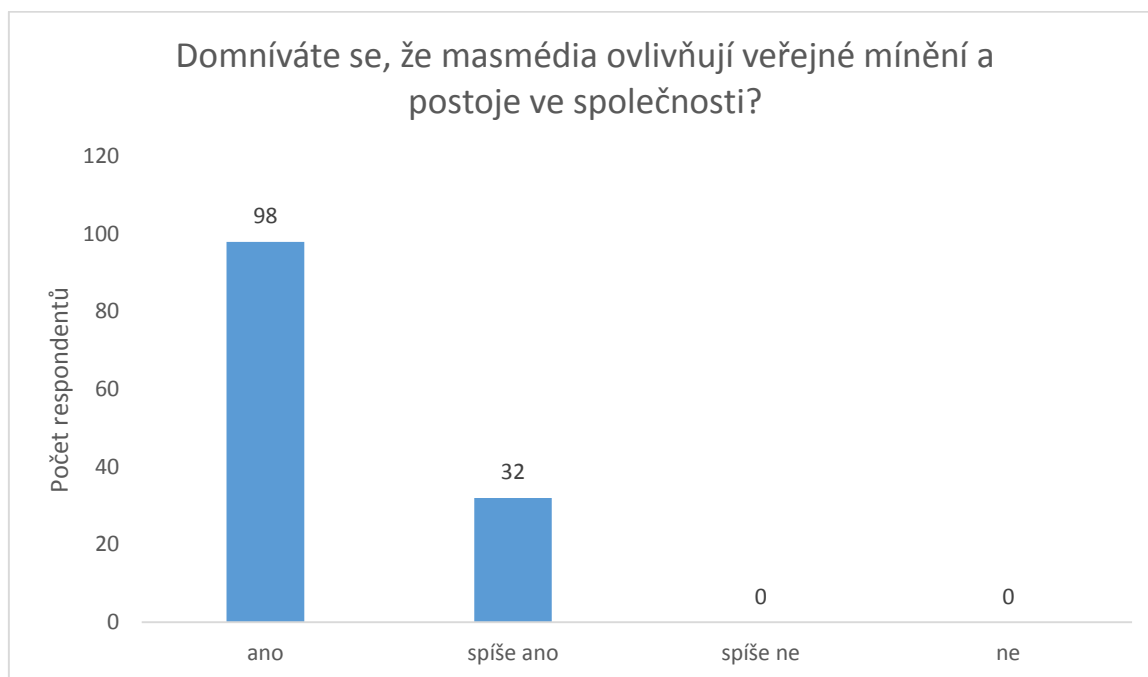
K výše vymezeným cílům si autorka „práce“ stanovil několik níže uvedených hypotéz:

1. Hypotéza: více, jak 75 % respondentů se domnívá, že masmédiá ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti.
2. Hypotéza: o více jak 15 % nárůst sociálních sítí, jako prostředku k vyhledávání informací při mimořádných událostech uvedených v teoretické části.
3. Hypotéza: více, jak 50 % respondentů hodnotí kvalitu informací poskytovaných k uvedeným mimořádným událostem, jako špatnou.
4. Hypotéza: více, jak 50 % respondentů nepozoruje změnu v přístupu médií k informovanosti ohledně krizových situací.

6.2 Popis dotazníku

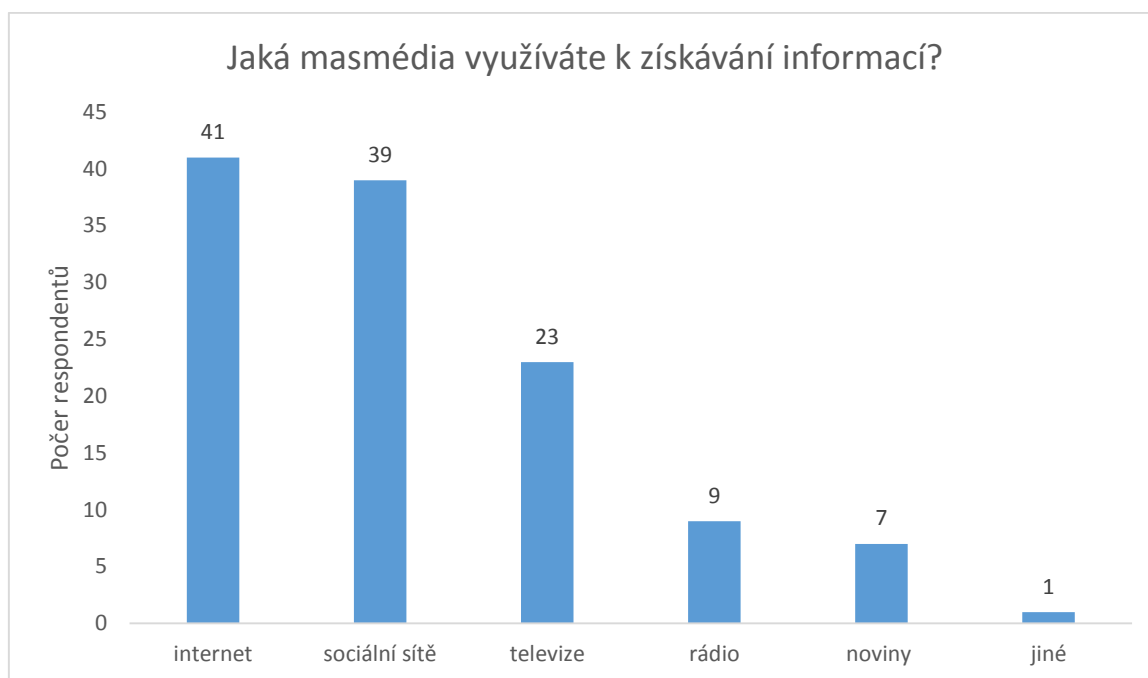
V dotazníku se nachází 18 otázek, kdy k vybraným otázkám je vypracován jeden z níže uvedený grafů. V grafu je uveden číselně i procentuálně počet odpovědí. Ke každému grafu je uveden výsledek šetření pomocí textu. Dotazník začíná obecnou otázkou ohledně věku, pohlaví, profesního zaměření apod. Dále jsou kladeny otázky ohledně používání masmédií a dotazování na konkrétní masmédiá, která respondenti používají. Také zda respondenti pozorují určitá negativa v masmédiích a jak hodnotí jejich kvalitu v interpretaci informací. Dotazník vyplnilo 120 osob.

