Nic není tak, jak se zdá.

&

Technologie se mění. Lidský mozek téměř vůbec ne.

Hybridní války.

Dezinformace jako psychologická zbraň.

Kyberprostor.

Všudypřítomná AI.

```
WINDOWS POWERSHELL

COPYRIGHT (C) MICROSOFT CORPORATION. ALL RIGHTS RESERVED.

PS C:\UPLOADING IDENTITY...
PS C:\UPLOADING BELIEFS...
PS C:\UPLOADING REALITY...
PS C:\DONE!
PS C:\|?
```

Nic není tak, jak se zdá.

&

Technologie se mění. Lidský mozek téměř vůbec ne.

Hybridní války.

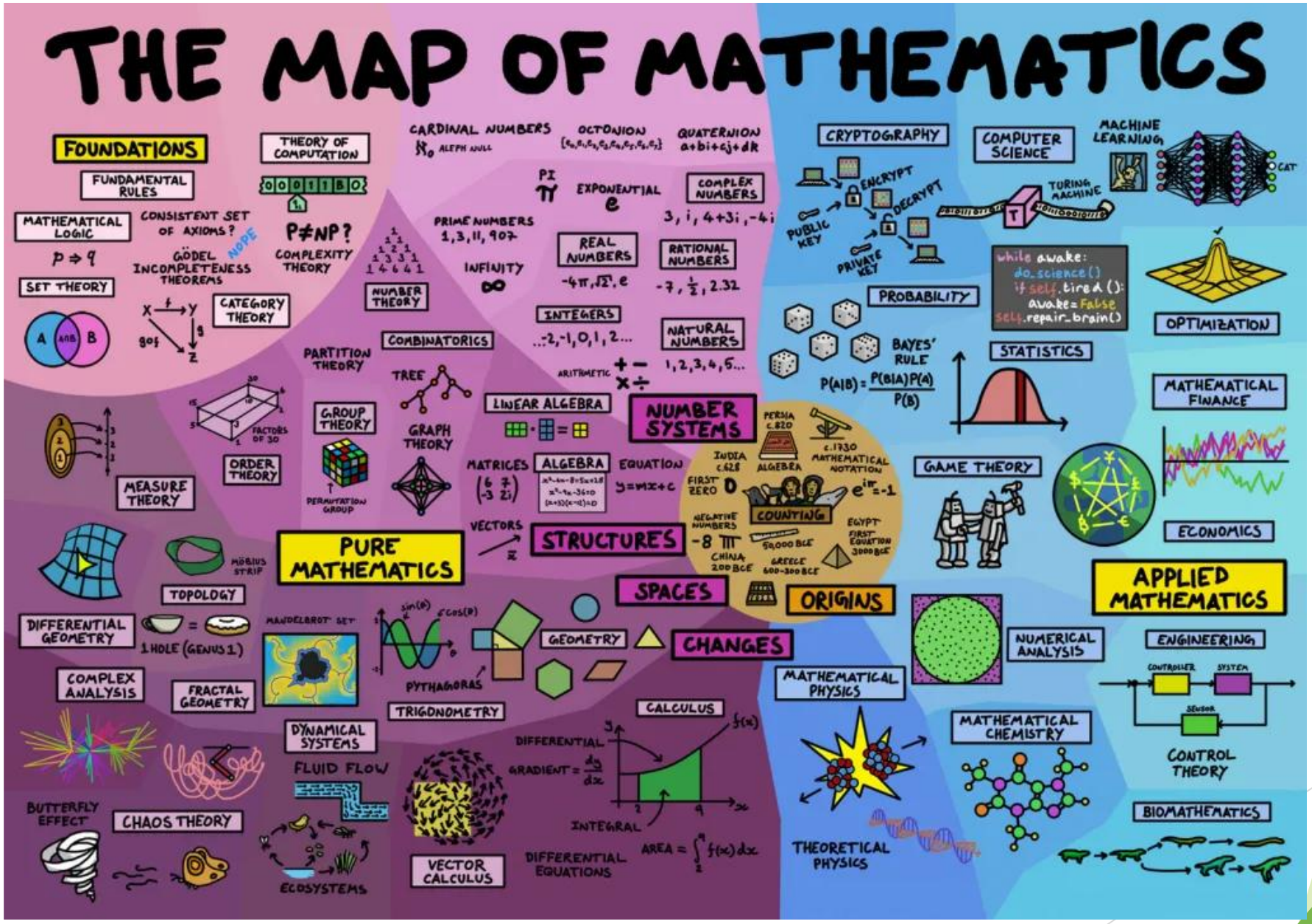
Dezinformace jako psychologická zbraň.

Kyberprostor.

Všudypřítomná AI.


HUMBUG 0058
OBSAH ČTVERCE NAD PŘEPONOU JE ROVEN SOUČTU OBSAHŮ ČTVERCŮ NAD OBĚMA ODVĚSNAMI.
$c^2 = a^2 + b^2$
c
a
b
PYTHAGORAS


PRŮVODCE
PEKLEM
PRO ZAČÁTEČNÍKY
?


THE MAP OF MATHEMATICS
FOUNDATIONS
FUNDAMENTAL RULES
MATHEMATICAL LOGIC
p ⇒ q
SET THEORY
A ∩ B
CONSISTENT SET OF AXIOMS?
GÖDEL INCOMPLETENESS THEOREMS
NOPE
THEORY OF COMPUTATION
P≠NP?
COMPLEXITY THEORY
CATEGORY THEORY
CARDINAL NUMBERS
ALEPH NULL
OCTONION
QUATERNION
a+bi+cj+dk
PI
EXPONENTIAL
COMPLEX NUMBERS
3, i, 4+3i, -4i
PRIME NUMBERS
1,3,11,907
INFINITY
REAL NUMBERS
RATIONAL NUMBERS
-7, 1/2, 2.32
NUMBER THEORY
INTEGERS
...-2,-1,0,1,2...
NATURAL NUMBERS
1,2,3,4,5...
ARITHMETIC
COMBINATORICS
PARTITION THEORY
TREE
GRAPH THEORY
GROUP THEORY
PERMUTATION GROUP
ORDER THEORY
FACTORS OF 30
MEASURE THEORY
LINEAR ALGEBRA
MATRICES
ALGEBRA
EQUATION
y=mx+c
NUMBER SYSTEMS
INDIA c.628
PERSIA c.820
ALGEBRA
c.1730 MATHEMATICAL NOTATION
FIRST ZERO
COUNTING
NEGATIVE NUMBERS
CHINA 200 BCE
50000 BCE
EGYPT FIRST EQUATION 3000 BCE
GREECE 600-300 BCE
ORIGINS
PURE MATHEMATICS
VECTORS
STRUCTURES
SPACES
CHANGES
MÖBIUS STRIP
TOPOLOGY
DIFFERENTIAL GEOMETRY
1 HOLE (GENUS 1)
MANDELBROT SET
COMPLEX ANALYSIS
FRACTAL GEOMETRY
PYTHAGORAS
GEOMETRY
TRIGONOMETRY
DYNAMICAL SYSTEMS
FLUID FLOW
BUTTERFLY EFFECT
CHAOS THEORY
ECOSYSTEMS
CALCULUS
DIFFERENTIAL
GRADIENT
INTEGRAL
AREA
VECTOR CALCULUS
DIFFERENTIAL EQUATIONS
CRYPTOGRAPHY
ENCRYPT
DECRYPT
PUBLIC KEY
PRIVATE KEY
COMPUTER SCIENCE
TURING MACHINE
MACHINE LEARNING
CAT
while awake:
do_science()
if self.tired():
awake=False
self.repair_brain()
PROBABILITY
BAYES' RULE
P(A|B) = P(B|A)P(A) / P(B)
STATISTICS
OPTIMIZATION
MATHEMATICAL FINANCE
GAME THEORY
ECONOMICS
APPLIED MATHEMATICS
NUMERICAL ANALYSIS
ENGINEERING
CONTROLLER
SYSTEM
SENSOR
CONTROL THEORY
MATHEMATICAL PHYSICS
MATHEMATICAL CHEMISTRY
BIOMATHEMATICS
THEORETICAL PHYSICS


PRŮVODCE
PEKLEM
PRO ZAČÁTEČNÍKY
?


HUMBUG 00058
OBSAH ČTVERCE NAD PŘEPONOU JE ROVEN SOUČTU OBSAHŮ ČTVERCŮ NAD OBĚMA ODVĚSNAMI.
$c^2 = a^2 + b^2$
c
a
b
PYTHAGORAS


PRŮVODCE
PEKLEM
PRO ZAČÁTEČNÍKY
?

… doba postfaktická …





… doba postfaktická …



… společenské prostředí, ve kterém **objektivní fakta přestávají být hlavním kritériem pro vytváření veřejného mínění.**
Mnohem větší vliv mají emoce, osobní přesvědčení, identita nebo příslušnost ke skupině.
Alexandra Alvarová →: „Nerozhoduje „jak je TO doopravdy“, rozhoduje „jak TO vypadá.“
Wikipedie: „Není důležité, zda je něco pravda – důležité je, zda to odpovídá tomu, čemu chceme věřit.“
Steve Tesich → : „Společnost začíná dobrovolně přijímat příjemnější příběhy místo nepříjemných faktů.“

příklad: statistiky ukazují, že kriminalita klesá. Přesto mnoho lidí věří, že je kriminalita nejvyšší v historii, protože viděli několik silně emotivních videí na sociálních sítích.

Informační exploze - Sociální sítě - Krize důvěry - Potvrzovací zkreslení - Informační bubliny - Marketing „čehokoliv“ => „nemohu věřit vůbec ničemu“

Termín „doba postfaktická“ se poprvé objevil 1992 (Steve Tesich, esej A Government of Lies), ale „popularitu“ mu získaly kampaně (názorové ovlivnění) okolo referenda BREXIT. Další studie navazují =>

vnímání informací ➔



Vyzbrojíme se …





Vyzbrojíme se …

RVP, ŠVP ➔

✓ Kognitivní zkreslení
Mentální zkratky (mozek není stroj na pravdu, ale na rozhodování)

✓ Kritické myšlení
Pomáhá kognitivní zkreslení rozpoznat a zmenšit



„operační systémy“ lidského mozku

- ✓ rychlé
- ✓ intuitivní
- ✓ automatické
- ✓ emoční
- ✓ energeticky úsporné
- ✓ hledá potvrzení
- ✓ spoléhá na zkušenost
- ✓ uzavírá problém
- ✓ černobílé vidění
- ✓ chce mít pravdu

- ✓ pomalé
- ✓ analytické
- ✓ vědomé
- ✓ racionální
- ✓ energeticky náročné
- ✓ hledá ověření
- ✓ spoléhá na důkazy
- ✓ ponechává otevřené otázky
- ✓ připouští více možností
- ✓ chce se přiblížit pravdě

Vyzbrojíme se …



✓ Axiomatická výstavba matematiky
(matematika = propracovaný systém pro práci s pravdou, důkazy a **nejistotou**)
nebo
(matematika = propracovaný systém pro práci s definicemi, důkazy a logikou)
… apod.

nedefinované pojmy (považujeme je za samozřejmost) - např.: „Co je to BOD? Co je to PŘÍMKA?“ atd.

