

Report 3.2.3.
Vizuální prvky v dezinformacích
týkajících se zdraví v České republice

Analýza obsahu

Karina Stasiuk-Krajewska

Uniwersytet SWPS

1. Data, metody, otázky a výzkumné postupy

Analýze byl podroben vizuální korpus sestávající ze 162 grafických prvků získaných z falešných zpráv v polském jazyce, které byly partnery CEDMO zabývajícími se ověřováním faktů, tj. sdružením Demagog Polska a agenturou AFP, označeny za nepravdivé. V souladu s přijatými zásadami pro analýzu příspěvků ze sociálních médií byly ze získaného souboru dat odstraněny následující prvky:

- záznamy týkající se webových stránek;
- záznamy týkající se sdělení institucionálních médií;
- záznamy týkající se výroků politiků pronesených v rozhovorech;
- záznamy představující obecné fact-checkingové informace o narativech, trendech atd. (pokud neobsahovaly odkazy na konkrétní falešné zprávy).

Při provádění analýzy se vycházelo z předpokladu, že zdrojovým materiálem bude příspěvek zveřejněný na sociálních sítích, který byl jako první předložen k ověření pravdivosti a/nebo je prezentován jako charakteristický/reprezentativní příklad. Toto rozhodnutí je odůvodněno odbornými kompetencemi analytiků, kteří – v souladu s platnými standardy – identifikují ta dezinformační sdělení, která jsou populární, společensky významná a charakteristická/typická pro určité trendy. V každém jednotlivém případě jsme se proto pokusili dohledat původní zprávu. To vedlo buď přímo k příspěvkům na platformách, nebo k archivu organizací zabývajících se ověřováním faktů. V ojedinělých případech nebylo možné původní materiál dohledat. V takových situacích jsme vycházeli z informací a snímků obrazovky uvedených ve zprávě o ověření faktů.

Přijatý postup výběru materiálu nezaručuje reprezentativnost. Souvisí to jednak s obecně neřešitelnou nemožností splnit tento požadavek ve výzkumech využívajících metodu obsahové analýzy (je totiž obtížné vymezit úplný soubor textů daného typu), a jednak se specifikem práce organizací zabývajících se ověřováním faktů. Rozhodnutí o analýze daného sdělení totiž souvisí jak s osobními předsudky fact-checkera, tak s předsudky vyplývajícími z politiky či závazků dané organizace. Vycházelo se však z předpokladu, že získaný počet sdělení umožňuje identifikovat dominantní trendy a charakteristické jevy falešných zpráv v polském jazyce. Je však

třeba zdůraznit, že kvantitativní prezentace dat s využitím procentuálních hodnot má orientační charakter. Jejím cílem je, jak již bylo zmíněno, poukázat na naznačené trendy či dominantní rysy (ve vztahu k ostatním rysům) sdělení daného typu. V tomto smyslu konkrétní procentuální hodnota neznamená, že daný rys se vyskytuje v určité míře v celkovém korpusu falešných zpráv (který nelze získat). Je spíše třeba vycházet z interpretace, která poukazuje na výskyt daného rysu v určité míře, zejména ve vztahu k ostatním rysům analyzovaného souboru zpráv. V dlouhodobém horizontu je možné provádět srovnávací analýzy, především s ohledem na důvěryhodné mediální zprávy jako srovnávací kontext.

Data získaná v souladu s výše popsáním postupem nakonec zahrnovala 228 záznamů falešných zpráv pocházejících z faktografických tvrzení vypracovaných v rámci projektu CEDMO v období od 4. 12. 2020 do 30. 4. 2026.

Postup při získávání vizuálních materiálů byl následující:

1. Z datového souboru byly vybrány ty záznamy, které obsahovaly statický obrázek.¹
2. Obrázky byly odděleny od textového obsahu.
3. V případě příspěvků tvořených sadou obrázků byly tyto rozděleny na jednotlivé obrázky.²
4. Opakující se obrázky byly odstraněny.
5. V případě nutnosti byly odstraněny obrázky, jejichž rozlišení bylo tak nízké, že nebylo možné interpretovat jejich obsah bez specializovaných nástrojů/postupů.

¹ Audiovizuální materiály nebyly analyzovány. Za obrázek byl považován i text, který byl k příspěvku připojen jako doplňková grafika (nejednalo se o příspěvek autora/autorky ani o citát ve formě textu zkopírovaného do příspěvku). Toto rozhodnutí bylo předmětem diskuse výzkumného týmu, nakonec se však dospělo k závěru, že – zejména v případě dezinformací týkajících se zdraví, kde se relativně často objevují odkazy na (kvazi)vědecké publikace či jiné dokumenty prezentované ve formě snímku obrazovky – se jedná o materiály, které by neměly být opomíjeny. Jejich vnímání nakonec spojuje vnímání textu a obrazu – na jedné straně čtenář čte text jako takový, na druhé straně však vnímá sdělení jako obraz zobrazující (dokumentující) realitu, čímž mu přisuzuje určité vlastnosti (např. větší důvěryhodnost). Z analogických důvodů byly za vizuální sdělení považovány texty, které prošly grafickou úpravou, např. použitím určitého písma nebo barvy pozadí.

² Vycházelo se z předpokladu, že rozdělení je možné, pokud nezasahuje do žádného z dílčích obrazů. Takové sdělení bylo označeno jako „soubor“ a bylo rozděleno. Pokud však oddělení jednotlivých obsahů zasahovalo do struktury ostatních obrazů, bylo takové sdělení považováno za „montáž“ a ponecháno v původní podobě.

Nakonec bylo získáno 162 záznamů ve formě statických obrázků.

Následně byly obrázky kódovány podle následujícího klíče:

Schéma kódování vizuálních prvků v dezinformačních sděleních³

1. Forma sdělení (Jak?)

- Formát obrázku⁴
 - Umělecké dílo / obrázek stylizovaný jako umělecké dílo
 - Reportážní fotografie
 - Infografika, graf
 - Grafický obrázek (ilustrace)
 - Historický obraz / obraz stylizovaný jako historický
 - Manipulovaná fotografie
 - Dokument
 - Text
 - Vědecký obrázek
- Další editační prvky
 - Šipky, podtržení, zakroužkování
 - Text překrývající obrázek
 - Úmyslná změna barev
 - Žádné

2. Obsah sdělení (Co?)

- Přítomnost lidských postav
 - Ano
 - Ne
- Oblečení postav
 - Uniforma
 - Každodenní oblečení

³ Přijaté kódovací schéma vycházelo z dřívějších výzkumů provedených v rámci CEDMO a z jejich zprávy.