6.3 Zjištěná data



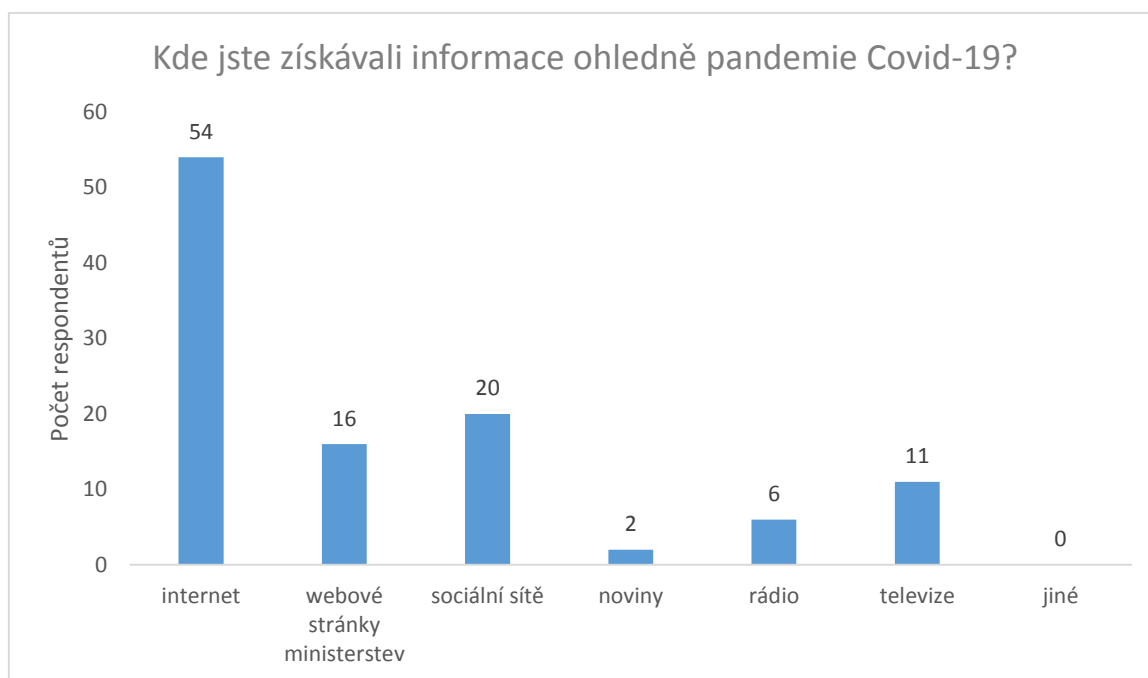
Graf 2: Ovlivňování veřejného mínění a postoje ve společnosti

V otázce č. 4, autorka „práce“ zjišťovala, zda se respondenti domnívají, že masmédia nějakým způsobem ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti. Celkem 98 respondentů (74 %) odpovědělo „ano“ a tedy domnívají se, že masmédia ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti. Dalších 32 respondentů (26 %) odpovědělo „spíše ano“. Tuto odpověď jsem zvolila pro váhavější respondenty, kteří si nejsou plně jisti svojí domněnkou nebo nejsou rozhodnutí. U odpovědí „spíše ne“ a „ne“ reakce respondentů nebyla žádná.



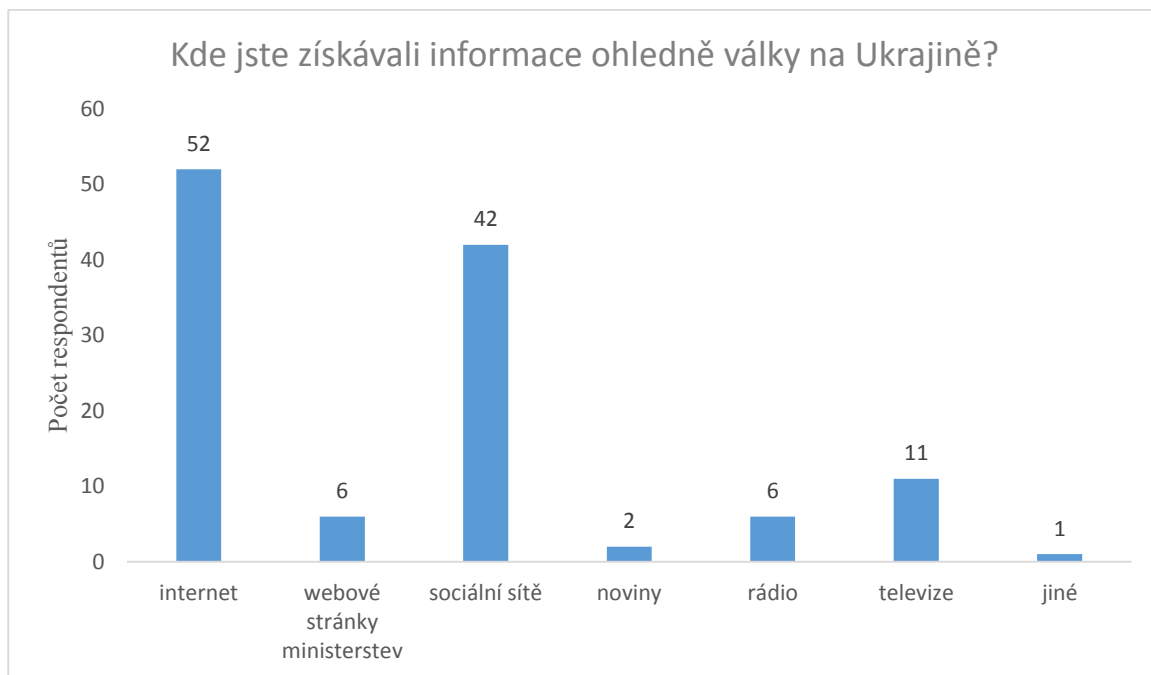
Graf 3: Využívání masmédií obecně

V otázce č. 8, autorka „práce“ zjišťovala, jaké masmédiá respondenti obecně využívají k získávání informací. Celkem 41 respondentů (34 %) využívá k získávání informací internet komplexně. 39 respondentů (32 %) při vyhledávání informací používá sociální sítě. Dále 23 dotázaných respondentů (19 %) sleduje zprávy a aktuality pomocí televizního vysílání. Nakonec 9 respondentů (7 %), využívá ke sledování zpráv rádio, 7 respondentů (6 %) preferuje tištěná média prostřednictvím novin a 1 respondent (2 %) nic z výše uvedeného.



