

# Petr Vlk: CO PÍŠE MAINSTREAM - “ČESKÉ DEZINFORMAČNÍ WEBY VLONI PUBLIKOVALY TĚMĚŘ 200 TISÍC ČLÁNKŮ”

- CZ24 News | 26. září 2022

ČESKO: Ale boj proti jinému názoru, než je ten jedině a vždycky správný papaláše na evropské a národní úrovni zaměstnává jako nic jiného. Co je proti tomu megainflace nebo energetická nouze a rozpad hospodářství? Nula, nic! Proti dezinformacím je třeba bojovat! Ty nás ničí!

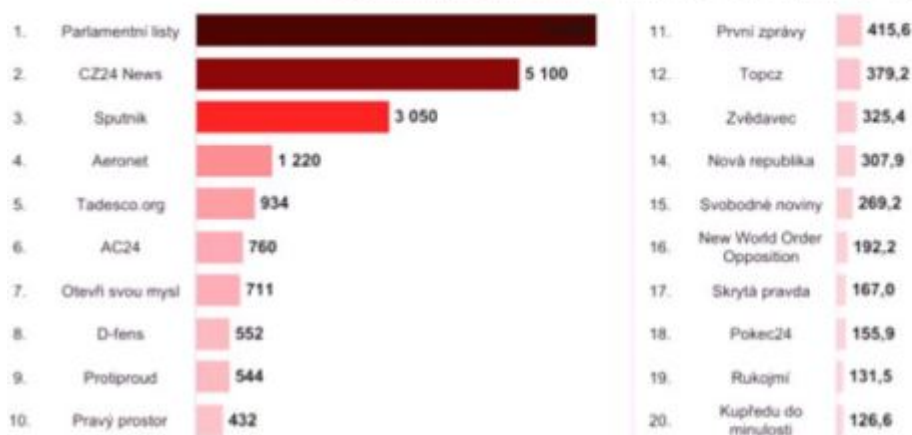
Na tohle téma vyšel na finančním webu zajímavý článek, který jsem se rozhodl převzít. Soudím, že jeho tvůrci nejlíp, nespí, mají i úsměv zakázaný, jak jsou zděšení. Zejména situací v Česku a na Slovensku. Věřím, že vás to bude zajímat!

***V průběhu loňského roku zveřejnily české dezinformační weby 197 177 článků. Jedná se tak o 6% nárůst oproti roku 2020. Současně u nás, ve srovnání se situací před šesti lety, klesl o 16 % počet lidí, kteří si myslí, že jsou schopni dezinformace od ostatních zpráv rozlišit. Nutně to ale neznamená, že se jedná o pokles mediální gramotnosti. Češi naopak přistupují k médiím kritičtěji. Vyplývá to z analýzy datové žurnalistiky Česko v datech.***

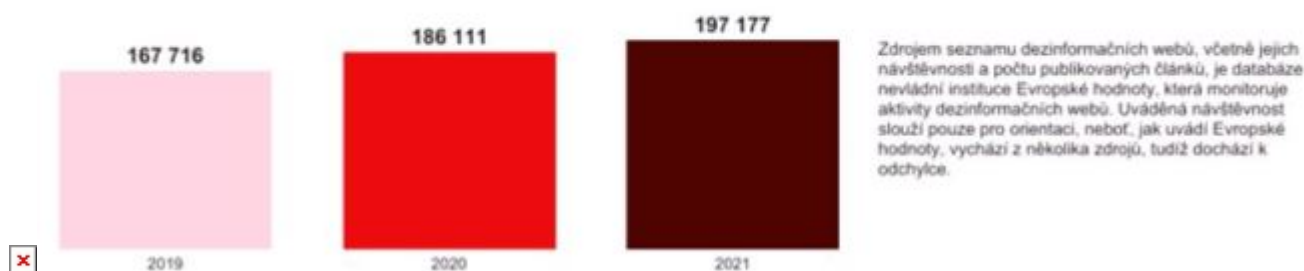
V Česku v současnosti působí 46 aktivních prokremelsky orientovaných dezinformačních webů. Jejich počet se sice meziročně snížil o téměř 12 %, jsou ale stále aktivnější. Vloni publikovaly o 6 % více článků než v roce 2020, vyplývá to z výroční zprávy Bezpečnostního centra Evropské hodnoty. Dezinformační weby jsou podle stejného zdroje zároveň čím dál sofistikovanější. Zejména v posledním roce se mimo jiné zaměřily také na to, aby jejich design a obsah vypadaly profesionálně a imitovaly seriózní média. Pětice těchto webů například využívá v názvu číslovku 24, čímž se snaží podobat zpravodajskému webu ČT 24. Kupříkladu dezinformační web CZ24 News dosáhl vloni průměrné měsíční návštěvnosti pět milionů.