⇣

axiomy (výchozí předpoklady, které nedokazujeme) - např. Euklidovy (325 př. n. l. - 260 př. n. l.) postuláty - např. „Lze vytvořit úsečku, která spojuje dva dané body.“

⇣

definice (vymezují nové pojmy na základě předchozího) - např. : „Kružnice je množina všech bodů roviny, které mají od daného bodu stejnou vzdálenost.“

⇣

lemma (pomocná tvrzení, která odvozujeme z axiomů a definic a MUSÍME JE DOKÁZAT!) - např. : „Úhlopříčka rozděluje čtverec na dva shodné pravoúhlé trojúhelníky.“

⇣

věty (tvrzení teorie, které CHCEME a MUSÍME DOKÁZAT!) - např. : „Obsah čtverce sestrojeného nad přeponou pravoúhlého trojúhelníku je roven součtu obsahů čtverců nad oběma jeho odvěsnami.“

důkazy ➔

Vyzbrojíme se …

- ✓ Axiomatická výstavba matematiky



DEZINFORMACE

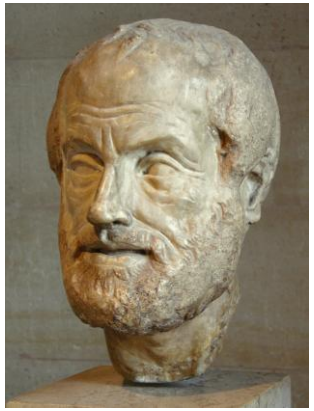
- ✓ Předem známý závěr
- ✓ Vágní pojmy
- ✓ Vybrané „důkazy“
- ✓ Silné tvrzení
- ✓ Emoce místo ověřování

- ✓ **Přesvědčení**



Vyzbrojíme se …

✓ Vícehodnotové logiky



busta - Louvre



AI

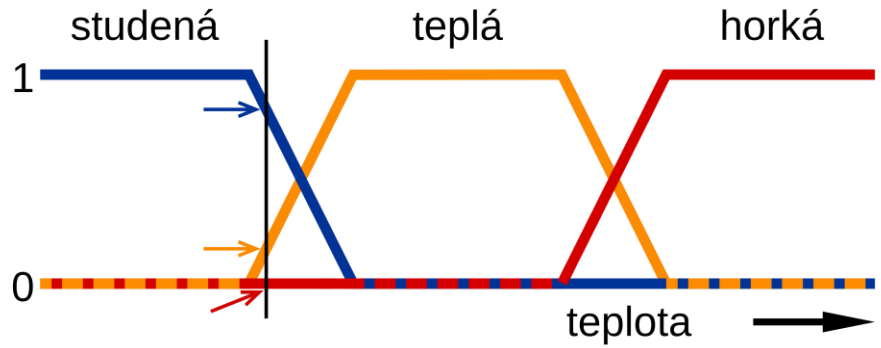


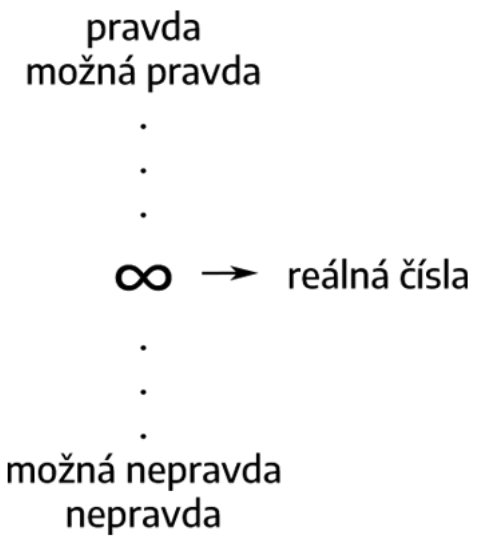
ARISTOTELES (384 př. n. l. – 322 př. n. l. = 62 let)
= klasická logika (**dvouhodnotová: pravda/nepravda**)

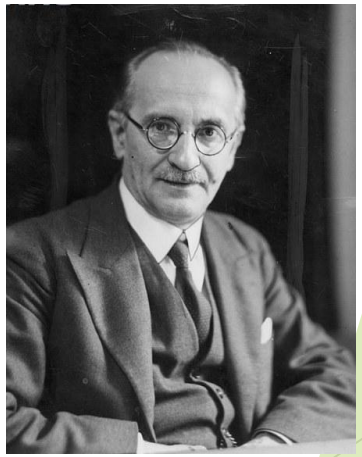
- Zákon identity („Trojúhelník je trojúhelník“)
- Zákon sporu („Nemohou platit dva opačné stavy současně“)
- **Zákon vyloučení třetího** („Buď anebo – třetí možnost neexistuje“)

NESROVNALOST v teorii – Vyhodnoťte pravdivost výroku: „Zítra bude námořní bitva.“
(Spisy Organon, pojednání De Interpretatione, kapitola 9) zdroje, důkazy ➔

JAN ŁUKASIEWICZ (1878 – 1956 = 78 let)
= definoval vícehodnotové logiky zdroje, důkazy ➔

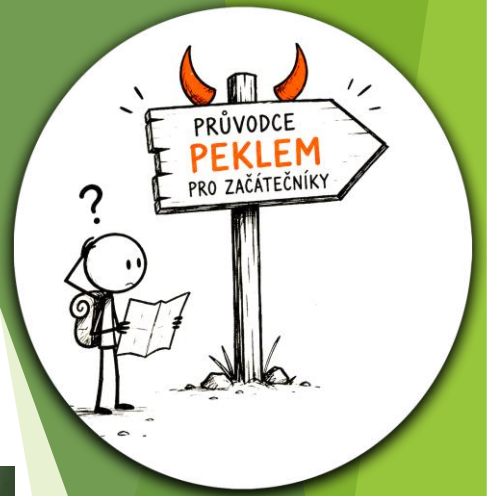






Vyzbrojíme se …

- ✓ Vícehodnotové logiky versus dezinformace (vystačíme s tříhodnotovou)



Aristoteles
↓
Klasická logika - Pravda / Nepravda
Nestačí pro všechny životní situace
↓
Vícehodnotové logiky
Pravda • Neurčeno • Nepravda
↓
Kritické myšlení
↓
"Potřebujeme více důkazů."



Vyzbrojíme se …



✓ Dan Ariely (1967 – současník) - NESMYSLNOST

Emoční a racionální, věcná argumentace

- k životu patří obě:
  - emoční (sport, umění, vypjaté situace …)
  - racionální (vzdělávání, řešení věcných problémů …)

Př.: „Pomozme lidem po povodních.“
Problém není emoce. **Problém nastává tehdy, když emoce nahrazují důkazy.**
(souvislost s axiomatickou výstavbou matematiky)



INFORMACE
- emoční reakce – „To mě naštvalo“ – „To sdílím“ – virální šíření
- kritické myšlení – „Důkazy?“ – „Ověřím“ – informované rozhodnutí

hlubší rozbor ➔

„COKOLIV TVRDÍTE BEZ DŮKAZU, MOHU TAKÉ BEZ DŮKAZU ODMÍTNOUT.“

Vyzbrojíme se …



- ✓ **Argumentační fauly** (manipulační techniky) – netýkají se pouze komunikace, ale např. i způsobu sdělování či interpretace **INFORMACE**

kompletní ➔

Wikipedie ➔

Argumentační faul je způsob argumentace, který působí přesvědčivě, ale logicky nepodporuje předkládaný závěr.

Nejběžnější:

Argumentační faul	Podstata	Typický příklad	Otázka kritického myšlení
Ad hominem	Útok na člověka místo jeho argumentu.	*„Tomu nevěřte, je to pan XY“*	*Co říká jeho argument?*
Straw man (slaměný panák)	Překroucení názoru protivníka a útok na jeho zjednodušenou verzi.	*„Chce omezit auta, takže chce zakázat dopravu.“*	*Opravdu tvrdil právě toto?*
Falešné dilema	Předstírání, že existují jen dvě možnosti.	*„Buď jsi s námi, nebo proti nám.“*	*Existují i jiné možnosti?*
Argument z autority (Ad verecundiam)	Tvrzení je údajně pravdivé jen proto, že ho řekl někdo známý.	*„Řekl to slavný herec.“*	*Je autorita odborníkem právě na toto téma?*
Argument z popularity (Ad populum)	Něco má být pravda, protože tomu věří mnoho lidí.	*„Sdílí to milion lidí.“*	*Je popularita důkazem pravdivosti?*
Argument ze strachu (Ad baculum)	Nahrazení důkazů vyvoláním strachu nebo hrozby.	*„Když tomu neuvěříte, dopadne to katastrofálně.“*	*Jsou doložena fakta, nebo jen emoce?*
Cherry picking	Výběr pouze těch důkazů, které podporují vlastní názor.	*Ukázání jediného grafu bez ostatních dat.*	*Jak vypadají všechna dostupná data?*
Post hoc ergo propter hoc	Záměna časové posloupnosti za příčinu.	*„Po očkování onemocněl, takže očkování nemoc způsobilo.“*	*Existuje skutečný důkaz příčinné souvislosti?*
Argument z neznalosti (Ad ignorantiam)	Tvrdí, že něco platí, protože nebyl prokázán opak.	*„Nikdo nedokázal, že to není pravda.“*	*Kdo nese důkazní břemeno?*
Red herring (odvedení pozornosti)	Odvedení debaty k jinému tématu.	*„A co ten druhý problém?“*	*Odpovídá to na původní otázku?*

Vyzbrojíme se …

… dříve uvedené „nástroje“ („Pythagorovy věty“ ☺) spojíme a získáme **METODU**





… jsme vyzbrojeni …



Nic není tak, jak se zdá.

&

Technologie se mění. Lidský mozek téměř vůbec ne.

Hybridní války. Dezinformace jako psychologická zbraň. Kyberprostor. Všudypřítomná AI.

naše „zbraně“:

Kognitivní zkreslení x **Kritické myšlení**

Matematika → jak vzniká poznání (axiomatická výstavba, důkazy)

Vícehodnotová logika → ne vše je jen pravda/nepravda (existuje i „nevím“)

Emoce × racionalita → jak jsme přesvědčováni.

Argumentační fauly → jak jsme manipulováni.

Metody pro vyhodnocování informací =>

Nic není tak, jak se zdá.

&

Technologie se mění. Lidský mozek téměř vůbec ne.

Hybridní války.

Dezinformace jako psychologická zbraň.

Kyberprostor.

Všudypřítomná AI.

Hybridní války

… kombinují:
- vojenské prostředky
- ekonomický tlak
- kybernetické útoky
- informační operace
- **psychologické působení**

… cíl:
nezničit protivníka fyzicky, ale:
- narušit jeho soudržnost
- ochromit rozhodovací procesy
- vyvolat chaos a nedůvěru





Konkrétní ukázka **(Mosad x Hizballáh)**

V hybridních konfliktech není hlavním cílem obsadit území. **Cílem je obsadit mysl člověka.** **Umělá inteligence** tento proces výrazně urychluje, automatizuje a zlevňuje.

Kyberprostor – hlavní bojiště hybridních válek 21. století.
Od klasické propagandy k algoritmicky řízenému ovlivňování.

Hybridní války



… pojem „hybridní“ vznikl až v 21. století, ale jde o strategii, která má hluboké historické kořeny

Od dřevěného koně k umělé inteligenci => cíl se nezměnil, změnily se prostředky.