⁴ Analýza se týkala vnímání sdělení, nikoli způsobu jeho vzniku. Z tohoto důvodu nebyla zohledněna kategorie umělé inteligence, která mohla být použita ve všech kategoriích (výzkumný tým neměl možnost tuto otázku ověřit).

- Slavnostní oděv
- Služební oděv
- Povolání nebo postavení postavy⁵
 - Odborník
 - Soukromá osoba
 - Veřejná osoba
 - Politik
 - Zástupce médií
 - Zástupce bezpečnostních složek
- Druh předložených předmětů, doprovázejících postavu:
 - Lékařské
 - Předměty každodenní potřeby
 - Symboly
- 3. Emoce, které v sdělení převládají
 - Pozitivní
 - Neutrální
 - Negativní
 - Smíšené
- 4. Funkce sdělení vůči příjemci (Za jakým účelem?)
 - Funkce vůči příjemci
 - Budování důvěryhodnosti
 - Znehodnocení image / zesměšnění
 - Ilustrace
 - Manipulace s interpretací
 - Vyvolání strachu / úzkosti
 - Vytváření narativu
 - Emocionální posílení
- 5. „Clickbaitový“ potenciál vizuálních prvků

⁵ Tato kategorie do značné míry korelovala s kategorií oblečení, avšak v některých případech spadaly do dané kategorie oblečení různé statusy (např. odborník a politik) nebo byl status kódován jinými prvky kontextu.

- Estetika a kompozice
 - Intenzita barev
 - Kontrast a jas
 - Kompozice obrazu
- Prvky přitahující pozornost
 - Přítomnost textu v obraze
 - Grafické prvky vzbuzující zvědavost
 - Přítomnost dynamických prvků
- Emocionální potenciál
 - Výraz tváře / emocionalita postav
 - Dramatičnost scény
- Kontext a symbolika
 - Přítomnost kontroverzních / zajímavých prvků
 - Nejasnost kontextu

Následující tabulka představuje podrobný výklad jednotlivých kategorií.

Formát	Základní formát	Umělecké dílo	Stylizované jako umělecké dílo, s výrazným estetizujícím prvkem	U
		Reportážní fotografie	Vypadající jako reportážní fotografie, dokumentující danou situaci	R
		Graf, infografika	Kombinace grafických prvků ve formě grafu s textem	G
		Ilustrace	Kresba, která tvoří ucelený celek, ale není fotografií	I
		Historická stylizace	Obraz stylizovaný do starého vzhledu (nejčastěji monochromatický)	S

		Montáž	Celistvý (nedělitelný) vizuální prvek vzniklý soudržným spojením několika samostatných prvků (včetně textu), jejichž oddělení by znamenalo zásah do obrazů, z nichž se skládá	M
		Dokument	Prezentace dokumentu (úřední, nikoli vědecké povahy: příkaz, zákaz, rozsudek)	D
		Text	Prezentace textu v grafické podobě (např. vědeckého textu, často s podtržením, nebo textu s úmyslně zvoleným typem písma či barevným pozadím)	T
		Vědecká ilustrace	Obrázek, který je originální vědeckou kresbou nebo je do tohoto stylu stylizován	V
	Doplňkové editační prvky (nanesené na obrázek nebo představující komplexní úpravu obrázku)	Šipky, podtržení, zakroužkování	Umístění podtržení, zakroužkování, šipek atd. na obrázku, které upoutávají pozornost diváka na určitou část obrázku a tím naznačují jeho interpretaci	P
		Text vložený do obrázku	Vložení textu do obrázku	T
		Záměrná změna barevnosti	Například na monochromatickou, tmavou nebo jasně zelenou (např. v případě znázornění virů)	BAR

		Žádné	Nebyl zaznamenán žádný záměrný zásah do obrázku	CH
Obsah	Přítomnost postav	Ano	Podmínkou pro uznání přítomnosti lidské postavy byla možnost její další analýzy. Musela být tedy viditelná dostatečně velká část postavy, aby bylo možné určit specifika jejího oděvu a/nebo povolání (například ruka nebo předloktí nebyly považovány za lidskou postavu)	A
		Ne	Za lidskou postavu nebyly považovány postavy na vědeckých ilustracích, postavy na rentgenových snímcích, mytologické postavy atd.	N
	Oblečení postavy	Uniforma	Armáda, policie, hasiči atd.	U
		Každodenní oblečení	Z běžných každodenních situací, včetně nemocnice	K
		Slavnostní oblečení	Oblek, společenské šaty atd.	S
		Služební oděv	Kněz, lékař, sportovec atd.	SL
	Povolání nebo postavení postavy	Odborník	Lékař, vědec, jiný odborník.	O
		Soukromá osoba	Osoba, která nezastává žádný konkrétní status	S
		Veřejná osoba	Celebrita, herec, sportovec	V
		Politik	Nebo osoba vnímána v politickém kontextu (např. Bill Gates)	POL
		Zástupce médií	Novinář, reportér	M

		Zástupce bezpečnostních složek	Policista, voják, osoba odklízající těla	SL
	Předměty doprovázející postavy (nejedná se o hlavní prvky)	Zdravotnické	Roušky, nemocniční vybavení, rukavice atd.	Z
		Předměty každodenní potřeby	Včetně potravin	K
		Symboły	Vlajky, loga, náboženské symboly atd.	S
Dominující emoce ve sdělení		Pozitivní		POZ
		Negativní		NEG
		Neutrální	Znamená absenci pozitivních či negativních emocí, neutralitu sdělení	NEUT
		Smíšené	Označuje přítomnost protichůdných emocí, nejednoznačnost, obtížnost interpretace, kontextovost. Týká se situací, ve kterých může být dané chování v závislosti na kontextu spojováno s pozitivními nebo negativními emocemi (např. osoba na fotografii se usmívá, ale z kontextu vyplývá, že tento úsměv je vnímán jako negativní jev) nebo mimika politiků, u nichž může být mimické chování vnímáno jako negativní či pozitivní v závislosti na vztahu k těmto	S

			politikům (např. rozhodnost versus agresivita).	
Funkce sdělení vůči příjemci		Budování důvěryhodnosti (fotografie s důkazy)	Prezentace dokumentů nebo situací, které odhalují to, co je skryté, názorné ukázání, často s vyprávěním: podívejte se, co se tu děje	D
		Znevažování/zesměšňování	Prezentace postav v situacích, které je zesměšňují a podkopávají jejich důvěryhodnost	Z
		Ilustrace	Fotografie má ilustrativní charakter, neplní žádné další funkce, neutrálně zachycuje něčí tvář nebo určitou situaci	I
		Manipulace s interpretací	Fotografie s přidanými grafickými prvky, koláže a kompozice	M
		Vyvolání strachu / úzkosti	Fotografie vyvolávající strach, úzkost a obavy. Patří do širší kategorie fotografií budících emoce, ale jsou natolik charakteristické, že bylo rozhodnuto je vyčlenit do samostatné kategorie.	S
		Vytváření narativu	Vizuální prvky, které vyprávějí příběhy, často prostřednictvím textu, ale také kombinací různých prvků	N
		Emocionální posílení	Vyvolávání emocí – pozitivních či negativních (např. prostřednictvím	E