**Dezinformace v EU a v ČR, (c) Česko v datech**

20 nejnavštěvovanějších dezinformačních webů v ČR (měsíční návštěvnost v tis.)



Počty článků na českých dezinformačních webech.



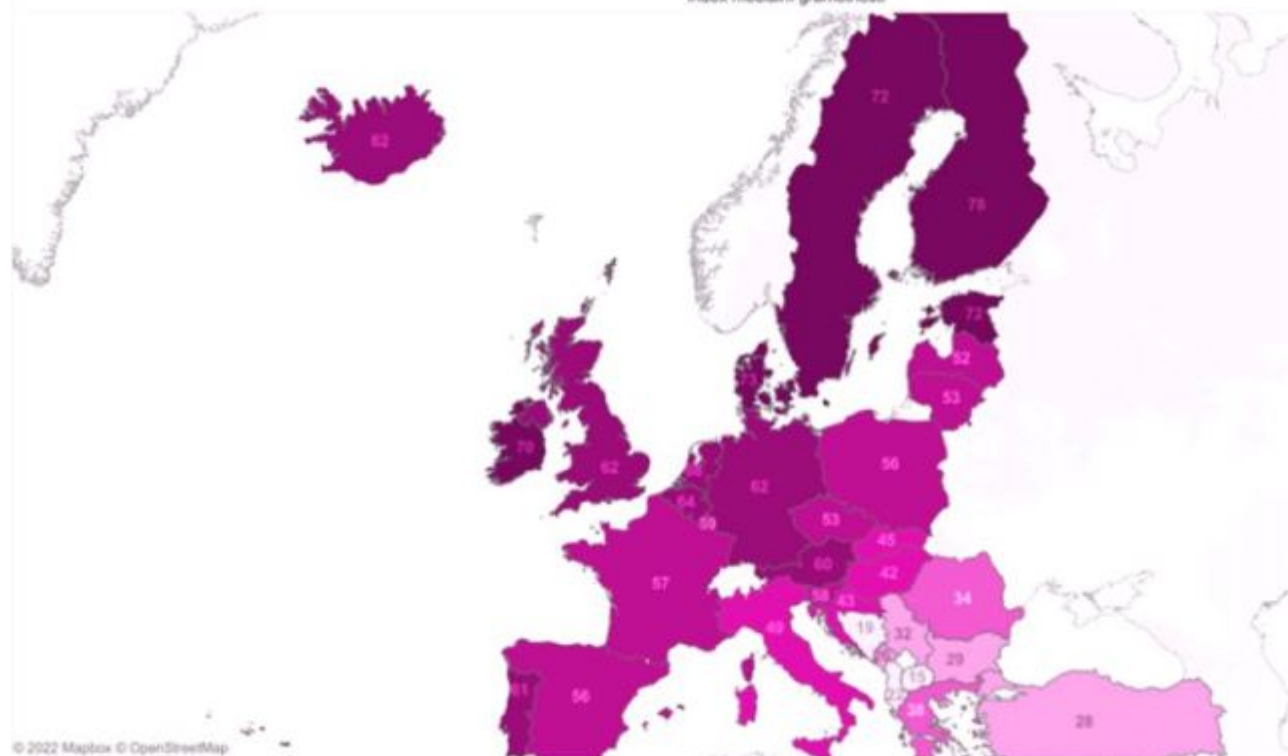
## Dezinformace dokáže rozeznat čím dál méně Čechů