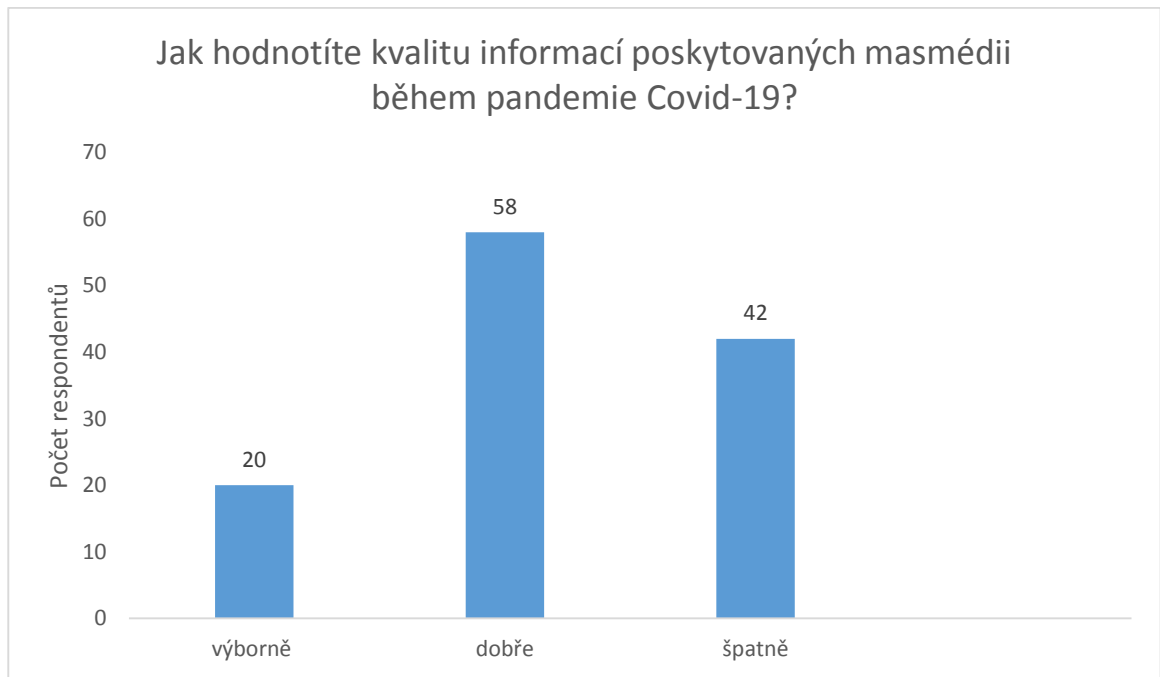
Graf 4 Informace o Covid-19

V otázce č. 9, autorka „práce“ zjišťovala, jaké masmédia respondenti využívali k získávání informací v případě pandemie Covid-19 a zda zde byla zaznamenána změna ohledně obecného využívání masmédií. 54 respondentů (45 %) odpovědělo, že získávali informace na internetu. Jelikož situace ohledně pandemie byla pro společnost nová, zahrnuje zde možnost odpovědi „webové stránky ministerstev“, kterou si jako možnost vybralo 16 dotázaných respondentů (13 %). Sociální sítě využilo 20 respondentů (16 %), televizi 11 respondentů (9 %), rádio 6 respondentů (5 %) a noviny využili 2 respondenti (1 %). Možnost odpovědi „jiné“ nevyužil nikdo.



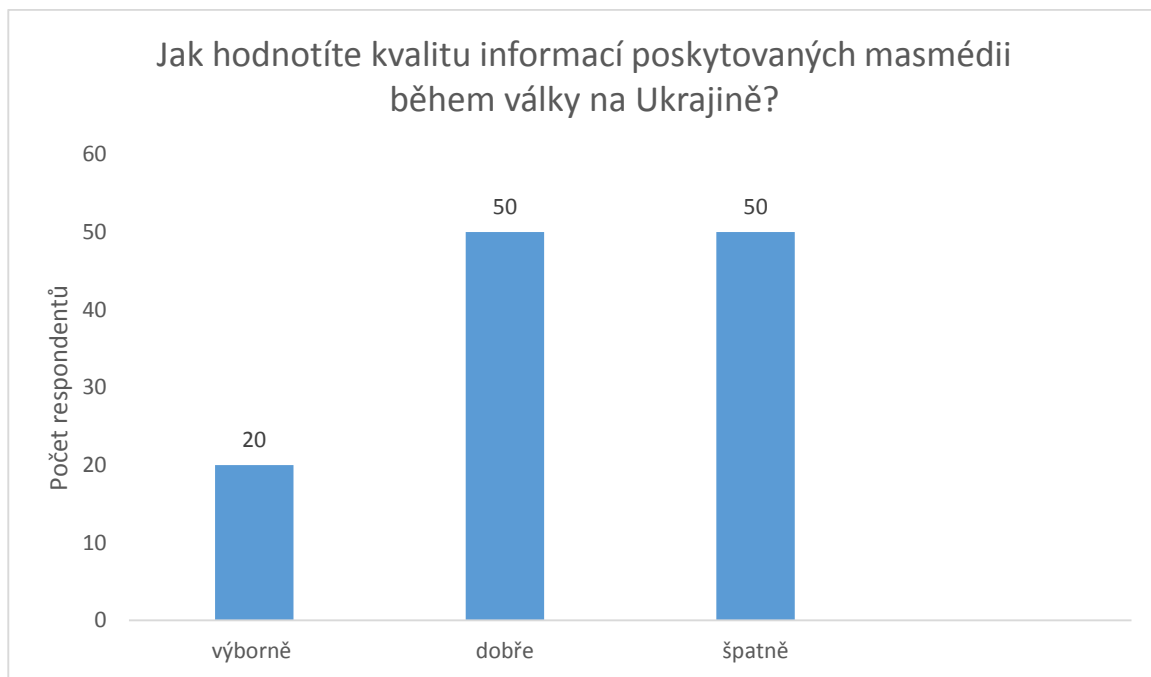
Graf 5 Informace o válce na Ukrajině

V otázce č. 12, autorka „práce“ zjišťovala, jaké masmédiá respondenti využívali k získávání informací v případě války na Ukrajině a zda zde byla zaznamenána změna ohledně obecného využívání masmédií. 52 respondentů (43 %) odpovědělo, že získávali informace na internetu. S vyhledáváním informací a možností odpovědi „webové stránky ministerstev“, od pandemie známe, tak tuto možnost si vybralo pouhých 6 dotázaných respondentů (5 %). Stejný počet respondentů byl i u možnosti „rádio“. Sociální sítě využilo 43 respondentů (35 %), televizi 11 respondentů (9 %) a noviny využili 2 respondenti (1 %). Možnost odpovědi „jiné“ označil 1 respondent (1 %).