			nadměrné kompozice obrazu nebo kontextových prvků)	
„Clickbaitový“ potenciál	Estetika a kompozice	Intenzita barev	Černá, červená, ale také např. zelená při zobrazování virů	Ib
		Kontrast a jas	Práce se světlem a barevným kontrastem	KJ
		Kompozice obrazu	Kompozice celého obrazu (např. symetrie, opakování)	KO
	Prvky přitahující pozornost	Přítomnost textu na obrazu	Text jako obraz nebo text překrývající obraz	T
		Grafické prvky vzbuzující zvědavost	Jako nedílná součást obrázku nebo překrývající obrázek	G
		Přítomnost dynamických prvků		D
	Emocionální potenciál	Výraz obličeje / emocionalita postav	Týká se velmi silných emocionálních sdělení zakódovaných emocemi postav	EP
		Dramatičnost scény	Např. dav, smrt atd.	DS
	Kontext a symbolika	Přítomnost kontroverzních / zajímavých prvků	Např. svastiky, nahota atd.	PK
		Nejasnost kontextu (záhadnost)	Není zcela jasné, co je na obrázku vidět; záhadný, znepokojující kontext	NK

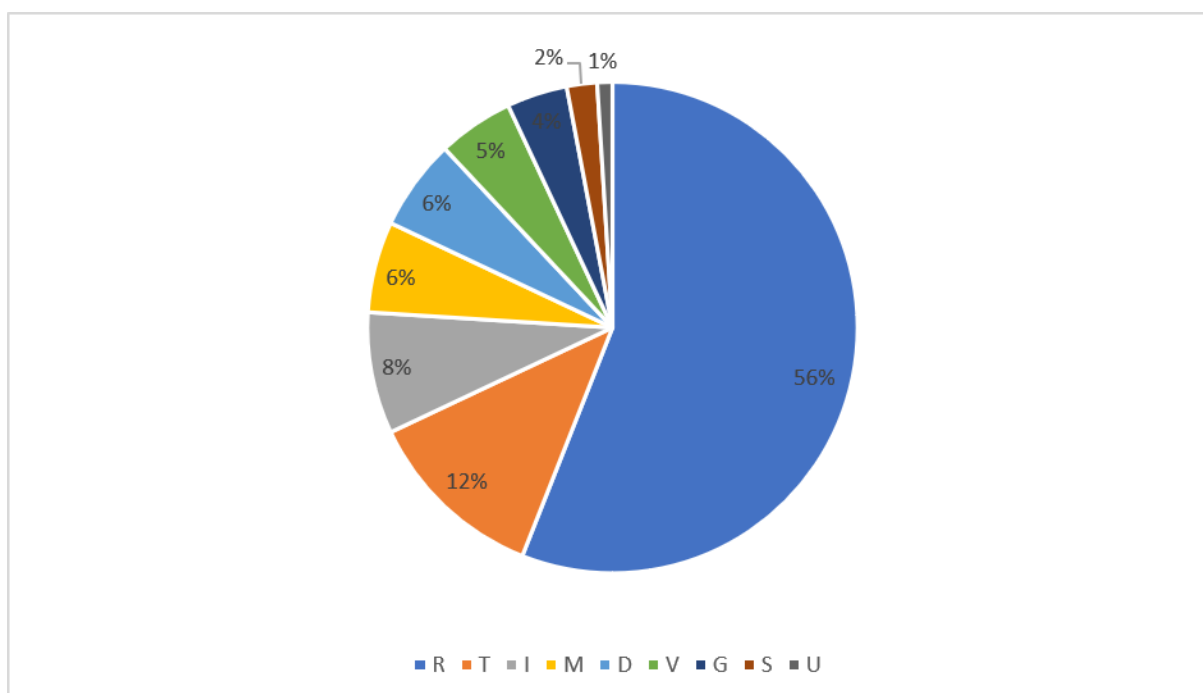
Proces kódování zahrnoval následující etapy:

1. Úvodní schůzka za účelem projednání schématu kódování
2. Zkušební kódování (30 příkladů)
3. Setkání zaměřené na výměnu zkušeností a vyjasnění nejasností, které vznikly v průběhu zkušebního kódování

4. Individuální kódování prováděné dvěma výzkumníky (v bodech 1 a 2 byla dosažena shoda na úrovni 0,9–1,0; v bodech 4–5 byla dosažena shoda na úrovni 0,7–0,8; nejnižší shoda byla zaznamenána v bodě týkajícím se kódování emocí)
5. Vyjasnění neshod a stanovení kódování pro dřívější rozdíly. V závislosti na daném prvku bylo dosaženo shody; byly přidány jednotlivé hodnoty (např. v případě funkcí) nebo byla uznána nejednoznačnost sdělení v daném ohledu (např. v případě emocí). Nakonec po projednání pochybností a provedení oprav bylo dosaženo plné shody v kódování.

1. Výsledky – analýza a interpretace

1.1. Obsah sdělení (co?)



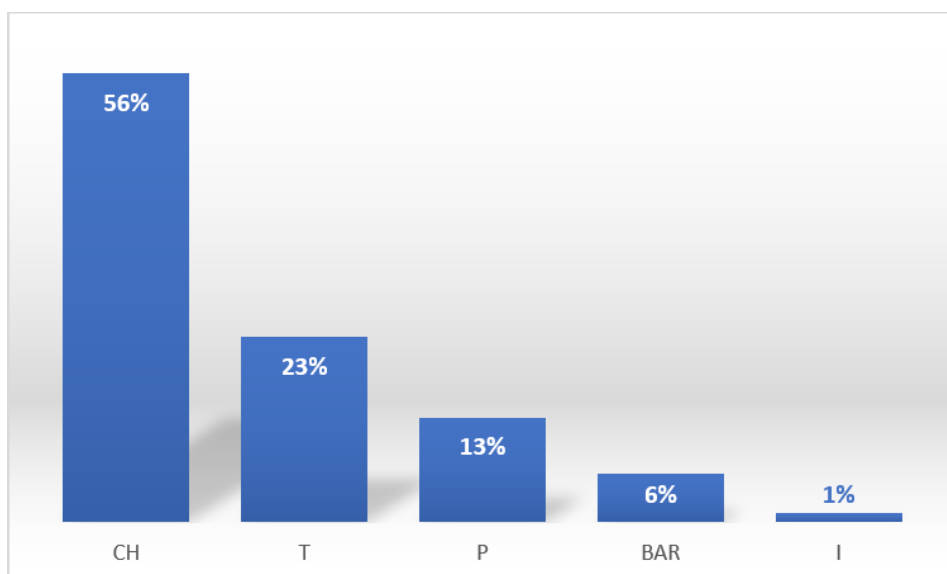
Obrázek1 Formát. N=162

Rozhodně dominantním vizuálním formátem je neutrální formát reportážní fotografie, jejíž hlavní komunikační funkcí je dokumentace reality. Je však třeba zdůraznit, že použití tohoto formátu není nutně synonymem objektivitu sdělení, protože jej mohou doprovázet další prvky, které jsou na fotografii přidány a které naznačují