≈ 1220 | 1190 př. n. l. **Trojský kůň** (řecká mytologie) - Klam místo přímého útoku. Psychologická operace. Infiltrace protivníka.
544 př. n. l. – 496 př. n. l. **Sun-c´ - „O umění válečném“** - Nejvyšší vítězství je porazit nepřítele bez boje. Klamání. Dezinformace. Rozklad protivníka.
1469 – 1527 **Niccolò Machiavelli** - Moc. Manipulace. Politická psychologie. Využití veřejného mínění.
1780 – 1831 **Carl Philipp Gottlieb von Clausewitz** – **„O válce“** (1832) - Válka jako pokračování politiky. Vojenské i nevojenské prostředky. „Efektivní obrana je vždy účinnější než útok – válka se odehrává v informační „mlze“.“

28. 7. 1914 - 11. 11. 1918. První světová válka (Evropa. Afrika, Asie)
7. – 8. 11. 1917 VŘSR – počátek systematické státní propagandy a ideologické indoktrinace
Окна РОСТА **(1919)** – součást Российское телеграфное агентство = hlavní sovětské státní tiskové a informační středisko

aneb

od V. V. Majakovského k P. J. Goebbelsovi

Propaganda => způsob ovlivnění chování a názorů



Srovnání gramotnosti

Rusko:

- 1878 (sčítání obyvatelstva) – 72% negramotných
- 1920 (sčítání obyvatelstva) – 45 – 55% negramotných

Španělsko 1920 – **25 - 35% negramotných**

Itálie 1920 – **25 - 30% negramotných**

Francie 1920 – **2 - 5% negramotných**

Československo 1920 – **2 - 5% negramotných**

Německo 1920 – **1 - 2% negramotných**

povinná školní docházka:
Čechy (Rakousko- Uhersko) - 1774
Rusko - reálně až 1918

komplexní zdroj =>
(ale je možné ověřit i ve statistikách jednotlivých států)

Při vysoké čtenářské negramotnosti je v propagandě nutné využít obrazovou podobu sdělení.



1914
Británie



1917
USA



1917
Kanada



1919
Rusko - Bílí



1920
Rusko - Rudí

Vizuální propaganda => útok na emoční rozhodování

(manipulace s úsudkem)





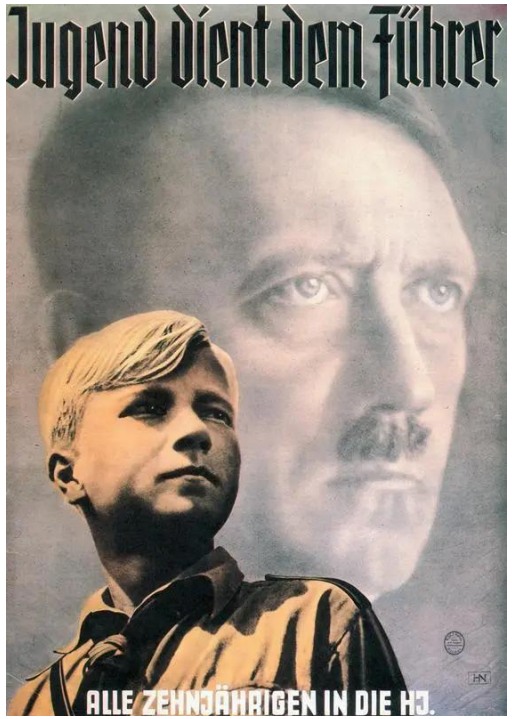




=>





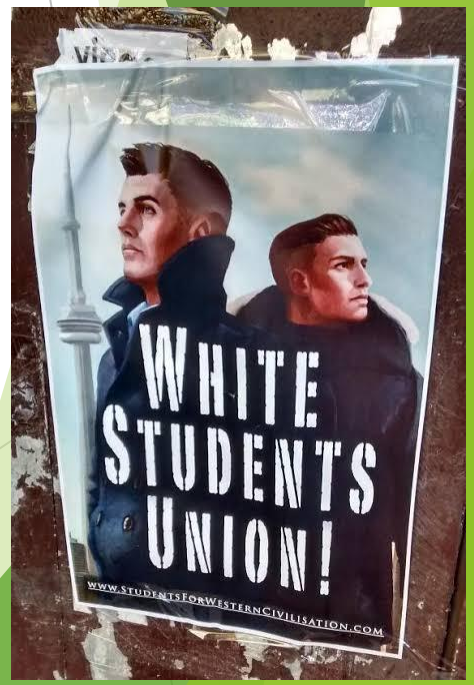


[nacistická propaganda ➔]

2020

=>





Vizuální propaganda => útok na emoční rozhodování

(manipulace s úsudkem)



Historické a principiální shrnutí:

1914–1918: Válka vytvořila moderní propagandu

1917: Bolševici pochopili sílu obrazu pro masy (hlavně negramotné obyvatelstvo)

20.–30. léta: Sovětská propaganda zdokonalila plakát jako nástroj mobilizace

1920–1945: Fašismus a nacismus převzaly princip masové psychologické manipulace

21. století: princip manipulace pomocí emotivní grafické (+ video a soc. sítě) informace stále funguje

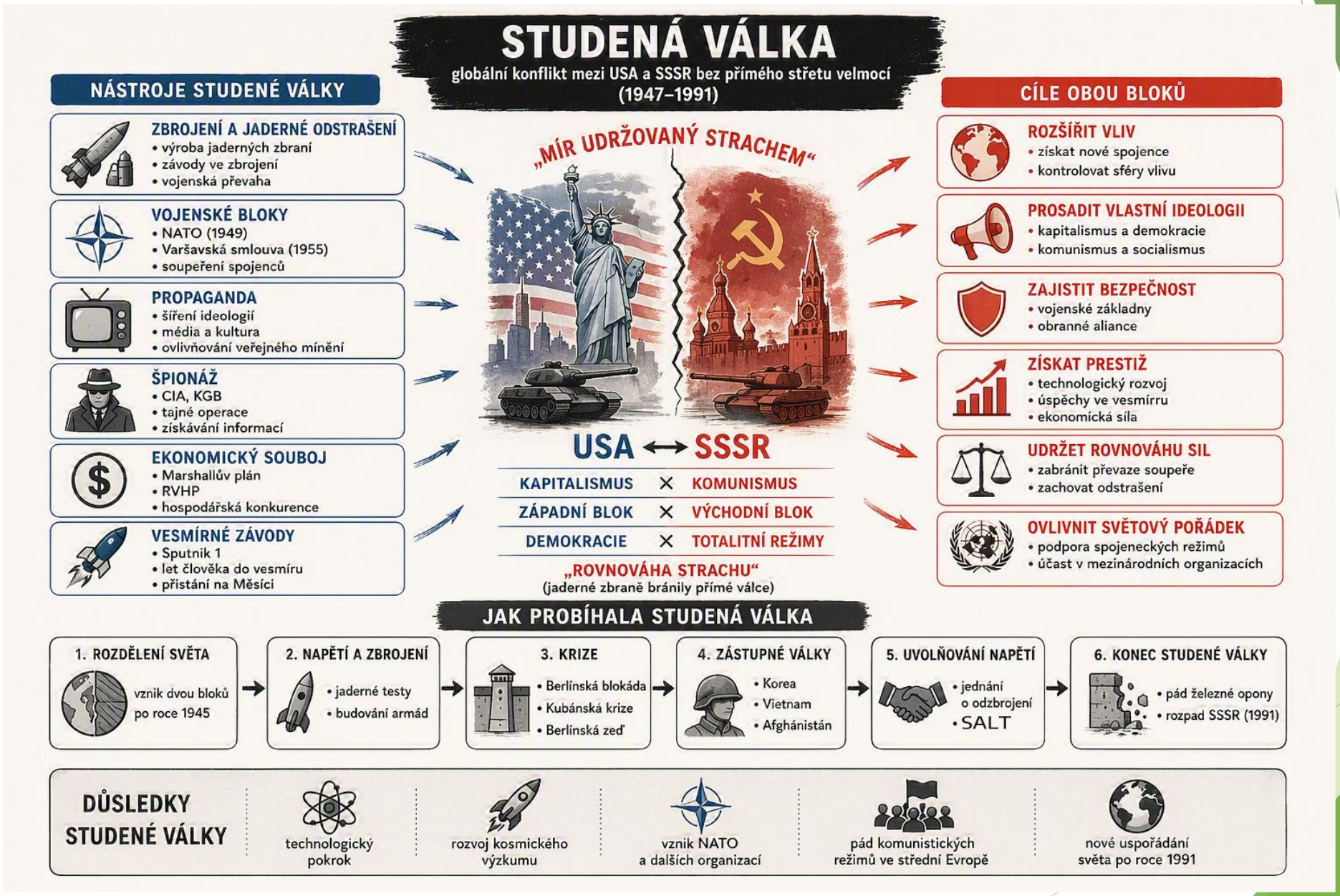








Od propagandy k systematické informační válce





Od propagandy k systematické informační válce

Rusko, 90. léta 20. století

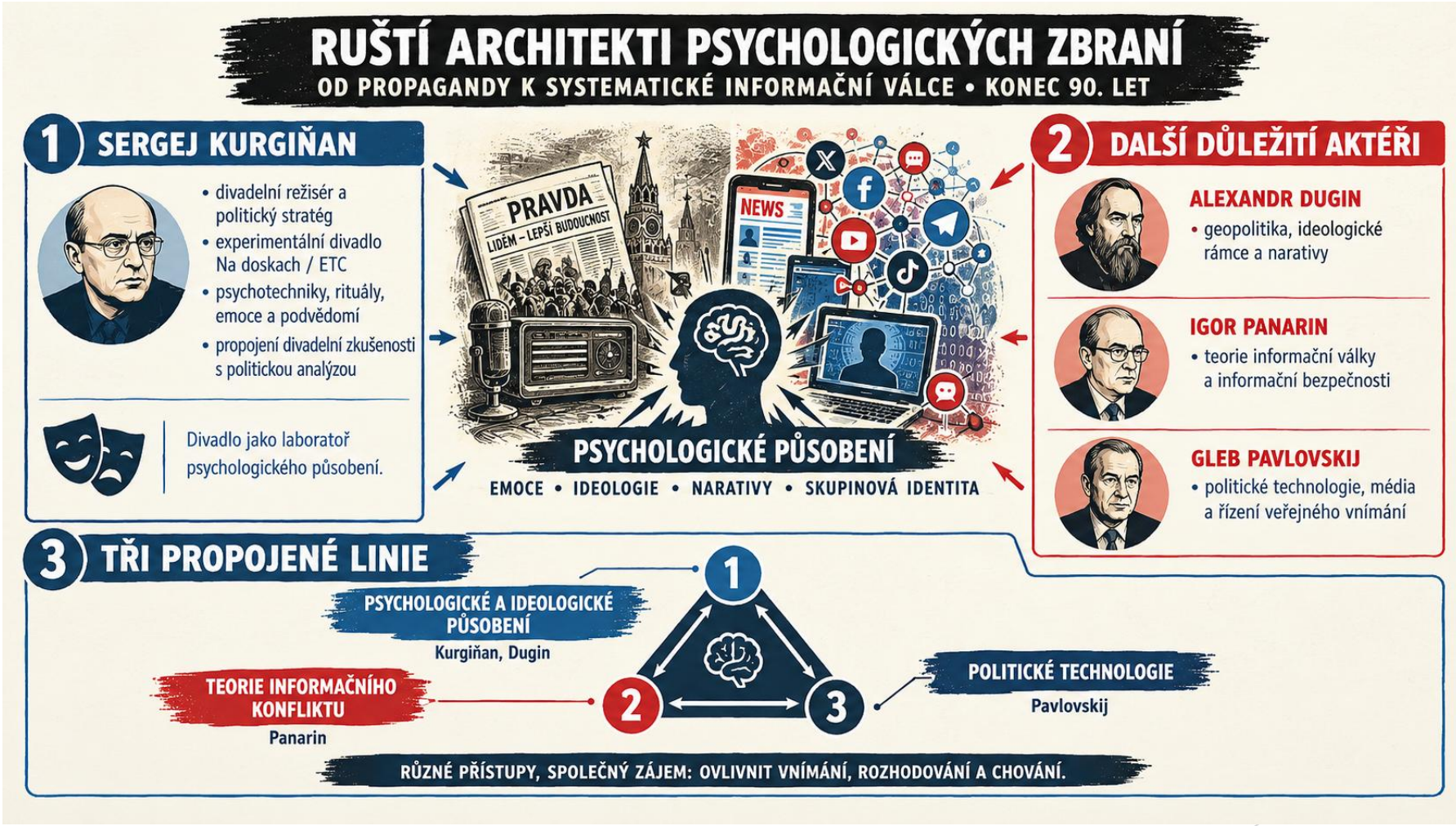
proč právě Rusko? ➔





Od propagandy k systematické informační válce

Rusko, 90. léta 20. století
- rozšíření a přechod starých sovětských propagandistických metod nového informačního prostředí