„Zatímco v roce 2018 bylo 67 % obyvatel Česka přesvědčeno, že dokáže v mediálním prostoru dezinformace rozeznat, letos tento podíl klesl na 56 %. V porovnání s ostatními evropskými státy se s 4. nejnížší hodnotou řadíme téměř na konec žebříčku,“ vysvětluje Milan Mařík, analytik projektu Česko v datech. Zatímco tedy stoupá počet dezinformačních článků, čím dál méně lidí je přesvědčeno o tom, že dokáže tento obsah odlišit od ostatních zpráv.

Takový pokles nicméně nemusí poukazovat na to, že by se v tuzemsku zhoršila mediální gramotnost. Spíše dochází k vyrovnání představ Čechů se skutečným stavem. Například Index mediální gramotnosti, který vydává Institut otevřené společnosti, vyšel pro Česko na 53 ze 100 bodů, což odpovídá 19. pozici ze 35 sledovaných zemí Evropy. Pro srovnání Slovensko získalo 45 bodů (22. pozice), a to i přesto, že jsou Slováci o svých dovednostech ve správném identifikování dezinformací přesvědčenější – myslí si to 70 % z nich. Index mediální gramotnosti nicméně nevychází z mediální gramotnosti jako takové, ale z jejích předpokladů, a to zejména ze svobody tisku, vzdělání a schopností studentů ve čtení.