určitou interpretaci sdělení, vnucují narativ nebo manipulují s příjemcem. Takto je přesvědčovací funkce realizována dvojím způsobem – prostřednictvím prezentace zdánlivě přirozeného obrazu a prostřednictvím dodatečné interpretace tohoto obrazu pomocí záměrně přidaných prvků.

Charakteristickým vizuálním prvkem dezinformace o zdraví je sdělení ve formě vědecké ilustrace nebo napodobující tento typ grafiky (v analyzovaném souboru dat se vyskytuje v 5 % sdělení, zatímco v jiných typech dezinformačních sdělení se nevyskytuje). Typické je také přidávání prvků s potenciálem přilákat pozornost (tzv. „clickbait“) k vědeckým ilustracím, např. prostřednictvím úprav barev, grafického uspořádání nebo jednotlivých prvků obrázku. Tímto způsobem vzniká obrázek, který vyzařuje vědeckost, ale zároveň vzbuzuje větší zájem a emoce. Takováto fúze je charakteristická pro dezinformační sdělení.

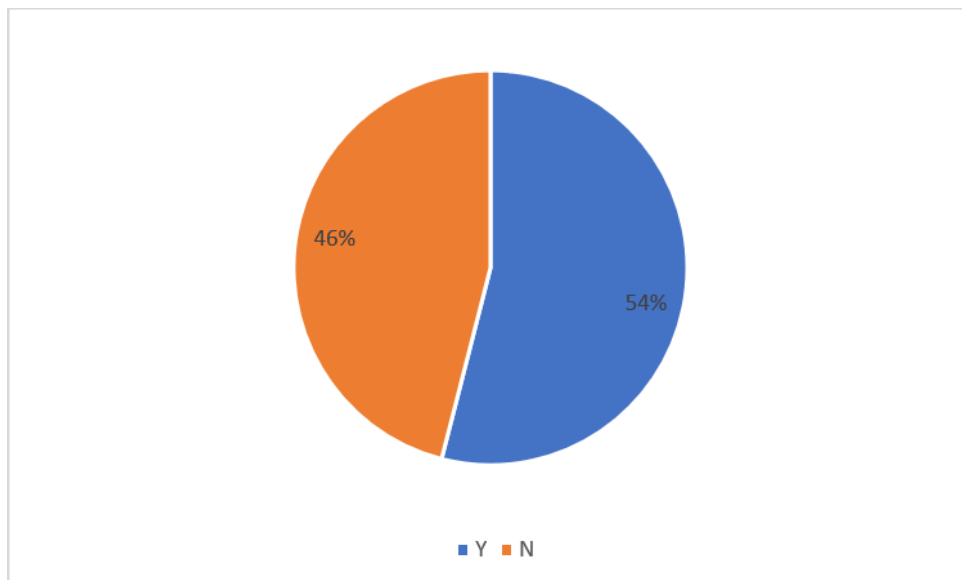
Za zmínku stojí také vyšší výskyt textu prezentovaného ve formě obrázku než v Polsku.



Obrázek2 Doplňkové prvky. N=162

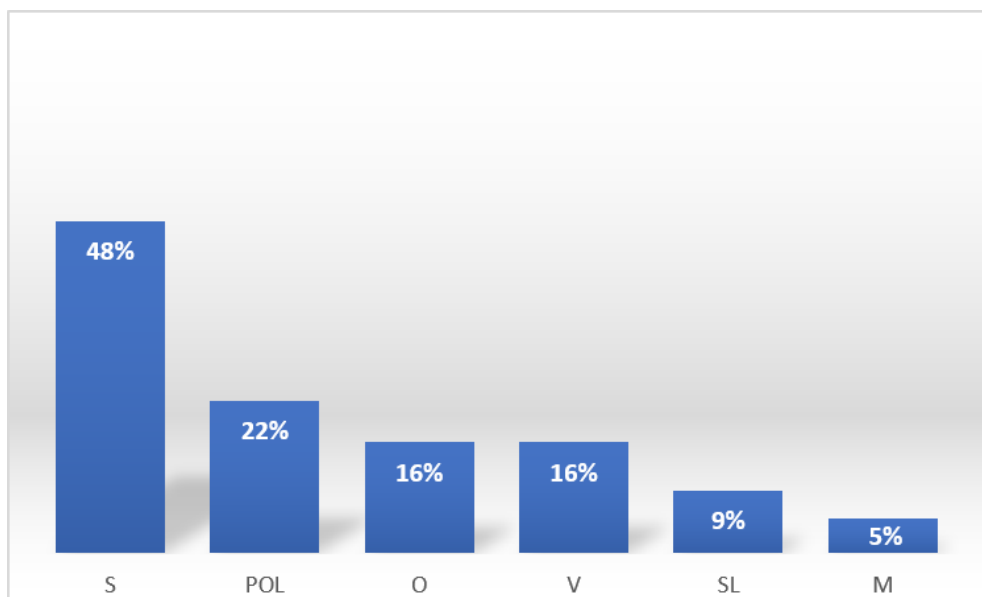
Ve většině sdělení nebyly nalezeny žádné doplňkové prvky (56 %). Je však třeba poznamenat, že ve více než 40 % analyzovaných sdělení se tyto prvky, představující silný interpretační a manipulační faktor, vyskytují. Proto je lze považovat za podstatné a typické, a to zejména ve srovnání s vizuálními sděleními v zavedených médiích (kde se v zásadě nevyskytují). Mezi prvky tohoto typu dominuje text, který umožňuje vnutit

příjemci jednoznačnou interpretaci sdělení, spojit jej s určitým příběhem nebo mu dodat emoce. Významnou roli hrají také různá zvýraznění, šipky a zakroužkování, která přímo nasměrují pozornost příjemce.