Sergej Kurgiňan
Alexandr Dugin
Igor Panarin
Gleb Pavlovskij

FAKE
„Gerasimova doktrína“

Psychologické působení na chování společnosti



EMOCE V OVLIVŇOVÁNÍ SPOLEČNOSTI

1 STRACH A ÚZKOST



„Jsme v ohrožení.“

Aktivují pozornost vůči hrozbám, nejistotě a potřebě ochrany.

2 HNĚV A ROZHOŘČENÍ



„Někdo nám ubližuje a musí za to nést odpovědnost.“

Mobilizují k protestu, hledání viníka a sdílení obvinění.

3 ZNECHUCENÍ A ODPOR



„Tohle je odporné, nepřijatelné, nechci s tím mít nic společného.“

Vedou k odmítání lidí, skupin, institucí nebo názorů.

4 PŘEKVAPENÍ A ŠOK



„To snad není možné!“

Přerušují běžné uvažování a přitahují pozornost. Šokující obsah se snadno šíří.

5 NADŠENÍ A EUFORIE



„Tohle je ono! Teď to dokážeme!“

Posilují angažovanost, skupinovou soudržnost a ochotu jednat.

6 NADĚJE



„Věci se mohou změnit k lepšímu.“

Dává motivaci jednat a vytrvat. Manipulace ji může spojovat s nereálnými sliby.

7 PÝCHA A SOUNÁLEŽITOST



„Jsme výjimeční. Patříme k sobě.“

Posiluje solidaritu, ale i hranici mezi „námi“ a „jimi“. Snadno přijímáme informace potvrzující vlastní skupinu.

8 STUD A POCIT VINY



„Selhal jsem. Zklamal jsem ostatní.“

Může vést ke změně chování, ale také k obraně, mlčení nebo podřízení se tlaku.



klíčová otázka:

Nejen „Jakou emoci sdělení vyvolává?“, ale také „K jakému úsudku nebo jednání má tato emoce člověka přivést?“

most mezi psychologií emocí a analýzou informační manipulace

Psychologické působení na chování společnosti



Studie

- USA, 2022, Emotion and Politics: Noncognitive Psychological Biases in Public Opinion
jak: emoce ovlivňují zpracování informací + emoce souvisejí s polarizací + emoce souvisejí s postoji + emoce ovlivňují vztah k demokracii
- Evropa
2017, Fear, anger and enthusiasm about the European Union: Effects of emotional reactions on public preferences towards European integration
jak: lidé zpracovávají informace + strach, hněv a nadšení ve vztahu k Evropské unii souvisejí s podporou evropské integrace
2022, Pandemic threat and authoritarian attitudes in Europe: An empirical analysis of the exposure to COVID-19
jak: vnímání hrozby pandemii souvisí se strachem z autoritářských režimů
2024, Affective polarization in Europe
„my versus oni“ – skupinová identita a vzájemná nevraživost
2026, Left Wanting and Left Unheard: A Dual Grievance Model of Populism Across Six European Countries
Hněv, nedůvěra => pocit znevýhodnění => (snadná „kořist“ pro populisty)

Závěr: NEJSME V TOM SAMI ☺

Psychologické + mediální působení na chování společnosti



fáze mediálně - psychologické vlivové operace

Vrtěti psem (USA, 1997)



Ukázka reálné vlivové operace



česko – polské hranice, srpen 2026: *v srpnu 2026 se objevila koordinovaná dezinformační kampaň, která se snažila vyvolat dojem, že Polsko chce získat české území.*
Časová osa:
začátek srpna – registrace domény „lrozhlas.cz“ napodobující doménu „irozhlas.cz“ **obrázek**
16. 8. – přes ukradené zaměstnanecké heslo infiltrován redakční systém RadiaPiK a web města Tczew, umístění článků tvrdících, že Polsko plánuje získat přibližně 600 ha českého území **zdroj**
18. 8. – následuje dohledatelná „vlna“ podporujících tvrzení **zdroj**
19. 8. – rozesílání pozvánek na na demonstraci v Třinci „Těšínsko je české“ **zdroj**
25. 8. – širší kampaň, přidávají se falešné profily (Adam Sikora, placená kampaň), reklamní kampaň na údajnou demonstraci, zvyšuje se mediální dosah … **zdroj**
okolo 25. 8. – institucionální reakce, MZVČR a polské MSZ, začíná oficiální vyvracení dezinformační akce, trvalo až do 7. 9.

Kompletní zmapování operace
Celý příběh a investigace **Digitální stopy** **Analýza operace**

**Zůstávají ? ? ?

Generování hypotéz





CUI BONO?
Komu to prospívá?

Hledání motivů a zájmů jako jeden z nástrojů při ověřování informací.

HLAVNÍ OTÁZKY

1 KDO ZÍSKÁVÁ?
Politický, ekonomický, mocenský nebo reputační prospěch.

2 KDO A JAK INFORMACI ŠÍŘÍ?
Původní zdroj, zesilovače sdělení, koordinované účty a distribuční kanály.

3 JAKÉ MÁME DŮKAZY?
Ověřitelné skutečnosti, kontext, motivy a alternativní vysvětlení.



MOTIV + PŘÍNOS = HYPOTÉZA

Cui bono? pomáhá určit, co a jak dál ověřovat.

KAM TO VEDE

GENEROVÁNÍ HYPOTÉZ
Komu může informace prospívat a jaký může být motiv?

HLEDÁNÍ SOUVISLOSTÍ
Kdo informaci vytvořil, kdo ji šíří a jak se šíří?

TESTOVÁNÍ HYPOTÉZ
Odpovídají tvrzení dostupným faktům, nebo existuje lepší vysvětlení?

LEPŠÍ ROZHODNUTÍ
Kritičtější pohled, menší riziko manipulace.

POZOR NA LOGICKOU PAST

To, že někdo z informace těží, neznamená, že ji vytvořil, že je nepravdivá nebo že ji záměrně šíří.

Motiv je stopa k prověření, nikoli důkaz viny.

JAK ZAPADÁ DO OSTATNÍCH NÁSTROJŮ?

ANALÝZA ZDROJE
Kdo informaci zveřejnil? Jaká je jeho důvěryhodnost?

→

ANALÝZA ŠÍŘENÍ
Kdo ji šíří, jaké kanály používá, jaký je dosah?

→

OVĚŘOVÁNÍ DŮKAZŮ
Fakta, kontext, data, nezávislé zdroje.

→

KRITICKÉ MYŠLENÍ
Vlastní názor, kognitivní zkreslení, zdravá skepse.



Psychologické vlivové operace

Do debaty – co je možné (vhodné) do tohoto tématu doplnit?



DEZINFORMACE



Misinformace — neúmyslně chybná informace **příklad ➔**

Někdo sdílí nepravdivé tvrzení, protože mu sám uvěřil. Nemusí mít žádný úmysl kohokoli oklamat.

Dezinformace — záměrné klamání **příklad ➔**

Nepravdivá nebo zavádějící informace je vytvářena či šířena se záměrem oklamat, ovlivnit nebo manipulovat.

Malinformace — škodlivé využití informace **příklad ➔**

Informace může být pravdivá, ale zveřejňuje se či používá s cílem způsobit škodu, například zveřejněním soukromých údajů mimo kontext.

Propaganda — nástroj přesvědčování **příklad ➔**

Slovo vzniklo z názvu úřadu *Sacra congregatio de propaganda fide* (tj. Posvátná kongregace pro šíření víry), což bylo kolegium kardinálů zodpovědných za misijní činnost katolické církve a potlačování vlivu reformace, které bylo založené roku 1622 papežem Řehořem XV. Za novodobý milník propagandy (teorie a studie o ní) se považuje vydání knihy stejného jména Edwardem Bernaysem v roce 1928. **zdroj =>**

mohlo by se hodit …



Hoax – konkrétní falešná zpráva či poplašné tvrzení, často doprovázené výzvou k dalšímu sdílení.

příklad ➔

Konspirační teorie – výklad událostí založený na předpokladu skrytého spiknutí; samotná existence spiknutí ovšem není důkazem, že jde o konspiraci v tomto smyslu.

příklad ➔

Falešný kontext – pravdivá fotografie či video opatřené nepravdivým popisem, datem nebo místem.

příklad ➔

Astroturfing – vytváření falešného dojmu spontánní podpory veřejnosti, například pomocí koordinovaných účtů.

příklad ➔

FIMI (Foreign Information Manipulation and Interference) – zahraniční informační manipulace a vměšování. Širší pojem pro záměrné, koordinované manipulační aktivity zahraničních aktérů; nemusí být založeny pouze na lživých tvrzeních.

příklad ➔

anatomie informačního bojiště

… od zadavatele k publiku – má šíření dezinformací nějakou strukturu?