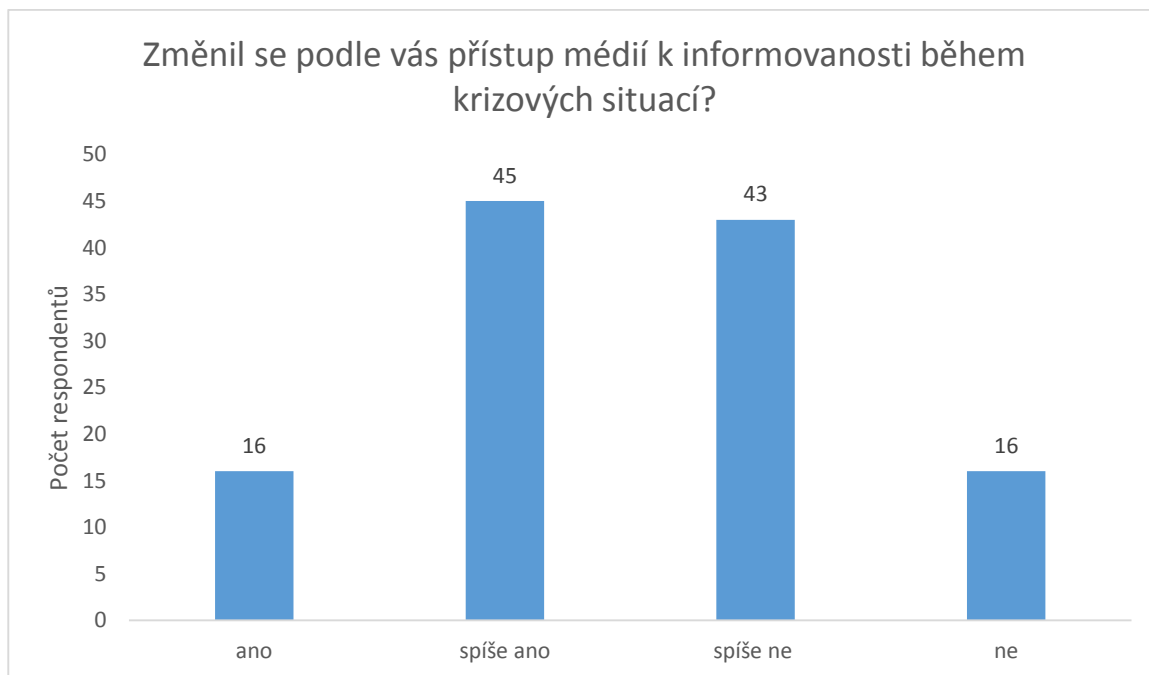
Graf 6 Kvalita informací během pandemie Covid-19

V otázce č. 11, autorka „práce“ zjišťovala, jak hodnotí dotázaní respondenti kvalitu poskytnutých informací prostřednictvím masmédií ohledně válečného konfliktu na Ukrajině. Možnosti výborné kvality poskytovaných informací vybralo 20 respondentů (16 %). Zlatou střední cestu, tedy „dobře“ hodnotí kvalitu informací 58 respondentů (49 %). Distribuci špatné kvality informací označilo 42 respondentů (35 %)



Graf 7 Kvalita informací během války na Ukrajině

V otázce č. 14, autorka „práce“ zjišťovala, jak hodnotí dotázaní respondenti kvalitu poskytnutých informací prostřednictvím masmédií ohledně válečného konfliktu na Ukrajině. Možnosti výborné kvality poskytovaných informací vybralo 20 respondentů (16 %). Zlatou střední cestu, tedy „dobře“ hodnotí kvalitu informací 50 respondentů (42 %) a stejný počet respondentů hodnotí kvalitu informací jako špatnou.



Graf 8 Přístup médií k informovanosti

V otázce č. 16, autorka „práce“ zjišťovala, zda se změnil podle dotázaných respondentů přístup médií z hlediska informovanosti během krizových situací. U odpovědí „ano“ a „ne“ byly odpovědi početně stejné. 16 respondentů (14 %) odpovědělo, že změnu zaznamenalo a 16 respondentů (14 %) změnu nezaznamenalo. K odpovědi „spíše ano“ se přiklonilo 45 respondentů (37 %). A možnost „spíše ne“ označilo 43 respondentů (35 %).

6.4 Vyhodnocení hypotéz

K tomuto dotazníku byly autorkou „*práce*“ stanoveny čtyři dílčí průzkumné hypotézy, kde dvě byly potvrzeny (verifikovány) a dvě byly vyvráceny (falsifikovány)

V první dílčí průzkumné hypotéze se autorka „*práce*“ prvotně domníval, že více jak 75 % respondentů se domnívá, že masmédiá ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti. Na tuto hypotézu v dotazníkovém šetření respondenti v 74 % odpověděli jasně „ano“ a dalších 26 % respondentů odpovědělo „spíše ano“. Jelikož zde nebyla ani jedna negativní odpověď, považuje autorka „*práce*“ tuto hypotézu za potvrzenou.

V druhé dílčí průzkumné hypotéze se autorka „*práce*“ prvotně domníval, že u respondentů bude zaznamenán alespoň 15 % nárůst sociálních sítí, jako prostředku k vyhledávání informací při mimořádných událostech. Tato hypotéza se mi potvrdila pouze při vyhledávání informací během války na Ukrajině s celkovým počtem 35 % respondentů. U pandemie Covid-19 to bylo pouhých 16 % respondentů. Je zde tedy vidět 19 % nárůst sociálních sítí, co se týče vyhledávání informací při mimořádných událostech. Tuto hypotézu považuje autorka „*práce*“ za potvrzenou.