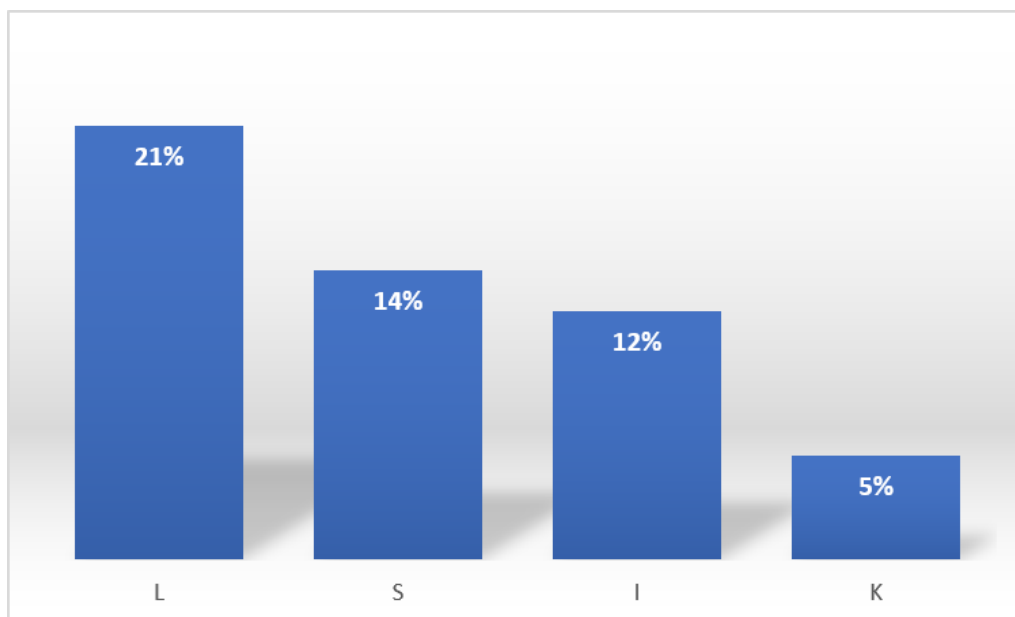
Obrázek3 Osoby N=162

Ve zkoumaném korpusu byl výskyt těchto osob zaznamenán ve více než polovině zpráv. Úplná interpretace tohoto výsledku by vyžadovala srovnání s údaji jiného charakteru (např. pocházejícími z novinářských zpráv). Lze však vyslovit hypotézu, že v případě dezinformací v oblasti medicíny je personalizace (která je vizuálně realizována právě zobrazením osob) omezenější, než by se dalo očekávat. Ustupuje kvaziracionální argumentaci, prezentaci údajů a dokumentů nebo grafům vědeckého a kvazivědeckého charakteru.



Obrázek4 Profese N=87

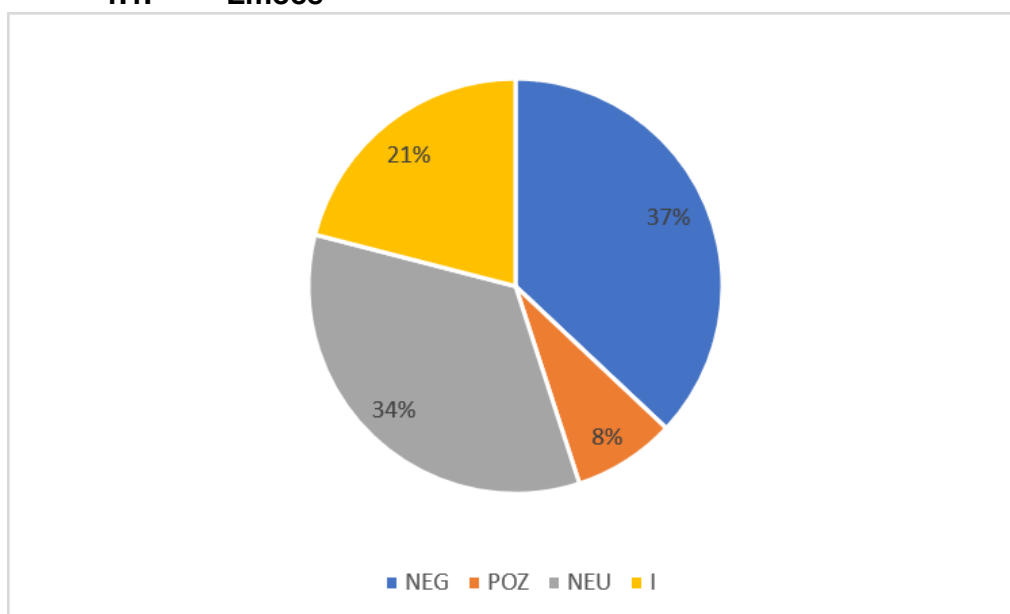
Pokud se na obrázku nacházejí postavy, jedná se většinou o soukromé osoby, které nezastupují žádný konkrétní status ani žádnou konkrétní profesi (48 %). Konkrétně se jedná o osoby podstupující očkování, protestující, pacienty v nemocnicích, „obyčejné“ lidi zobrazené v „obyčejných“ situacích, nejčastěji jako oběti násilí ze strany vlád či států. Mezi odborníky samozřejmě převažují lékaři a zdravotní sestry, ale vyskytují se zde i osoby představované jako „profesoři“ či „odborníci“ – nejčastěji zpochybňující vědecké narativy. Zvláště důležitou skupinu v českých falešných zprávách (ve srovnání s polskými zprávami) tvoří politici (prezentovaní v negativním kontextu) a veřejně známé osobnosti – které jsou buď oběťmi očkování (např. sportovci), nebo propagátory negativního postoje k vědecké medicíně.



Obrázek5 Předměty N=162

Z hlediska předmětů jasně souvisí analyzované vizuální prezentace s tematikou sdělení. Jelikož vyprávěné příběhy se týkají zdraví a medicíny a každodenního života pacientů v tomto kontextu. Nejčastěji se vyskytující předměty souvisejí právě s oblastí medicíny a každodenního života. Zvláštní kategorií v této oblasti tvoří potravinové produkty, které jsou často prezentovány v kontextu vyprávění souvisejících s tzv. alternativní medicínou nebo dietními radami.