… typickou algebraickou (stromovou) NE, jednodušší je orientace pomocí „vrstev“





anatomie informačního bojiště

… „Proč se mi na sociálních sítích zobrazuje právě tento obsah?“

- univerzální „algoritmus soc. sítí“ neexistuje
- Facebook, Instagram, YouTube.TikTok … atd. používají odlišné systémy, které se průběžně mění





anatomie informačního bojiště

… „Proč se mi na sociálních sítích zobrazuje právě tento obsah?“

- univerzální „algoritmus soc. sítí“ neexistuje
- Facebook, Instagram, YouTube.TikTok … atd. používají odlišné systémy, které se průběžně mění



„Ovlivňuje nabízený obsah soc. sítí počet

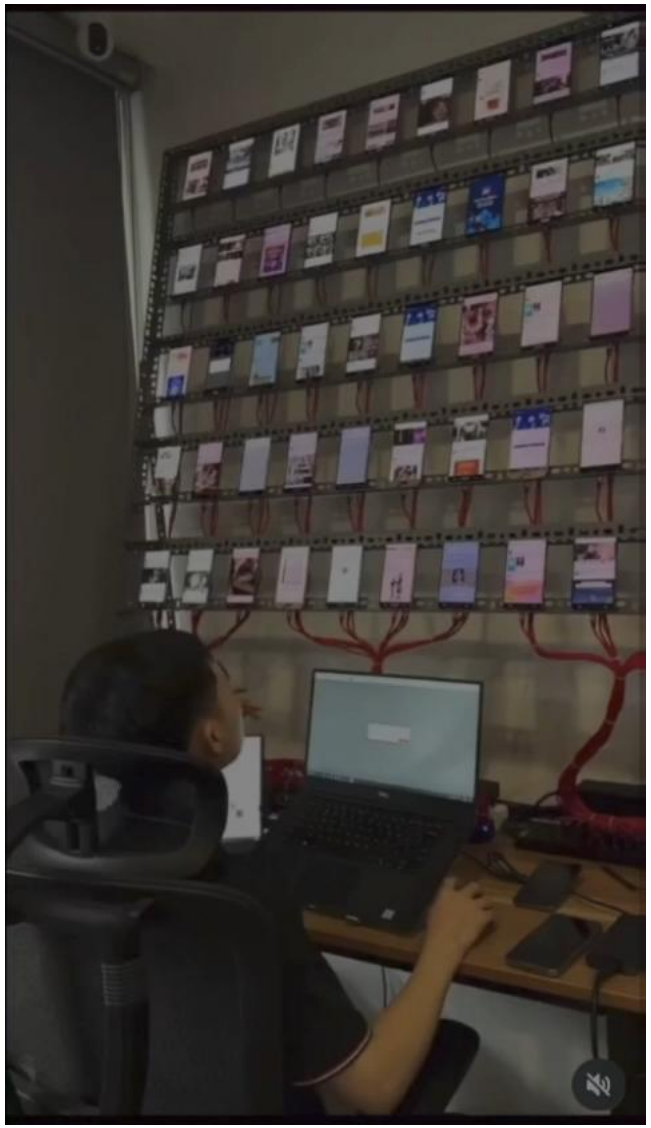
LAJKŮ
KOMENTÁŘŮ
SDÍLENÍ

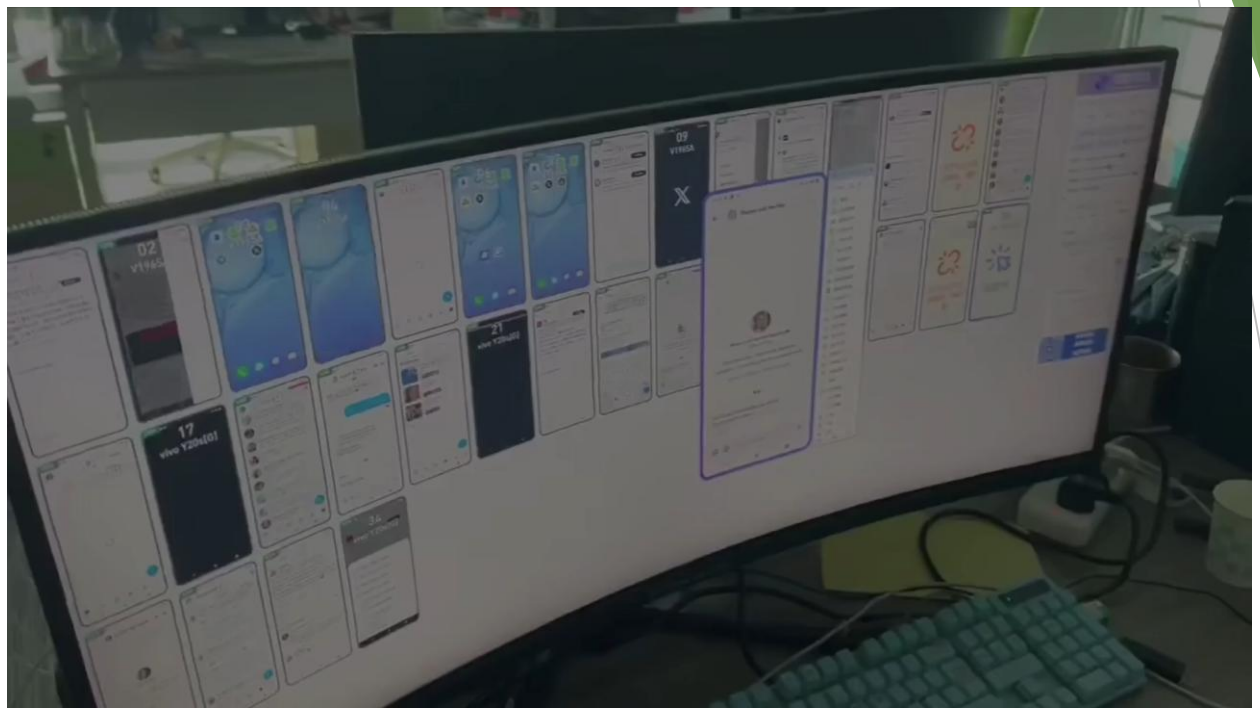
?“

„… ano.“

anatomie informačního bojiště

VELKÝ PROBLÉM = TROLL FARMS







podíl „umělého“ obsahu na Internetu 2025 (s troll farms nesouvisí)

51% nové webové články zdroj ➔

74% nové webové stránky zdroj ➔

51% automatizovaný provoz (boti) zdroj ➔

anatomie informačního bojiště



VELKÝ PROBLÉM = TROLL FARMS
aneb
„kde je poptávka, je i nabídka“

Umělé lajky, komentáře a dosah lze koupit jako službu.

SMM panely (Social Media Marketing/Management)
- správa sociálních sítí: plánování příspěvků, analytika, monitoring a vyhodnocování kampaní.
Kromě sledování profilů obsahují analytické nástroje.

SMM panely (Social Media Marketing)
- obsahují rozhraní pro objednávání lajků, sledujících, zhlédnutí a dalších interakcí.

An analysis of fake social media engagement services (2023!!!)

rychlelajky.cz https://www.nic.cz/whois/domain/rychlelajky.cz/

fallower.cz https://www.nic.cz/whois/domain/follower.cz/

POZOR! Existují také legitimní agentury a reklamní platformy, které za peníze zvyšují skutečný dosah tím, že příspěvek propagují skutečným uživatelům.

anatomie informačního bojiště



VELKÝ PROBLÉM = TROLL FARMS => DALŠÍ PROBLÉM

Příspěvky s velkým dosahem (lajky, komenty, sdílením …) ovlivňují úsudek, názory … nejvíce „informačně zranitelných“ lidí (zakažme si škatulkování, např. „dezolát“, „havloid“, „eurohujer“ apod. …)

Doba **POSTFAKTICKÁ**: Informační exploze - Sociální sítě - Krize důvěry - **Potvrzovací zkreslení** - Informační bubliny - Marketing „čehokoliv“ => „nemohu věřit vůbec ničemu“



DAN ARIELY
mechanismus informační bubliny:
Emoční bolest - Ztráta důvěry
Potřeba identity – skupinový názor se stává součástí identity.
Sociální odměna - sdílení „alternativních názorů“ přináší - uznání, pozornost, pocit výjimečnosti.
Potvrzovací zkreslení - člověk aktivně vyhledává informace, které potvrzují jeho názor. Ignoruje vše ostatní.
Kruh se uzavírá – informační smyčka – víra – vybírám si pouze „souhlasné“ informační zdroje – potvrzuji víru – - ještě silnější víra.

manipulační technika (**AD POPULUM** – „Je to pravda – věří, sdílí, lajkuje, komentuje … to hodně lidí!“)

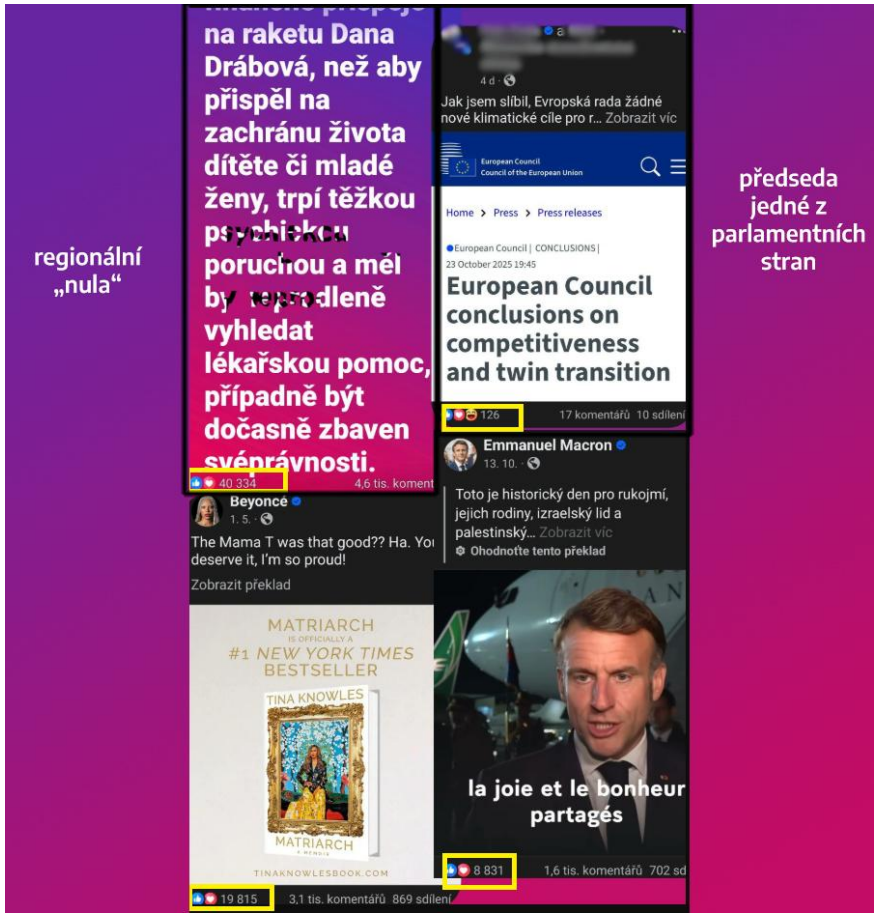
anatomie informačního bojiště

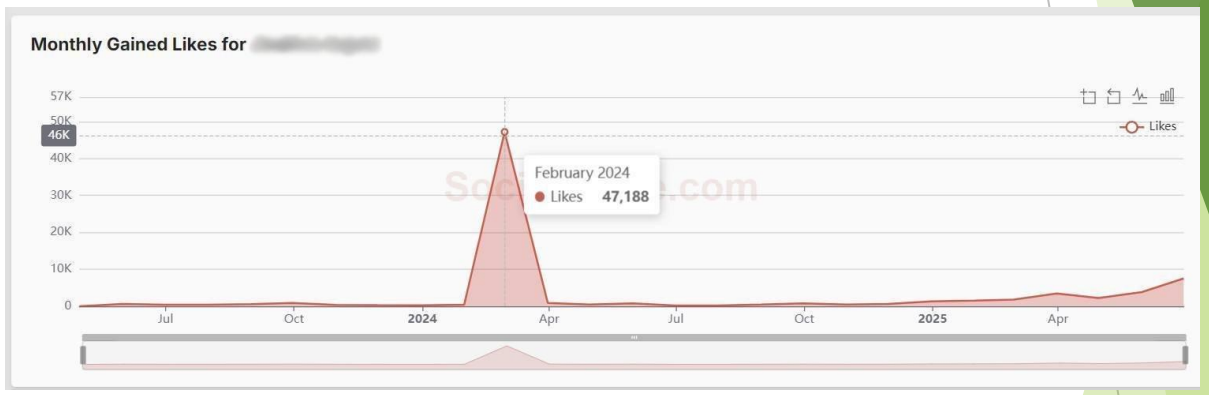


VELKÝ PROBLÉM = TROLL FARMS

LZE ROZEZNAT, ZDA JE DOSAH PŘÍSPĚVKU OVLIVNĚN TROLL FARMS?