## Mediální gramotnost v Evropě, (c) Česko v datech

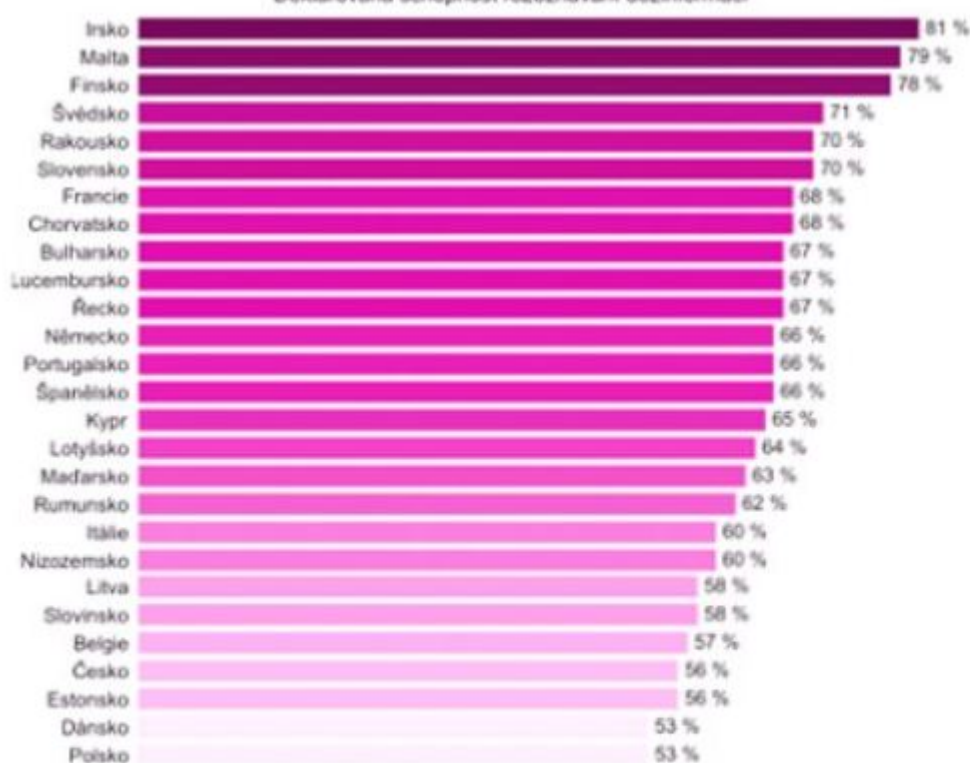
Index mediální gramotnosti



© 2022 Mapbox © OpenStreetMap

Zdroj: Eurobarometer 2022, Open Society Institute Sofia 2021

Deklarovaná schopnost rozeznávání dezinformací



Deklarovaná schopnost rozeznávání dezinformací v ČR



V Česku nicméně mediální výchova ve větším rozsahu chybí. „Učitelé si v ní často nevěří a věnují se jí tak v minimální míře. Situaci zhoršuje i nedostatek podkladů a metodik. Proto jsme se rozhodli ve spolupráci s T-Mobilem založit projekt Klíče k médiím, ve kterém vytváříme krátká edukativní videa doplněná o metodické listy pro pedagogy,“ vysvětluje Vladimír Piskáček, novinář a autor projektu Klíče k médiím.

Na většině českých škol se mediální výchova neučí jako specifický předmět, ale promítá se do osnov ostatních předmětů. „Mediální výchova je nadstavbou digitální a informační gramotnosti. Je důležité naučit žáky, jak funguje společnost a média, jak správně pracovat s informacemi nebo jak je vyhodnocovat,“ říká mluvčí Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy Aneta Lednová. „Prvky mediální gramotnosti by se měly průřezově objevovat téměř ve všech předmětech. Předpokládáme, že se téma objeví i v aktuálně zpracovávaném Dlouhodobém záměru vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2023–2027,“ doplňuje.

### **Mediální gramotnost Čechů se zlepšuje**

Jak ukazují data, v poslední době se mediální gramotnost v Česku mírně zlepšila. Pokles počtu Čechů, kteří si myslí, že dokážou rozeznat dezinformace, je v současnosti spíše pozitivním trendem. Situace poukazuje na to, že Češi začínají k médiím přistupovat kritičtěji. „Využívání technologií musí jít ruku v ruce s posilováním digitální a mediální gramotnosti. Ačkoliv v letošní studii společností STEM/MARK registrovali autoři nárůst mediální gramotnosti obyvatel oproti letům předchozím, celkové průměrné skóre při analýze mediálních sdělení dosáhlo jen 52,5 bodů. Existuje tedy ještě velký prostor pro zlepšení, i proto jsme se rozhodli podpořit projekt Klíče k médiím,“ říká Martin Orgoník, ředitel vnějších vztahů a udržitelnosti z T-Mobile Czech Republic.

### **Nejvíce informací čerpají Češi z televizních obrazovek, současně jim ale nevěří**

Jako primární zdroj informací označila televizi polovina Čechů, vyplývá to z dat letošního Eurobarometru. Z online zpravodajství získává přehled o dění 15 % Čechů. Pouze 5 % uvedlo, že zprávy nesleduje vůbec. Podstatná část populace ale k televiznímu zpravodajství nemá důvěru. Podle průzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění letos televizi nedůvěřovalo 56 % Čechů. Z již zmíněného Eurobarometru dále vyplývá, že Češi nedůvěřují zejména soukromým televizním stanicím. Ty společně se soukromými rádii označilo za věrohodný zdroj jen 15 % Čechů, zatímco u veřejnoprávních televizních a radiových stanic to byla polovina české populace.

### **Důvěra Čechů v média dlouhodobě klesá, mladí věří spíše sociálním sítím**

Ačkoli Češi tvrdí, že převážně důvěřují veřejnoprávním médiím, do sledovanosti televize se to výrazně nepromítá. Například podle údajů Asociace televizních organizací v poslední době mezi nejsledovanější zpravodajskou relaci patří Televizní noviny na Nově.