V třetí dílčí průzkumné hypotéze se autorka „*práce*“ prvotně domníval, že více, jak 50 % respondentů hodnotí kvalitu informací poskytovaných k uvedeným mimořádným událostem, jako špatnou. Distribuce špatné kvality informací týkající se pandemie Covid-19 hodnotilo 35 % respondentů a u válečného konfliktu na Ukrajině špatnou kvalitu informací hodnotí 42 % dotázaných respondentů. Ani v jedné mimořádné události tato hypotéza neatakovala alespoň poloviční hranici hlasů. Tuto hypotézu považuje autorka „*práce*“ za nepotvrzenou.

V poslední dílčí průzkumné hypotéze se autorka „*práce*“ prvotně domníval, že více, jak 50 % respondentů nepozoruje změnu v přístupu médií k informovanosti ohledně krizových situací. Při výběru odpovědí respondenti byli velmi váhaví a 14 % respondentů spíše nepozoruje změnu v přístupu médií a dalších 35 % nepozoruje takovou změnu vůbec. I kdybychom tato procenta sečetli, tak hypotézu nemůžeme potvrdit. Tedy tuto hypotézu považuje autorka „*práce*“ za nepotvrzenou.

7 Závěr

V dnešní době jsou masmédiá, zejména sociální sítě, neodmyslitelnou součástí životů většiny z nás. Zásadně ovlivňují naše vnímání světa a každodenní rozhodování se co a jak bude nebo dokonce i bylo. Jejich role při zprostředkování informací a interpretaci událostí je klíčová, zejména v kontextu mimořádných situací, jako jsou pandemie Covid-19 nebo válečný konflikt na Ukrajině. Vliv masmédií na společnost je obrovský, ať už hovoříme o pozitivním či negativním vlivu. Média mají moc motivovat, povzbudit, rozesmát ale i velmi rychle demotivovat společnost a následně jí podpořit k negativnímu uvažování. A to nejen prostřednictvím informací, ale také prostřednictvím manipulace s emocemi a vytvářením tlaku. Je proto důležité, abychom byli kritičtí k informacím, které přijímáme a také aktivně pracovali na rozvoji mediální gramotnosti, aby masmédiá sloužila pouze jako nástroj pro informační sdělení. Rozhodně ne pro sdělení něčeho, co si máme myslet.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zhodnocení, zda mimořádné události během pandemie Covid-19 byly řešeny pomocí masmédií adekvátním způsobem ve vztahu ke společnosti. Vedlejším cílem bakalářské práce bylo zhodnocení, zda hromadné sdělovací prostředky zaznamenaly určitý posun ohledně informovanosti v souvislosti s válkou na Ukrajině. V průběhu této bakalářské práce jsem se zaměřila na zhodnocení reakce masmédií na mimořádné události, konkrétně na pandemii Covid-19 a válku na Ukrajině, a to z pohledu veřejnosti. Praktická část byla následně podpořena dotazníkovým šetřením, kterého se zúčastnilo 120 respondentů různého věku. Hypotézy byly formulovány s cílem objasnit, jak masmédiá ovlivňují veřejné mínění, jaká masmédiá jsou preferována při vyhledávání informací během mimořádných událostí, a také vnímání kvality poskytovaných informací.

Z výsledků vyplývá, že masmédiá mají významný vliv na veřejné mínění, neboť necelé tři čtvrtiny respondentů se domnívají, že masmédiá ovlivňují veřejné postoje společnosti. Zároveň z odpovědí respondentů byl zaznamenán zvýšený zájem o sociální sítě jako prostředek k vyhledávání informací během mimořádných událostí. Dále bylo zjištěno, že většina respondentů hodnotí poskytované informace jako špatné. Tento výsledek naznačuje, že veřejnost není spokojena s kvalitou informací. Respondenti během dotazníkového šetření zmiňovali, že by uvítali větší rozbor tématu, o kterém se právě mluví. Nebo také hodně zmiňované, zahrnutí většího množství pozitivních zpráv, které veřejnosti podle respondentů chybí. Pozitivní zprávy by tedy neměly být opomíjeny.

Celkově lze konstatovat, že masmédiá hrají významnou roli při informování veřejnosti o mimořádných událostech, ačkoliv veřejnost zůstává kritická a vnímavá vůči poskytovaným

informacím, bylo by přínosné pro zvýšení důvěry veřejnosti v masmédiá posílit transparentnost a objektivitu v poskytovaných informacích. Masmédia by měla transparentně uvádět zdroje informací a metody ověřování jejich pravdivosti. Investice do mediální gramotnosti veřejnosti je také nezbytná, aby lidé lépe rozuměli informacím a uměli kriticky posuzovat jejich kvalitu.

Dle mého názoru jsou masmédiá až moc velkým společníkem našich životů. Každý den jsme obklopeni všemi obdoby masmédií v jakékoliv formě. Nejčastěji využíváním mobilních telefonů, které jsou pro nás komfortní. Neustále ohnutá hlava k obrazovce nám ničí fyzickou i psychickou zdatnost. Pokud nejsme alespoň trochu mediálně gramotní, tak jednoduše otevřením jakéhokoliv masmédiá víme, co je dobré, co je špatné, který názor je ten správný a dokonce, jaký názor je náš aniž bychom ho vymysleli nebo se nad ním jakkoliv pozastavili. Díky tomu jak vše roste raketovou rychlostí, tak „nemáme ani čas přemýšlet“ nad dopady, které na nás masmédiá mají. Z tohoto důvodu lze předpokládat tak velké procentuální zastoupení odpovědí respondentů ohledně toho, že se domnívají, že masmédiá ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti. Prostě je to jednoduché. Je jednoduché jen kývnout na názor a následně ho sdílet na sociálních sítích nebo veřejně mezi svými blízkými. Nárůst aktivity veřejnosti na sociálních sítích je rok od roku vyšší a vyšší. S tímto faktem je jedinečná možnost pracovat způsobem zaměřením se na objektivitu a pravdivost sdělení a tím následně podpořit i mediální gramotnost lidí. Zkrátka se tomuto trendu přizpůsobit a využít ho pro zlepšení vzdělávání ohledně masmédií a následnému kritickému myšlení, protože veřejnost chce získávat informace. Chce mít informace rychle, srozumitelně a pravdivě.