Pouze orientačně. Ze statistiky a pravděpodobnosti lze „ODHADNOUT“(!) míru ovlivnění dosahu příspěvku.





SOCIALBLADE

… sleduje statistiky veřejných účtů a zobrazuje jejich vývoj v čase.

anatomie informačního bojiště

Do debaty – co je možné (vhodné) do tohoto tématu doplnit?



Vnímání informací v době postfaktické



Doomscrolling = nutkavé rolování sociálních sítí nebo zpravodajských webů

Continuous Partial Attention (CPA) = člověk nikdy nevěnuje plnou pozornost jediné věci, ale průběžně monitoruje mnoho informačních zdrojů.

Information Foraging Theory = Lidský mozek se chová podobně jako zvíře hledající potravu. Místo jídla hledá informace.

Zapping behaviour = přepínání TV kanálů, sledování několika pořadů (filmů) současně. Přelévá se do sociální oblasti - rušení plánů na poslední chvíli ⇔ hledání „lepších“ příležitostí … viz. např. „vliv sociálního zappingu na uspokojování základních lidských potřeb“ Snadné řešení - kreativita a humor zapping prokazatelně snižují.

Novelty Seeking ⇔ tahání za páku automatu (Variable Reward Schedule) - **Attentional Capture** – **Cognitive Switching Cost** - **Shallow Processing** (Nicholas Carr „The Shallows“)

Attention Economy

informace již (2026) nejsou vzácné … **VZÁCNÁ JE LIDSKÁ POZORNOST!!!**

<= zpět na prezentaci

Kritické myšlení v RVP a ŠVP na SPŠE Plzeň (orientační)



- **analýza textu – „co lze považovat za kritické myšlení“? + kritéria** *(ověřování, argumentace, analýza apod.)*
- **integrace kritického myšlení do kompetencí**

ODHAD PODÍLU

Kategorie	Odhad podílu
Přímé rozvíjení kritického myšlení	15–20 %
Nepřímé rozvíjení kritického myšlení (řešení problémů, analýza, práce s informacemi)	25–35 %
Celkový obsah, který nějak podporuje kritické myšlení	40–55 %

PODLE POČTU HODIN

Oblast	Hodin	Podíl KM
Společenskovědní vzdělávání	160	50-70 %
Český jazyk (práce s textem, média)	160	20-30 %
Informatické vzdělávání	128	30-50 %
Matematika	384	20-30 %
Programování a vývoj aplikací	256	25-40 %

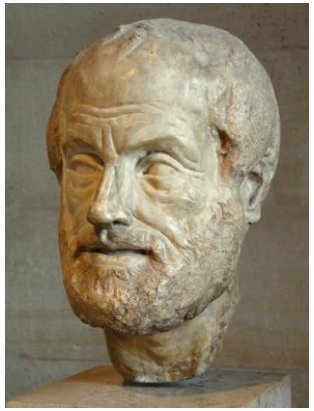
Čísla nejsou podstatná …
Důležité je **„OPRAVDU TO DĚLÁME?“**

<= zpět na prezentaci

ARISTOTELES

Vyhodnoťte pravdivost výroku: „Zítra bude námořní bitva.“

- Úloha je uvedena v pojednání De Interpretatione, kapitola 9
- Aristoteles tvrdí: „Výrok o budoucí nahodilé události zatím nemá určenou pravdivostní hodnotu.“ (souvisí s **fatalismus -** budoucnost je již dnes rozhodnuta)
- původní řecký text
- ověření původního řeckého textu

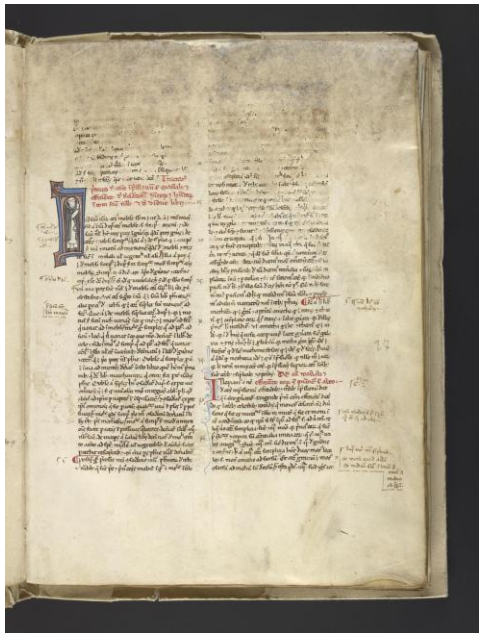


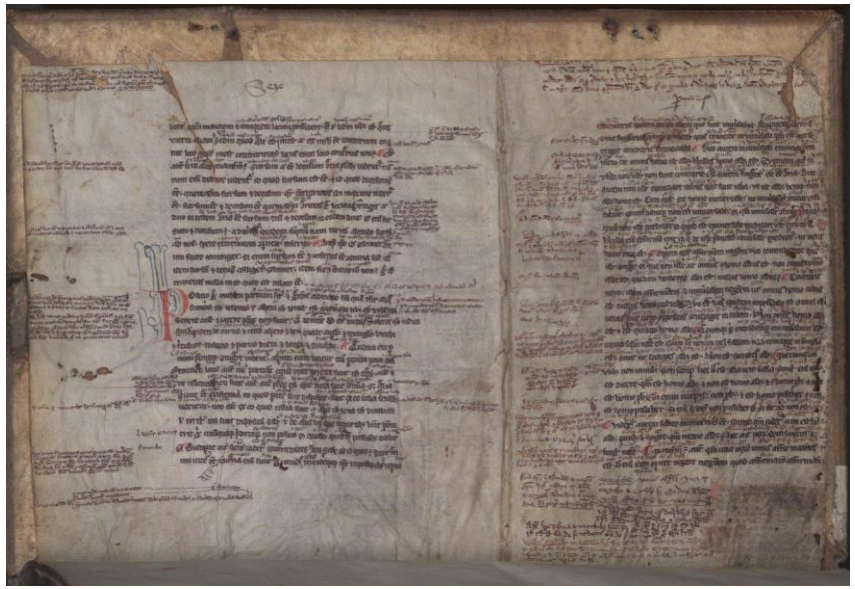
busta - Louvre

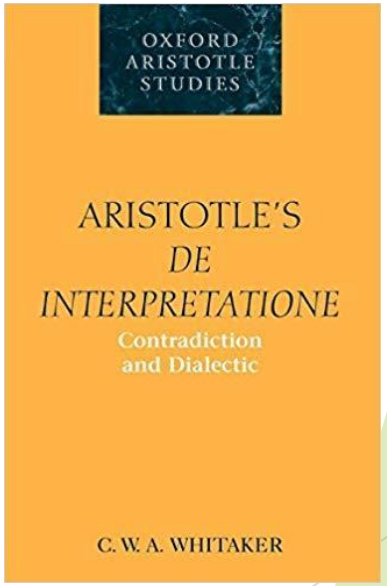


AI









<= zpět na prezentaci

DAN ARIELY





- americký vědec izraelského původu, profesor psychologie a behaviorální ekonomie.
- vyučuje na Dukeově univerzitě v Severní Karolíně.
- zabývá se především iracionálními rozhodnutími v ekonomice i v osobním životě, upřímností a nepoctivostí.

**„Lidé nevěří dezinformacím proto, že jsou hloupí.
Věří jim proto, že jejich psychologické potřeby převáží nad potřebou pravdy.“**

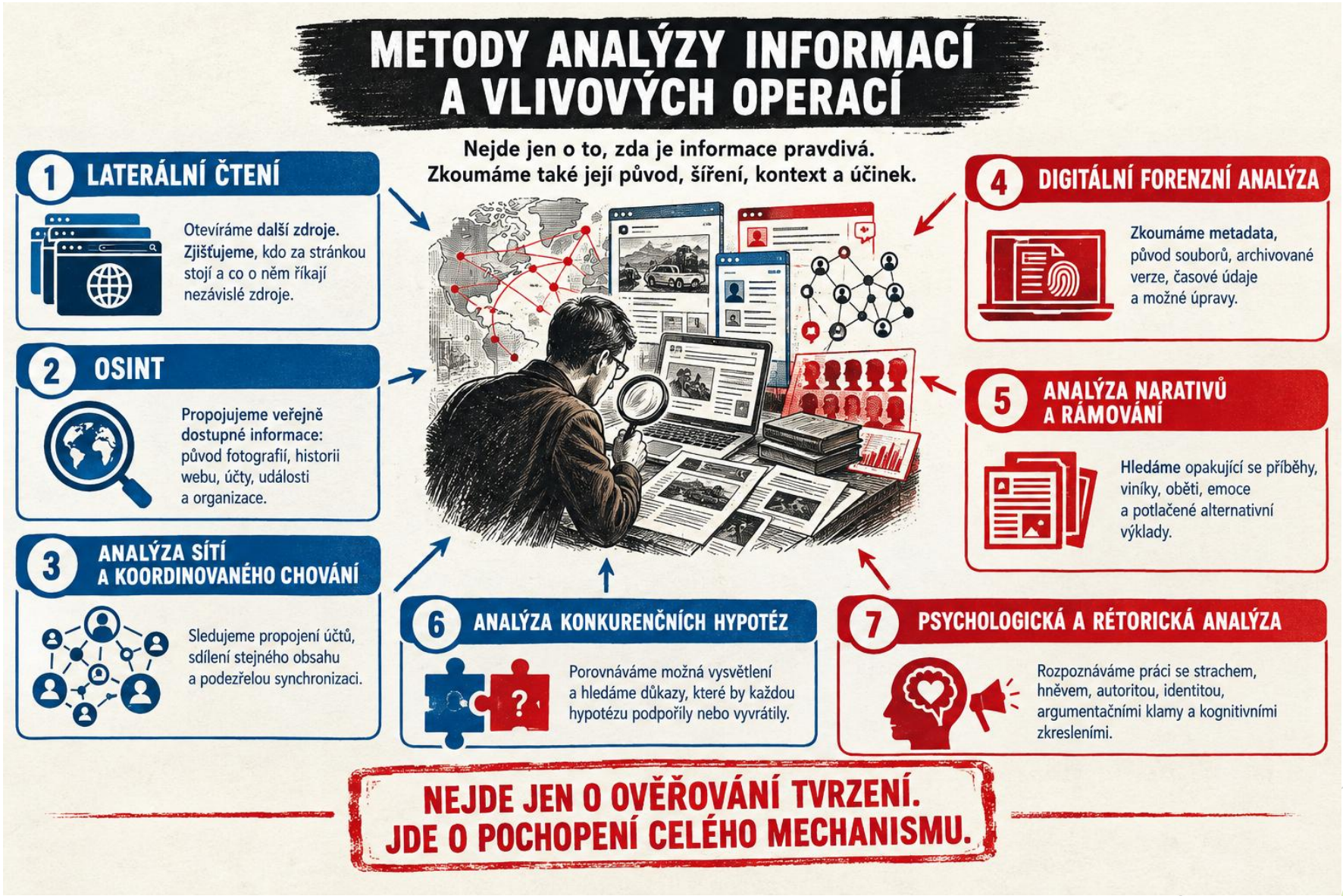
mechanismus informační bubliny:

1. ***Emoční bolest*** *– úmrtí v rodině, rozvod, ekonomická nejistota ...*
2. ***Ztráta důvěry*** *– jakmile člověk přestane důvěřovat – vědě, médiím, institucím … začne hledat nové autority (alternativní média, influenceři …).*
3. ***Potřeba identity*** *– skupinový názor se stává součástí identity.*
4. ***Sociální odměna*** *- sdílení „alternativních názorů“ přináší - uznání, pozornost, pocit výjimečnosti.*
5. ***Potvrzovací zkreslení*** *- člověk aktivně vyhledává informace, které potvrzují jeho názor. Ignoruje vše ostatní.*
6. ***Kruh se uzavírá*** *– informační smyčka – víra – vybírám si pouze „souhlasné“ informační zdroje – potvrzuji víru – - ještě silnější víra.*

„POUHÁ FAKTA NESTAČÍ.“

<= zpět na prezentaci

Metody pro vyhodnocování informací





[<= zpět na prezentaci]

Paul Joseph Goebbels … facebook neměl

… ale přesto se mu podařilo využít slabin lidské psychologie k ovlivnění téměř 65 000 000 lidí (na světovou válku to stačí)



GOEBBELSOVA PROPAGANDA

staré metody – nadčasové principy

PRINCIPY PROPAGANDY

- **OPAKOVÁNÍ** – Stále stejná hesla v tisku, rádiu, projevech
- **EMOCE MÍSTO ARGUMENTŮ** – Strach, hněv, naděje, pocit ohrožení
- **VYTVOŘENÍ NEPŘÍTELE** – „Oni" ohrožují „nás" Rozdělit společnost
- **ZJEDNODUŠENÍ REALITY** – Jeden problém = jeden viník Slogan misto vysvětlení
- **ZDÁNÍ SPOLEČENSKÉHO KONSENZU** – Masová shromáždění, kontrolovaná média
- **PERMANENTNÍ INFORMAČNÍ TLAK** – Tisk + rádio + film + plakáty Nepřetržitý proud sdělení

Technologie se mění. Psychologie člověka zůstává.

DVE STRANY – STEJNÝ CÍL: OVLIVNIT MYSL LIDÍ



TISK, RÁDIO, FILM	×	SOCIÁLNÍ SÍTĚ, VIDEA, MEMY
JEDNA VERZE UDÁLOSTÍ	×	ALGORITMICKÉ FILTRY
CENZURA A KONTROLA	×	DEZINFORMACE A ŠUM
CENTRÁLNÍ ŘÍZENÍ	×	DISTRIBUOVANÉ SÍTĚ, AI
POMALÉ ŠÍŘENÍ	×	VIRÁLNÍ OKAMŽITÉ ŠÍŘENÍ

VYUŽITÍ DNES

- **OPAKOVÁNÍ**
  - sdílení, reposty
  - algoritmické zesílení
- **EMOCE MÍSTO ARGUMENTŮ**
  - outrage, fear, ragebait
  - silné emoce = silné šíření
- **VYTVOŘENÍ NEPŘÍTELE**
  - polarizace společnosti
  - my vs. oni
- **ZJEDNODUŠENÍ REALITY**
  - memy, slogany, titulky
  - jednoduchá vysvětlení
- **ZDÁNÍ SPOLEČENSKÉHO KONSENZU**
  - falešné účty, boti, trollí sítě
  - astroturfing, falešné trendy
- **PERMANENTNÍ INFORMAČNÍ TLAK**
  - nepřetržitý obsahový tok
  - notifikace, push, algoritmy

POUČENÍ: NEJDE O KOPÍROVÁNÍ NACISTICKÉ PROPAGANDY. JDE O VYUŽÍVÁNÍ STEJNÝCH SLABIN LIDSKÉ PSYCHOLOGIE.

PROPAGANDA NEZMIZELA. JEN DOSTALA ALGORITMUS.

HLAVNÍ NÁSTROJE

- **KONTROLA INFORMACÍ** – kdo vlastní média, ovládá realitu
- **RÁMEC A NARATIV** – vyber, co řekneš a jak to řekneš
- **EMOČNÍ SPOUŠTĚČE** – strach, hněv, hrdost, nenávist, naděje
- **IDENTITA A SKUPINA** – posil „nás", oslab „je"
- **MANIPULACE A KONTROLA** – ovlivni, co lidé vidí, co si myslí, co udělají
- **KRITICKÉ MYŠLENÍ** – nejlepší obrana proti manipulaci

[<= zpět na prezentaci]

Operace Apollo (17. – 18. 9. 2024)



Když se komunikační zařízení změní ve zbraň.

Infiltrace dodavatelského řetězce – podle investigace Reuters byly výbušniny ukryty v pagerech dodaných Hizballáhu; podvodné weby a další falešné stopy měly pomoci zakrýt jejich původ.

Koordinovaný útok – 17. září explodovaly pagery, následující den také ruční radiostanice. Nešlo tedy jen o jednu vlnu útoků.

Psychologický účinek – zařízení, která měla zajišťovat bezpečnou komunikaci, se stala zdrojem bezprostředního ohrožení. To narušuje důvěru v technologie i ve vlastní bezpečnostní postupy.

Strategický dopad – zásah proti komunikačním prostředkům mohl ochromit část organizačních a komunikačních kapacit Hizballáhu a vyvolat širší bezpečnostní eskalaci.



Operation Apollo – Die Pager-Attacke des Mossad
60 Minutes – How Israel's pagers fooled Hezbollah
Hezbollah device explosions: The unanswered questions

Paging Hezbollah (plánovaná premiéra 30. 10. 2026) - trailer

<= zpět na prezentaci

Proč je v semináři použit příklad na Rusku?



a) na konci 90. let Rusko jako jeden z prvních států začalo systematicky integrovat působení na lidskou psychiku do konceptu informačního boje

zdroj, důkaz 1 ➔
zdroj, důkaz 2 ➔
zdroj, důkaz 3 ➔

b) Rusko je dominantním aktérem psychologicko – informačních operací ve střední Evropě

zdroje:
- The European External Action Service (EEAS, instituce, diplomatická služba EU)
- Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI, zpráva (hodnocení))

POZOR na omezený úhel pohledu:
- Rusko NENÍ jediná země, která používá psychologické zbraně a hybridní způsoby vedení válek
- Stejné prostředky dnes používají téměř všichni (USA, Čína, Izrael, Pákistán …)
- Psychologické vlivové operace využívají i nadnárodní lobby (fosilní, farmaceutické …)

Ukázky: **česko – polské hranice, 2026**

Mosad – Hizballáh, 2024 – koordinovaný výbuch pagerů

Případ Purde Pharma, 2020 – propagace opioidů

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Misinformace



2020, tvrzení: **mobilní sítě 5G způsobují nebo šíří covid-19**

Během pandemie se tato fáma šířila sociálními sítěmi, získala pozornost známých osobností a v Británii přispěla i k útokům na telekomunikační infrastrukturu. Neexistuje vědecký důkaz, že by 5G způsobovalo nebo přenášelo infekci.

zdroj, důkaz ➔

- Typická ukázka příspěvku člověka, který uvěřil fámě a sdílel ji v „dobré víře“, aniž by se pokusil získat relevantní odborné studie a data.
- Další lidé příspěvek někteří lidé šíří nevědomky, jiní záměrně.
- Nepravdivý obsah neprokazuje úmysl autora.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Dezinformace


ЖДУНАРОДНАЯ ЖИЗНЬ

ПАНИКА НА ЗАПАДЕ, ИЛИ ЧТО СКРЫВАЕТСЯ ЗА СЕНСАЦИЕЙ ВОКРУГ AIDS

ВЕРСИЯ

80. léta 20. stol., tvrzení: **Virus HIV byl vytvořen americkou armádou jako biologická zbraň ve výzkumném zařízení Fort Detrick.**

Sovětské zpravodajské služby podporovaly šíření tohoto nepravdivého tvrzení. Objevilo se v indickém deníku The Patriot v roce 1983, později získalo další zdánlivou věrohodnost prostřednictvím pseudovědeckých argumentů a šířilo se mezinárodně. Archivní dokumenty dokládají koordinovanou kampaň sovětských a východoněmeckých služeb.

zdroj, důkaz ➔

- Nešlo jen o omyl jednotlivého čtenáře, ale o doloženou operaci, která měla poškodit důvěryhodnost USA.
- Tvrzení získávalo zdánlivou důvěryhodnost tím, že se postupně objevovalo v různých médiích a bylo spojováno s údajným odborným výzkumem.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Malinformace

Search the DNC email database



Today, Friday 22 July 2016 at 10:30am EDT, WikiLeaks releases 19,252 emails and 8,034 attachments from the top of the US Democratic National Committee -- part one of our new Hillary Leaks series. The leaks come from the accounts of seven key figures in the DNC: Communications Director Luis Miranda (10770 emails), National Finance Director Jordon Kaplan (3797 emails), Finance Chief of Staff Scott Comer (3095 emails), Finanace Director of Data & Strategic Initiatives Daniel Parrish (1472 emails), Finance Director Allen Zachary (1611 emails), Senior Advisor Andrew Wright (938 emails) and Northern California Finance Director Robert (Erik) Stowe (751 emails). The emails cover the period from January last year until 25 May this year.

2016, **zveřejnění ukradených e-mailů Demokratické strany USA**

Zveřejnění interních e-mailů vedení Demokratické strany.

E-maily byly získány neoprávněným přístupem k systémům Demokratického národního výboru (DNC) a postupně zveřejněny, mimo jiné prostřednictvím WikiLeaks. Americké vyšetřovací orgány spojily hackerskou operaci s ruskými aktéry. Zveřejnění proběhlo v politicky citlivém období před volbami.

zdroj, důkaz ➔

- Případ ukazuje využití autentického, původně neveřejného materiálu k politickému ovlivňování. Nešlo o vymyšlené dokumenty či vymyšlené informace.
- Pravdivost dokumentů sama o sobě neřeší otázky neoprávněného získání, soukromí, selektivního zveřejnění ani účelu operace.
- Případ je zároveň spojován s dezinformačními a vlivovými operacemi.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Propaganda



1990, **svědectví Nayirah o kuvajtských dětech**

Mladá Kuvajťanka vystupující pod jménem Nayirah před kongresovým výborem tvrdila, že viděla irácké vojáky vytahovat předčasně narozené děti z nemocničních inkubátorů a nechávat je zemřít. Její emotivní svědectví se široce šířilo v médiích a bylo využíváno v debatě o americké reakci na iráckou okupaci Kuvajtu. Později vyšlo najevo, že Nayirah byla dcerou kuvajtského velvyslance v USA a její tvrzení nebylo podloženo tím, že by popisovanou událost skutečně viděla.

zdroj, důkaz ➔

- Případ ukazuje, jak lze prostřednictvím emotivního příběhu a veřejného vystoupení mobilizovat podporu pro politický cíl.
- Emocionálně silné svědectví není samo o sobě důkazem. Je potřeba ověřovat identitu svědka, jeho přímou zkušenost a nezávislé potvrzení.
- Tento případ je zároveň příkladem záměrně klamavého sdělení, překrývá se s kategorií dezinformace.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:

Manipulace



A Frank Statement
to Cigarette Smokers

RECENT REPORTS on experiments with mice have given wide publicity to a theory that cigarette smoking is in some way linked with lung cancer in human beings.