„Lidé často deklarují, že nevěří bulváru nebo komerčním televizím, ale nakonec po nich stejně sáhnou, protože neodolají zábavě a šokujícím titulům,“ říká Nikola Hořejš, který se věnuje výzkumu dezinformací a médií v sociologickém ústavu STEM. „Důvěra vzniká různě. Největší roli hraje naše fandící mentalita – věříme tomu médiu, které zastává nám blízké názory. U lidí okolo 25 let zase vidíme, že když se začnou zajímat o politiku a veřejné dění, řídí se nejvíce podle sociálních médií a influencerů,“ dodává Hořejš.

Pokles důvěry české populace se netýká jen televize, ale médií obecně. Podle dlouhodobého průzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění klesá již od přelomu tisíciletí. Nejméně lidé důvěřují tisku. Zatímco v roce 2002 mu důvěřovalo 56 % Čechů, letos to byla jen třetina obyvatel ČR. K největšímu poklesu u všech sledovaných médií došlo v roce 2015, kdy mediálním prostorem silně

rezonovala uprchlická krize.

\*

Pošmákli jste si také na tomhle moudru? Já ano. Zjistil jsem, že patřím do kategorie vlastního úsudku neschopný, snadno ovlivnitelný a manipulovatelný blb, který je tak daleko, že ze zpravodajství takové současné České televize mi s odstupem nejdůvěryhodnější připadá předpověď počasí. A to klidně i na půl roku. Zatímco je změřeno, že půlka národa tomu, co se line z Kavek věří....

Takže vlastně se nakonec s tvůrci té studie o dezinformacích a jejich akceptaci shodnu! Ano v Česku je to s mediální gramotností mizerné a dezinformace tu mají pré! Jen oni a já zcela odlišně identifikujeme ty, kteří těm dezinformacím podléhají.

A samozřejmě, že si nemyslím, že by chyba byla na mé straně. Ne proto, že mi schází sebereflexe. Ale on důvod pro tuto mou pozici je vlastně obsažen i v tom článku, který vám je naservírován. Respektive v jeho posledním odstavci. Dám jej znovu:

*Pokles důvěry české populace se netýká jen televize, ale médií obecně. Podle dlouhodobého průzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění klesá již od přelomu tisíciletí. Nejméně lidé důvěřují tisku. Zatímco v roce 2002 mu důvěřovalo 56 % Čechů, letos to byla jen třetina obyvatel ČR. **K největšímu poklesu u všech sledovaných médií došlo v roce 2015, kdy mediálním prostorem silně rezonovala uprchlická krize.***

Více není třeba dodávat! každý, kdo tenkrát poukazoval na negativní, ba devastační dopady hord ekonomických migrantů tenkrát automaticky, stejně jako dnes, dostal nálepku dezinformátora a prokremelského hybridního rozvraceče! Stejně jako dneska ohledně Ukrajiny! Jak to je s těmi, co jsme museli chránit před válkou, co nás měli kulturně obohatit a zachránit naši demografii před totálním rozpadem už dnes víme. A když se do Evropy hrnuli přes Bělorusko, okamžitě ona humánní Evropa vybudovala novou železnou oponu! A náčelník lupičské bandy Rakušan chce, aby EU kvůli nové migrační vlně si podala Erdogana a Turecko.

Ta stará moudrost platí – velmi často je rozdíl mezi informací a dezinformací rozdíl jen v čase zveřejnění. Doplním to – dezinformace je informace o problému, když se s ním ještě dá něco dělat. Informace popisuje problém, který už rozumné řešení nemá. Utekl totiž čas, kdy to ještě šlo.

*Autor Petr Vlk*

ZDROJ: [1](#) / [2](#)