Seznam použité literatury

Literární zdroje

1. ATHERTON, J. *Strategie sociálních médií: Jak využít sociální média k oslovení, získání a udržení zákazníků*. Brno: Lingea, 2022. ISBN 978-80-7508-715-7
2. BALL-ROKEACH J., S. a M. L. DEFLEUR. *Theories of mass communication*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 8071840998.
3. BEDNÁŘ, V. *Krizová komunikace s médii*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-3780-5.
4. BITTMAN, L. *Mezinárodní dezinformace – černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6.
5. BYSTRICKÝ, J. a MUCHA, I. *K filosofii médií*. Praha, 2007. ISBN 978-80-86391-23-6.
6. FARKAS, V. a BINAR, I. *Lži za války a míru: Tajná moc tvůrců veřejného mínění*. Mladá fronta, 2004. ISBN 80-202-1357-X.
7. GREGOR, M. a VEJVODOVÁ, P. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-802-6418-054.
8. HEJLOVÁ, D. *Public relations*. Grada Publishing, 2015. ISBN 9788024750224
9. HUĎO, Ľ. *Mediální krysy aneb jak novináři manipulují*. Praha: Česká citadela, 2019. ISBN 978-80-907399-4-9.
10. CHALUPA, R. *Efektivní krizová komunikace: pro všechny manažery a PR specialisty*. Praha: Grada, 2012. ISBN 9788024742342
11. CHARVÁT, M. *O nových médiích, modularitě a simulaci*. Praha: Togga, 2017. ISBN 9788074761218.
12. JIRÁK, J. a BURTON, G. *Úvod do studia médií*. Brno: Lukáš a syn (Barrister & Principal), 2001. ISBN 80-85947-67-6.
13. JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-807-3674-663.
14. JOWETT, G. a O'DONNELL, V. *Propaganda and Persuasion*. 5. th ed. USA: SAGE Publications, Inc, 2012. ISBN 978-1-4129-7782-1.
15. KAWASAKI, G. *The Art of Social Media*. Impossible, 2017, ISBN 9788087673300.

16. KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
17. KRAUS, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 80-736-7383-5.
18. LEWIN, K. *Field theory in social science: Selected theoretical papers*. New York: Harper & Brother, 1951. ISBN 9780837172361.
19. MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.
20. MUSIL, J. *Komunikace v informační společnosti*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2007. ISBN: 978-80-86723-39-6.
21. MC LUHAN, M. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.
22. RAMONET, I. *La tyrannie de la communication*. Paris: Gallimard, 1999. ISBN 978-2070418930.
23. REIFOVÁ, I., a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
24. VYBÍRAL, Z. *Lži polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-812-0
25. VYBÍRAL Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál. 2005. ISBN 80-7178-998-4
26. VYMĚTAL, Š. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2510-9.

Internetové zdroje

1. Analýza připravenosti České republiky čelit závažné dezinformační vlně. Ministerstvo vnitra ve spolupráci s Ministerstvem obrany a Ministerstvem spravedlnosti. In. *Ministerstvo vnitra České republiky*. [online]. 2022 [cit. 2024-01-15]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/analyza-pripravenosti-ceske-republiky-celit-zavazne-dezinformacni-vlne.aspx>
2. BACOVSKÝ, V. *Média a politika: Politická komunikace ve věku medializace*. Diplomová práce. [online]. Praha, 2008 [citováno dne 2024-03-19]. Univerzita Karlova, fakulta sociálních věd, Institut mezinárodních studií. Vedoucí: Říchová Blanka.
3. BEZPEČNOSTNÍ INFORMAČNÍ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2021. In: *Bezpečnostní informační služba*.

- [online]. 2022 [citováno 2024-03-22]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocnizpravy/2021-vz-cz-2.pdf>.
4. BEZPEČNOSTNÍ INFORMAČNÍ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2022. In: *Bezpečnostní informační služba*. [online]. 2023 [citováno 2024-03-15] Dostupné z: <https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocnizpravy/2022-vz-cj.pdf>.
 5. BRDIČKA, B. *Vědecký přístup k dezinformacím ve výuce*. Metodický portál: Spomocník [online]. 06. 02. 2023, [cit. 2024-03-21]. Dostupný z WWW: <<https://spomocnik.rvp.cz/clanek/23415/VEDECKY-PRISTUP-K-DEZINFORMACIM-VE-VYUCE.html>>. ISSN 1802-4785.
 6. *Definice dezinformací a propagandy - Centrum proti hybridním hrozbám* [online]. 2021 [cit. 2024-01-15]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
 7. Dezinformace ohrožují naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů. In: *STEM* [online]. 2022 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuj-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlas-i-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>
 8. Cenzura na internetu. In: *Cz.nic* [online]. 2024 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/2540/cenzura-internetu/>
 9. Covid-19 a šířitelé konspiračních teorií: Průzkum postojů české veřejnosti. In: *STEM* [online]. 2021 [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/04/STEM_COVID-19-a-siritele-konspiraci-CZ-verejne.pdf
 10. DLUBALOVÁ, K. *Vláda schválila Program pomoci občanům Ukrajiny prchajícím před válkou*. In: Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 2024 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/vlada-schvalila-program-pomoci-obcanum-ukrajiny-prchajicim-pred-vaikou.aspx>
 11. Dvanáct mýtů o ruské válce na Ukrajině. In: *Evropská komise* [online]. 2023. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://czechia.representation.ec.europa.eu/dvanact-mytu-o-ruske-valce-na-ukrajine-2023-02-24_cs
 12. Feri na Instagramu objasňuje krizová opatření. Má to dělat vláda, míní. In: *IDNES.cz* [online]. 2024 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/dominik-feri-rozhovor-instagram-koronavirus-volby-snemovna.A201015_183732_domaci_karb