Although conducted by doctors of professional standing, these experiments are not regarded as conclusive in the field of cancer research. However, we do not believe that any serious medical research, even though its results are inconclusive should be disregarded or lightly dismissed.

At the same time, we feel it is in the public interest to call attention to the fact that eminent doctors and research scientists have publicly questioned the claimed significance of these experiments.

Distinguished authorities point out:

1. That medical research of recent years indicates many possible causes of lung cancer.

2. That there is no agreement among the authorities regarding what the cause is.

3. That there is no proof that cigarette smoking is one of the causes.

4. That statistics purporting to link cigarette smoking with the disease could apply with equal force to any one of many other aspects of modern life. Indeed the validity of the statistics themselves is questioned by numerous scientists.

We accept an interest in people's health as a basic responsibility, paramount to every other consideration in our business.

We believe the products we make are not injurious to health.

We always have and always will cooperate closely with those whose task it is to safeguard the public health.

For more than 300 years tobacco has given solace, relaxation, and enjoyment to mankind. At one time or another during those years critics have held it responsible for practically every disease of the human body. One by one these charges have been abandoned for lack of evidence.

Regardless of the record of the past, the fact that cigarette smoking today should even be suspected as a cause of a serious disease is a matter of deep concern to us.

Many people have asked us what we are doing to meet the public's concern aroused by the recent reports. Here is the answer:

1. We are pledging aid and assistance to the research effort into all phases of tobacco use and health. This joint financial aid will of course be in addition to what is already being contributed by individual companies.

2. For this purpose we are establishing a joint industry group consisting initially of the undersigned. This group will be known as TOBACCO INDUSTRY RESEARCH COMMITTEE.

3. In charge of the research activities of the Committee will be a scientist of unimpeachable integrity and national repute. In addition there will be an Advisory Board of scientists disinterested in the cigarette industry. A group of distinguished men from medicine, science, and education will be invited to serve on this Board. These scientists will advise the Committee on its research activities.

This statement is being issued because we believe the people are entitled to know where we stand on this matter and what we intend to do about it.

TOBACCO INDUSTRY RESEARCH COMMITTEE

5488 EMPIRE STATE BUILDING, NEW YORK 1, N. Y.

SPONSORS:

THE AMERICAN TOBACCO COMPANY, INC. — Paul M. Hahn, President
BENSON & HEDGES — Joseph F. Cullman, Jr., President
BRIGHT BELT WAREHOUSE ASSOCIATION — F. S. Royster, President
BROWN & WILLIAMSON TOBACCO CORPORATION — Timothy V. Hartnett, President
BURLEY AUCTION WAREHOUSEMEN ASSOCIATION — Albert Clay, President
BURLEY TOBACCO GROWERS COOPERATIVE ASSOCIATION — John W. Jones, President
LORILLARD COMPANY — Herbert A. Kent, Chairman
MARYLAND TOBACCO GROWERS ASSOCIATION — Samuel C. Linton, General Manager
PHILIP MORRIS & CO., LTD., INC. — O. Parker McCotter, President
R. J. REYNOLDS TOBACCO COMPANY — C. A. Dorr, President
STEPHANO BROTHERS, INC. — C. S. Stephano, D'Or., Director of Research
TOBACCO ASSOCIATES, INC. — J. B. Hutson, President
UNITED STATES TOBACCO COMPANY — I. W. Pearson, President

USA 1969, **tabákový průmysl a výroba pochybností**
Interní memorandum tabákové společnosti Brown & Williamson obsahovalo známou formulaci „Doubt is our product“ — „Pochybnost je náš produkt“. Dokument popisoval pochybnost jako prostředek, kterým lze konkurovat souboru vědeckých poznatků o škodlivosti kouření. Archivní materiály tabákového průmyslu později pomohly doložit, jak se pochybnosti o zdravotních rizicích strategicky využívaly k vytváření dojmu, že vědecká otázka zůstává otevřená.

zdroj, důkaz ➔



- Místo nutnosti prokázat, že kouření je bezpečné, stačí vyvolávat dojem, že vědci se neshodnou a že není důvod nic měnit.
- K manipulaci nemusí být potřeba jediná velká lež. Stačí selektivně vybírat informace, zdůrazňovat nejistotu a vytvářet nepřiměřený dojem odborného sporu.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Hoax





Velká Británie 80. a 90, léta 20. stol., **falešná řetězová výzva o Craigovi Shergoldovi, Příběh nemocného chlapce, který se změnil v řetězový hoax**
Craig Shergold skutečně trpěl vážnou nemocí a dostal obrovské množství přání. Jeho příběh se ale postupně změnil v řetězové výzvy k zasílání pohlednic a dalších materiálů, přičemž některé verze byly zastaralé, zavádějící nebo si vymýšlely další děti a další rekordy.

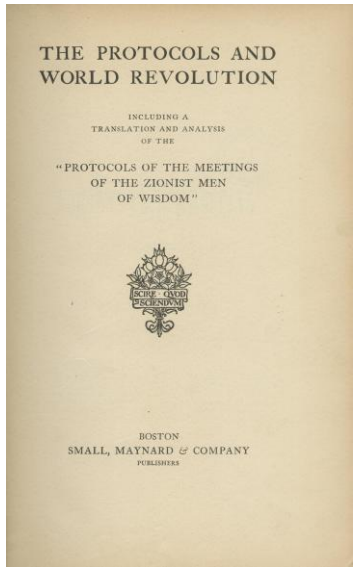
zdroj, důkaz ➔

- Hoax se může šířit dlouho poté, co původní příběh přestal platit.
- Příjemci jej často posílají dál z dobré vůle, protože chtějí pomoci dítěti.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:

Konspirační teorie



Rusko počátek 20. stol., **Protokoly sionských mudrců - údajný tajný plán na ovládnutí světa**

Antisemitský text předstíral, že jde o zápisy z tajných schůzek židovských vůdců plánujících ovládnutí politiky, médií a ekonomiky. Ve skutečnosti šlo o podvrh, který z velké části přebíral pasáže ze starší politické satiry.



zdroj, důkaz ➔

- Konspirační teorie nabízí zdánlivě ucelené vysvětlení složitého světa tím, že všechny události připisuje skrytému centru moci.
- Tento případ je navíc ukázkou toho, jak může být podvrh používán po generace jako nástroj nenávistné propagandy.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Falešný kontext



2014 opakovaně 2024, **fotografie dítěte mezi „hroby“ vydávaná za válečný snímek**
Fotografie saúdského fotografa Azize Alotaibiho zachycuje dítě ležící mezi útvary připomínajícími hroby. Šlo o umělecké ztvárnění sirotka, nikoli o dokumentaci války. Snímek se později šířil s nepravdivými popisky, které jej spojovaly s konflikty v Sýrii a Gaze.

zdroj, důkaz ➔

- Fotografie může být autentická, ale její příběh falešný.
- Ověření obrazu proto nestačí bez ověření původu, data, místa a popisku.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:



Astroturfing



USA 1994 - 1995, **tabákový průmysl a organizace „Get Government Off Our Back“ - kampaň, která se tvářila jako spontánní odpor veřejnosti vůči regulacím**
Výzkum interních dokumentů tabákového průmyslu ukázal, že společnost R. J. Reynolds vytvořila organizaci Get Government Off Our Back v rámci odporu proti regulacím tabáku. Koalice působila jako širší občanská iniciativa, ale její vznik a účel byly spojeny s průmyslovým lobbingem.

zdroj, důkaz ➔

- Astroturfing není jen výroba falešných účtů.
- Může jít o skutečnou organizaci, skutečné členy a reálné veřejné vystupování — manipulativní je skrytý původ, financování nebo snaha vytvořit falešný dojem spontánního občanského hnutí.

<= zpět na prezentaci

Ukázky:

FIMI (Manipulace a vměšování informací ze zahraničí)



Rusko 2022 - dosud, **operace Doppelgänger - klonované zpravodajské weby a koordinované šíření obsahu**

Operace Doppelgänger vytvářela falešné weby napodobující skutečná evropská média a šířila obsah prostřednictvím sítí neautentických účtů. Cílem bylo ovlivňovat veřejné mínění, oslabovat podporu Ukrajině a prohlubovat rozpory v evropských společnostech. Evropská služba pro vnější činnost ji spojuje s ruskou vlivovou infrastrukturou.

zdroj, důkaz ➔

zdroj, důkaz ➔



- FIMI není jen jednotlivý falešný příspěvek.
- Jde o koordinované zahraniční manipulační a vměšovací aktivity, při nichž se kombinují falešné identity, infrastruktura, obsah, distribuce a cílení na konkrétní publikum.

<= zpět na prezentaci



INTERNET ARCHIVE Wayback Machine
https://lrozhlas.cz/zpravy_domov/polsko-planuje-zabrat-ceske-uzemi-mzv-ceske-republiky-obdrzelo_2608161204
Go
4 captures
16 Aug 2026 - 27 Aug 2026
JUL AUG SEP
2025 16 2027
2026
About this capture

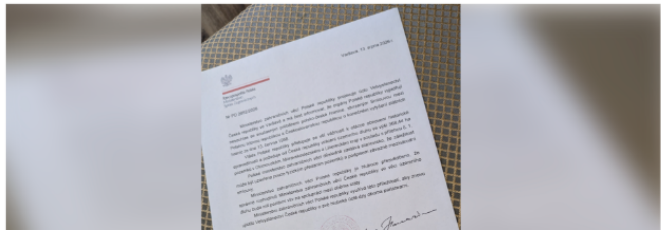
Polsko plánuje zabrat české území: MZV České republiky obdrželo dokument

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky potvrdilo přijetí oficiální nóty z polského ministerstva zahraničí. Dokument obsahuje požadavek na revizi státní hranice a předání pozemků v celkové výměře 638,44 hektaru.

PŮVODNÍ ZPRÁVA Praha 12:04 16. srpna 2026

Konkrétní parcely nejsou v nótě uvedeny, podle dostupných informací se však nacházejí v Olomouckém, Moravskoslezském a Libereckém kraji.

Velvyslanec ČR ve Varšavě Břetislav Dančák ostře zkritizoval postup polské strany. Podle jeho slov byla otázka příslušnosti těchto území definitivně vyřešena již v roce 1958.





Autor
Jan Horák

Další texty autora:

- Za zneužití 39 dětí dostal bývalý skautský vedoucí 10 let, trest si ale nechtěl odsedět celý. U soudu narazil
- Aktér obří kauzy úniků od policie má nový problém, je obviněný z krácení daní. Došlápl si na něj také soud

ZPRÁVY, KTERÉ JSTE NEČETLI



Firma exzbrojaře Strnada poslala trestní oznámení na anonyma Pauknera, ten píše o pomstě



Přes struhadlo, rentgen a filtry ano, skrz CD ne. Vědci radí, jak si chránit

[<= zpět na prezentaci]

[zdroj, důkaz ➔]