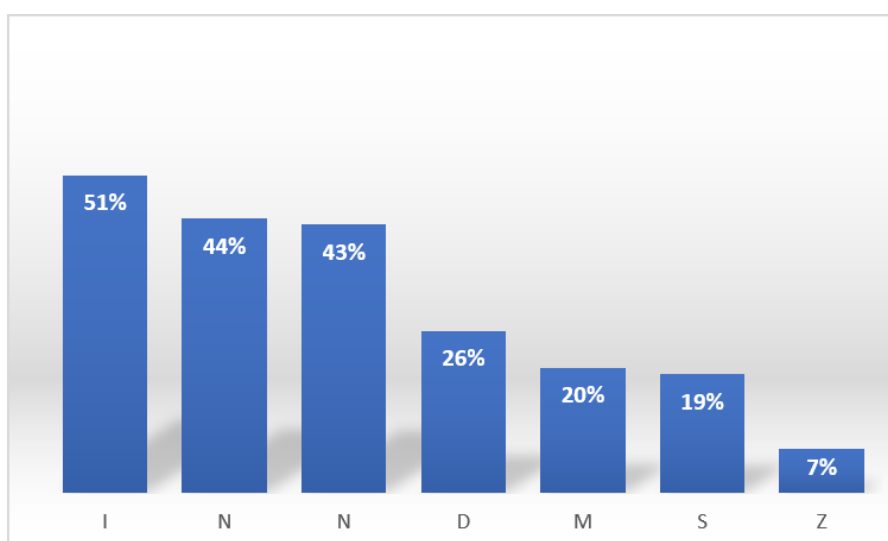
1.1. Emoce



Obrázek6 Emoce N=162

Hodnocení emocí představovalo pro výzkumníky značné obtíže, a proto – ve snaze vyhnout se nadměrné interpretaci – bylo rozhodnuto klasifikovat značnou část sdělení jako obtížně hodnotitelná. Mezi příspěvky, které se podařilo jednoznačně vyhodnotit, tvoří značnou část příspěvky neutrální a negativní (zde jich je více než v polském reportu), zatímco příspěvky pozitivního charakteru se vyskytují v nejmenší míře.

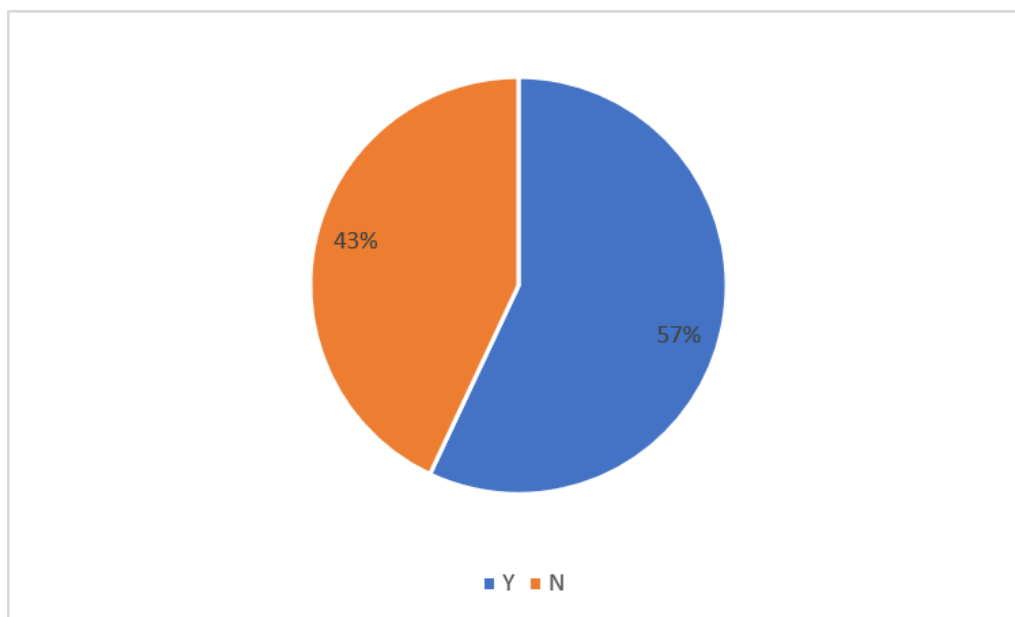
1.2. Funkce vůči příjemci



Obrázek7 Funkce

Při kódování funkcí bylo možné přiřadit k jednomu sdělení několik prvků. Jak je patrné, dominantní funkcí analyzovaných vizuálních sdělení je funkce ilustrační, která je analogická funkci připisované obrázkům v klasických novinářských zprávách. Je však třeba poznamenat, že ilustrační funkci doprovází vysoká míra funkcí, které mají zřetelně přesvědčovací charakter. Jedná se především o vyvolávání emocí, ale také o vytváření narativu, který je interpretací světa, ve spojení s manipulací s příjemcem. Také funkce předávání znalostí (W) je potenciálně přesvědčovací, neboť souvisí s prezentací důkazů pro konspirační teorie, skrýváním pravdy v dominantním příběhu či podvody a zneužitím moci.