13. HAVLÍČEK, P. *Vláda podceňuje strategickou komunikaci s občany. Neumí vysvětlit své kroky, vyklízí prostor dezinformátorům.* In: Deník N [online]. 2024. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://denikn.cz/1102420/vlada-podcenuje-strategickou-komunikaci-s-obcany-neumi-vysvetlit-sve-kroky-vyklizi-prostor-dezinformatorum/>
14. Influencer Marketing. In: *MladýPodnikatel.cz* [online]. 2024 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/marketing/influencer>
15. Jak pracujeme. In: *Bezpečnostní informační služba* [online]. 2024 [cit. 2024-02-20]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/jak-pracujeme/>
16. Jaký byl rok 2022 na platformě Donio. In: *Donio* [online]. 2024 [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.donio.cz/rok-2022>
17. KOPECKÝ, K. *Anatomie dezinformací v kontextu pandemie Covid-19.* In: E-bezpečí [online]. Olomouc: Univerzita Palackého. 2021. [cit. 2024-01-15]. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2408-anatomie-dezinformaci-v-kontextu-pandemie-Covid-19>
18. KOPECKÝ, K. *Komentář: Blokovat nebo neblokovat dezinformační weby? To je oč tu běží.* In: E-bezpečí [online]. 2022 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2568-komentar-blokovat-nebo-neblokovat-dezinformacni-weby-to-je-oc-tu-bezi>
19. Kdo je Influencer? In: *MladýPodnikatel.cz* [online]. 2024 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/stitek/influencer>
20. Kdo jsou (ne)konzumenti zpravodajství? In: *Fond nezávislé žurnalistiky* [online]. 2018. [cit. 2024-03-11]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/aktuality/kdo-jsou-nekonzumenti-zpravodajstvi/>
21. Mediální vzdělávání je účinnou zbraní proti dezinformacím. In: *Media Guru* [online]. 2023 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/12/medialni-vzdelavani-je-ucinnou-zbrani-proti-dezinformacim/>
22. Mimořádné opatření – uzavření základních, středních a vysokých škol od 11. 3. 2020. In: *Ministerstvo zdravotnictví České republiky* [online]. 2020. [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://mzd.gov.cz/mimoradne-opatreni-uzavreni-zakladnich-strednich-a-vysokych-skol-od-11-3-2020/>
23. MINAŘÍKOVÁ, K. *Ve školách posílí mediální výchova. Problém jsou dezinformace i politici.* In: Deník.cz [online]. 2023 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z:

https://www.denik.cz/z_domova/medialni-vychova-dezinformace-skola-vyuka-20240403.html

24. Nákaza jako snaha ovládnout svět. V popularitě covidových mýtů vítězí Gates a síť 5G. In: *IROZHLAS* [online]. 2021 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/fake-news-koronavirus-v-ceskych-mediich-Covid-19-analyza-newton-media_2103270630_kro
25. NIESNEROVÁ, R. *Pozitivní a negativní vliv médií na výchovu a vzdělání mládeže*. [online]. Ostrava, 2010. [citováno dne 2024-02-27] Bakalářská práce. Ostravská univerzita v Ostravě. Pedagogická fakulta. Vedoucí práce: PhDr. Jaroslav Galičák.
26. Number of internet and social media users worldwide as of January 2024. In: *Statista* [online]. 2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
27. NOVÁK, M. 2024. *Jak začala pandemie a co Čína tajila? Rekonstrukce osudného ledna den po dni*. In: *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/jak-zacala-pandemie-koronaviru-rekonstrukce-den-po-dni/r~8a4895ea9e6d11ea80e60cc47ab5f122/>
28. *OECD Guidance Document on Risk Communication for Chemical Risk Management. OECD Environment, Health and Safety Publications Series on Risk Management*. Paris: Environment Directorate ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. [online]. 2002, [cit. 2024-01-15]. Dostupné z: [https://one.oecd.org/document/ENV/JM/MONO\(2002\)18/en/pdf](https://one.oecd.org/document/ENV/JM/MONO(2002)18/en/pdf)
29. Pomoc Ukrajině. In: *Ministerstvo obrany* [online]. 2024 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=456>
30. PIŠTORA, L. *Vznik prvního masmédia - rozhlasu ve dvacátých a třicátých letech minulého století v Československé republice (Vývoj počtu radiokoncesionářů v době první republiky)*. Statistika: ekonomicko-statistický časopis. Praha: Orbis. [online]. 2006 [citováno dne 2024-02-27]. ISSN 1804-8765.
31. Prodej českých deníků loni klesl o osm procent. In: *Media Guru* [online]. 2020 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/prodej-ceskych-deniku-loni-klesl-o-osm-procent/>
32. Rusko: Ukrajině jsme samostatnost neslibovali, Západ má špatný pohled. In: *Lidovky.cz* [online]. 2014 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/svet/lavrov-pred-dvaceti-lety-jsme-se-nezavazali-uznat-statni-prevrat-zapad-chybuje-kdyz-z-nas-dela-vinik.A141205_163018_ln_zahranici_ele

33. SALÁTOVÁ, R. *Komunikace s veřejností v době řešení krizové situace* [online]. České Budějovice 2008. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/8faii9/404320>. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zdravotně – sociální fakulta. Vedoucí práce Ing. Jan Horák.
34. Seznam ministrů zdravotnictví České republiky. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. 2023. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2023, 29. 11. 2023 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_ministr%C5%AF_zdravotnictv%C3%AD_%C4%8Cesk%C3%A9_republiky
35. Seznam neziskových organizací. In: *Runczech* [online]. [cit. 2024-03-17]. Dostupné z: <https://www.runczech.com/cs/pro-bezce2/charita/seznam-neziskovych-organizaci#char>
36. SYROVÁTKA, J., PINKAS Š., a DUŠKOVÁ, L. *Strategická komunikace v České republice: Reflexe současného stavu a návrhy na jeho zlepšení*. [online] 2019. In: PSSI [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: https://www.pssi.cz/download/docs/8091_731-studie-strategicka-komunikace-v-cr.pdf
37. SOS UKRAJINA 2022–2024: POMOC, PRIORITY A PLÁNY, 2024. In: *Člověk v tísni* [online]. [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/co-delame/humanitarni-a-rozvojova-pomoc/ukrajina>
38. Statistika využívání sociálních sítí, jaké jsou nejoblíbenější Statistika využívání sociálních sítí, jaké jsou nejoblíbenější? 2024. In: *LER* [online]. [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://lerstudio.cz/blog/statistiky-vyuzivani-socialnich-siti-jake-jsou-nejoblibenejsi>
39. SLABÁ, J. *Vládní boj proti pandemii: Přehled opatření vydaných v souvislosti s pandemií odemocnění Covid-19 v Česku v letech 2020 a 2021*. In: Český statistický úřad [online]. 2022 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/167607725/13005322q2_175-196.pdf/88d441f5-1b2c-42bd-a8cd-ab41cb0edfe7?version=1.1
40. Tabery: „Důvěra v instituce se v průběhu pandemie zásadně proměnila“. In: *Sociologický ústav Akademie věd ČR* [online]. 24.02.2021 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://www.soc.cas.cz/aktualita/tabery-duvera-v-institute-se-v-prubehu-pandemie-zasadne-promenila>

41. TEPLÝ, L. *Čengliš aneb Jak zabránit nedorozumění*. In: Hospodářské noviny [online]. 2004 [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://hn.cz/c1-14250790-cenglis-aneb-jak-zabranit-nedorozumeni>
42. UVIVERSITY of NEW YORK in PRAGUE. *Fake News a Covid-19: Jak „naočkovat“ veřejnost proti dezinformacím* [zvukový záznam- Youtube]. 19.05.2021, dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=kOVZh4CjUME>
43. VENKRBCOVÁ, K. *Vliv sdělovacích prostředků a internetu na formování zdravého životního stylu*. [online]. České Budějovice. 2009 [citováno dne 2024-04-15]. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Mgr. František Kotrba. Dostupné také z: https://theses.cz/id/oo8kjw/downloadPraceContent_adipIdno_13292
44. Všechno, co jste kdy chtěli vědět o strategické komunikaci (ale báli jste se zeptat). In: *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2024 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/vsechno-co-jste-kdy-chteli-vedet-o-strategicke-komunikaci-ale-bali-jste-se-zeptat.aspx>
45. Vzdělávací aplikace zaměřené na internetovou bezpečnost. In: *Šance dětem* [online]. 13. 04. 2023 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/vzdelavaci-aplikace-zamerene-na-internetovou-bezpecnost>
46. Zákon č. 40/2009 Sb. Trestní zákoník v posledním znění. In: *ASPI*. Online. Wolter Kluwer. Dostupné z: <https://www.aspi.cz/products/lawText/1/68040/1/2/zakon-c-40-2009-sb-trestni-zakonik/zakon-c-40-2009-sb-trestni-zakonik>. [citováno 2024-03-23].

Seznam grafů a obrázků

Obrázek č. 9: Vývoj průměrného denního času stráveného s médii, 2018-2022 (v hodinách a minutách)

Obrázek č. 2: Důvěra/nedůvěra obyvatel ústavním institucím (%) 28. 7. – 25. 9. 2023

Graf č. 2: Žlutý vykřičník, který používal Dominik Feri na svém Instagramu

Graf č. 2: Ovlivňování veřejného mínění a postojů ve společnosti

Graf č. 3: Využívání masmédií obecně

Graf č. 4: Informace o Covid-19

Graf č. 5: Informace o válce na Ukrajině

Graf č. 6: Kvalita informací během pandemie Covid-19

Graf č. 10: Kvalita informací během války na Ukrajině

Graf č. 8: Přístup médií k informovanosti

Seznam příloh

Příloha č. I – Dotazník k bakalářské práci na téma: Vliv masmédií na společnost během mimořádných událostí

Dotazník k bakalářské práci na téma: Vliv masmédií na společnost během mimořádných událostí

1. Vaše pohlaví?

(vyberte jednu odpověď)

- žena
- muž
- jiné

2. Jaký je váš věk?

(vyberte jednu odpověď)

- 0-15
- 16-18
- 19-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61+

3. Jaké je vaše povolání?

(vyberte jednu odpověď)

- zaměstnanec
- nezaměstnaný
- brigádník
- příslušník
- student
- novinář
- důchodce
- OSVČ
- jiné

4. Domníváte se, že masmédiá ovlivňují veřejné mínění a postoje ve společnosti?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

5. Jaká jsou podle vás největší pozitiva masmédií?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- objektivita informací
- pravdivost informací
- důvěryhodnost
- rychlost přenosu informací
- možnost výběru sdělovacího prostředku
- možnost komunikace
- zábava
- vzdělávací činnost
- kreativita
- seberozvoj

6. Jaká jsou podle vás největší negativa masmédií?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- cenzura / cílené blokování obsahu
- prezentace násilí
- ovlivňování
- citová manipulace
- přebytek informací
- nedostatek informací
- nadbytek negativních informací nad pozitivními
- gramatické chyby v informačních sděleních
- nesrozumitelnost
- rozptylování pozornosti

7. Myslíte si, že by měla být upravena regulace masmédií během mimořádných událostí, a tím zajištěna objektivita a pravdivost informací?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

8. Jaká masmédiá využíváte k získávání informací?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- internet
- sociální síť
- televizi
- rádio
- noviny
- jiné

9. Kde jste získával/a informace ohledně pandemie Covid-19?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- internet
- webové stránky ministerstev
- sociální síť
- noviny
- rádio
- televize
- jiné

10. Byly pro vás informace, které jste získali ohledně pandemie Covid-19 dostačující?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne
- nezískával/a jsem informace

11. Jak hodnotíte kvalitu poskytovaných informací během pandemie Covid-19?

- výborně
- dobře
- špatně

12. Kde jste získával/a informace ohledně války na Ukrajině?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- internet
- webové stránky ministerstev
- sociální sítě
- noviny
- rádio
- televize
- jiné

13. Byly pro vás informace, které jste získali ohledně války na Ukrajině dostačující?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne
- nezískával/a jsem informace

14. Jak hodnotíte kvalitu poskytovaných informací během války na Ukrajině?

(vyberte jednu odpověď)

- výborně
- dobře
- špatně

15. Kdy jste se cítil/a lépe informován/a? Během pandemie Covid-19 nebo války na Ukrajině?

(vyberte jednu odpověď)

- během pandemie Covid-19
- během války na Ukrajině
- ani u jednoho
- u obou možností stejně

16. Změnila se vaše důvěra v masmédiá v době od pandemie Covid-19 po současnou válku na Ukrajině?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

17. Změnil se podle vás přístup masmédií k informovanosti během krizových situací?

(vyberte jednu odpověď)

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

18. Co by masmédiá měla změnit ve svém přístupu ke krizovému informování na základě zkušeností z pandemie Covid-19 a války na Ukrajině?

(odpověz vlastními slovy)

.....