1.3. Potenciál pro „clickbait”

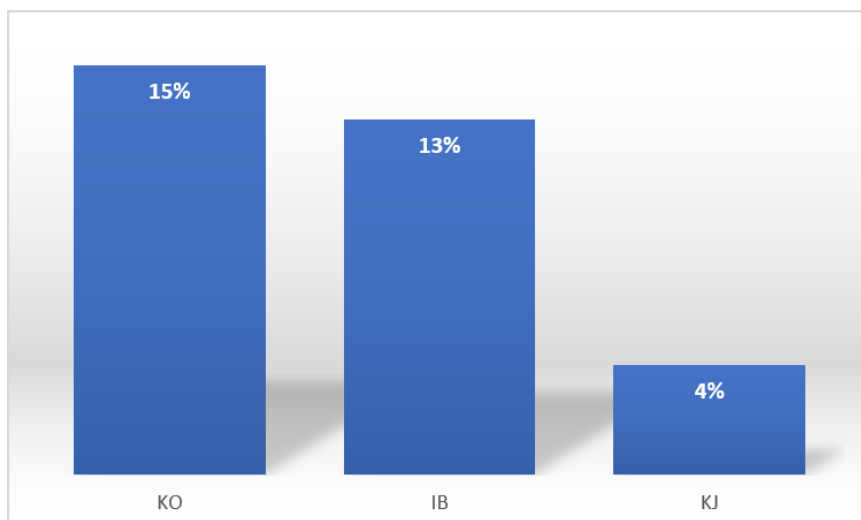


Obrázek8 Potenciál pro generování kliknutí N=162

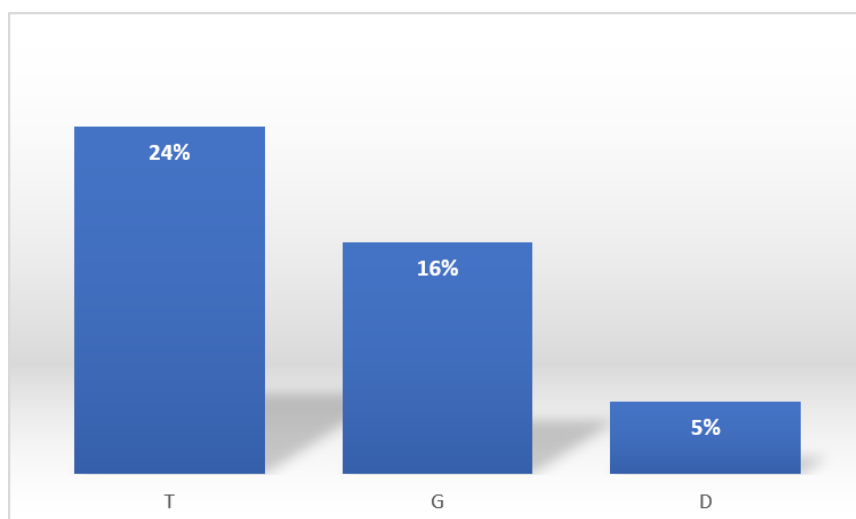
Výše uvedené pozorování potvrzuje relativně vysoký potenciál pro generování kliknutí (tzv. clickbait), který je zde analyzován jako výsledek určitých formálních úprav, jimž je vizuální sdělení podrobena. Tyto úpravy souvisejí s:

- úpravami estetiky a kompozice vizuálních sdělení (prostřednictvím intenzity barev, kontrastu a jasů, jakož i obecně chápaného záměrného plánování kompozice obrazu – vyskytují se v 32 % sdělení);
- přidáváním do obrazů prvků přitahujících pozornost v podobě textu, grafiky nebo dynamizace jednotlivých prvků (tento jev byl pozorován ve 45 % sdělení);
- zesilováním emocionálního potenciálu prostřednictvím výrazných emocí postav a/nebo emocionálního náboje prezentované scény (31 % sdělení);
- zaváděním kontextu a symboliky, které vzbuzují zájem a kontroverze (v 6 %).

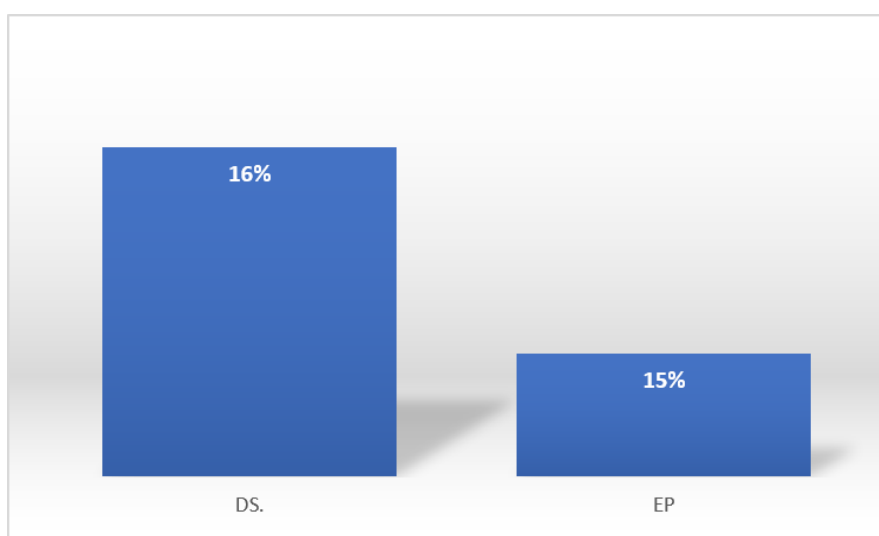
Jak je patrné, ve většině případů je potenciál pro "clickbait" u analyzovaných příspěvků budován využitím několika nástrojů současně. Je však třeba poznamenat, že tento potenciál je obecně nižší než u analyzovaných polských příspěvků tohoto typu (48 %, 50 %, 24 %, 19 %).



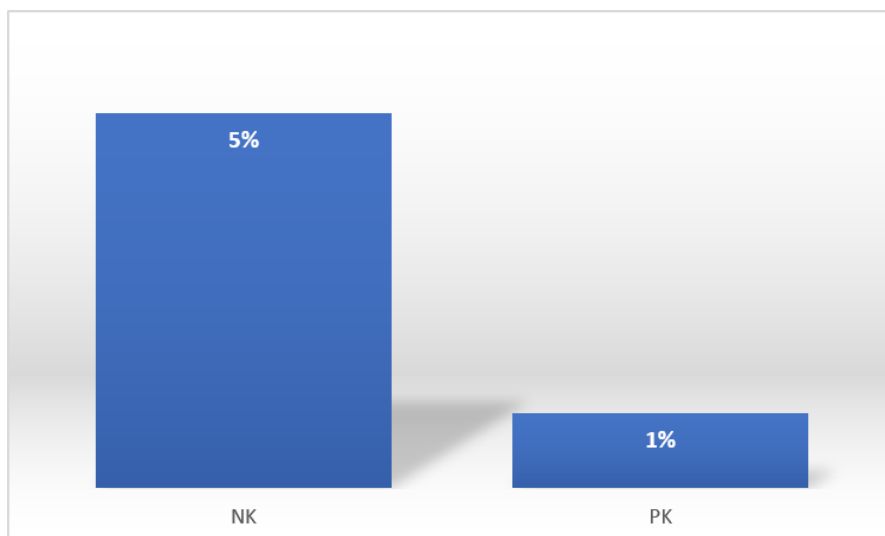
Obrázek9 Potenciál pro generování kliknutí – estetika a kompozice N=162



Obrázek10 Potenciál pro kliknutí – prvky přitahující pozornost N=162



Obrázek11 Potenciál pro kliknutí. Emocionální potenciál N=162



Obrázek12 Potenciál clickbaitu. Kontext a symbolika N=162

2. Závěry

Porovnání získaných údajů s obdobnými údaji týkajícími se všech falešných zpráv v polštině (bez rozdělení podle témat)⁶ odhaluje zajímavé rozdíly:

1. V příspěvcích z oblasti zdravotnických dezinformací se vyskytuje více doplňkových prvků v podobě šipek, zakroužkování nebo textu – poměr činí 36 % ku 9 %.
2. Ve vizuálních příspěvcích z oblasti zdravotnických dezinformací se objevuje méně osob. V dříve analyzovaném materiálu to bylo 65 %, zde je to 54 %.
3. Odlišné je také rozložení profesí. Ve sděleních s různorodou tematikou je více politiků (45 %) a méně zdravotnických pracovníků (což není překvapivé) a soukromých osob.
4. Vizuální sdělení se zdravotnickou tematikou jsou také méně často negativní (37 % oproti 42 %) a ve větší míře neutrální (34 % oproti 38 %).

Provedená analýza také umožňuje vymezit několik charakteristických typů vizuálních sdělení v kontextu zdravotních dezinformací.

1. Prezence lékařského zákroku

⁶ Výzkum týkající se českých sdělení nebyl proveden.

Sdělení tohoto typu se nejčastěji týkají očkování, někdy také vyšetření (v analyzovaném materiálu například mamografie). Mají negativní emocionální podtón. Představují běžného člověka jako osobu pronásledovanou zdravotnickým personálem, který je lhostejný nebo dokonce nepřátelský. Charakteristickým rysem tohoto typu sdělení je také prezentace zdravotnického vybavení – nejčastěji způsobem, který vzbuzuje obavy.



2. Zobrazení osob, často v portrétním záběru nebo v polodetailu

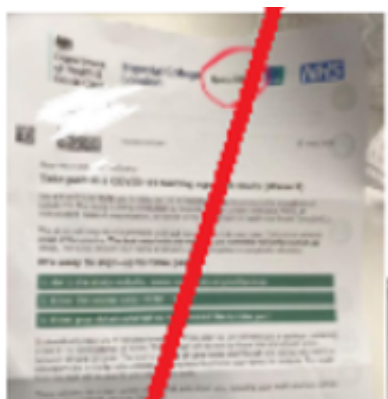
Fotografie tohoto druhu mají neutrální charakter, nejčastěji zobrazují politiky nebo osoby s nimi spojené, někdy i odborníky. Pokud jde o samotný obrázek, jeho emocionální nádech je většinou neutrální; převážně negativní hodnocení vzniká buď díky prvkům přidaným do obrázku, nebo díky srovnání s jinými obrázky, případně díky textovému komentáři. Toto téma jasně odkazuje na významný jev politizace zdravotních dezinformací. Negativními postavami byli Bill Gates a Ursula von der Leyer.





3. Text jako obraz

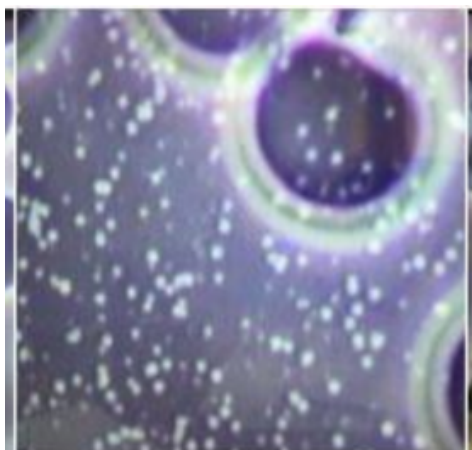
Charakteristickým typem vizuálního sdělení v oblasti zdravotní dezinformace je také text prezentovaný jako fotografie. Zvláštní pozornost si zde zaslouží snímky obrazovky z údajných lékařských publikací (článků, knih, zpráv) a dokumenty zpochybňující důvěryhodnost rozhodnutí vlád (např. soudní rozsudky). Objevují se také texty s určitou tezí, psané uživateli nebo citující údajný výrok osoby považované za autoritu, které jsou graficky upraveny, zejména přidáním dramatické barvy pozadí.



1918 " ŠPANĚLSKÁ CHŘIPKA "
Samotné **OČKOVÁNÍ** zabilo
50 milionů lidí
Přečtěte si to, informujte se
Již v roce **1918** bylo řečeno:
"Noste masky, nebo vás zavraždíme"

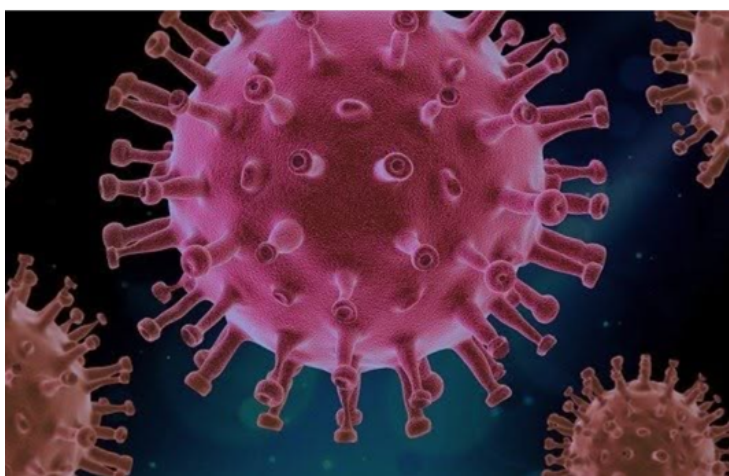
4. Lékařské ilustrace

Velmi charakteristickým typem v analyzované oblasti jsou obrázky napodobující nebo představující vědecké ilustrace. Často pocházejí z vědeckých publikací, jsou prezentovány ve specifickém kontextu nebo spojeny s manipulativním vyprávěním. Někdy jsou také upravovány, nejčastěji přidáním dalších prvků nebo zvýrazněním např. barvy či kontrastu.



5. Umělecká lékařská zobrazení

Velmi zajímavou kategorií jsou zde vyobrazení lékařské povahy s výrazným využitím metatextových prvků, které je více či méně přibližují uměleckým obrazům. Tyto úpravy se nejčastěji týkají manipulace s barvou, kompozicí či kontrastem. Tímto způsobem vzniká sdělení spojující dvě odlišné funkce – racionální argumentaci a upoutání pozornosti prostřednictvím vyvolávání emocí (pozitivních či negativních – neboť úpravy mohou směřovat jak k zobrazení „krásy“, tak i „ošklivosti“ daného jevu).



6. Neutrální zobrazení jídla a údajně léčivých látek

Tato kategorie je v analyzovaném materiálu v polském jazyce zřetelně přítomna. Setkáváme se zde s fotografiemi ovoce, zeleniny, bylin či jiných látek, jimž se připisují zvláštní léčivé vlastnosti. Takováto prezentace může mít také podobu kresby. Někdy je doprovázena textem, který představuje objektivní popis údajných vlastností dané látky.



7. Utrpení a silně negativní emoce

Značná část sdělení přímo zprostředkovává utrpení, násilí a negativní emoce. Tato sdělení jsou v zásadě spojena především s argumenty proti očkování. Na fotografiích často vidíme děti, ale také osoby, které omdlévají nebo trpí slabostí údajně kvůli vakcíně (např. sportovci), či osoby znetvořené nošením roušek.





8. Série

Charakteristickou grafickou formou jsou série fotografií (někdy i textů), do nichž se obrázky řadí (34 %). Tento formát samozřejmě souvisí se specifikem prezentace dat na digitálních platformách. Je však třeba poznamenat, že se na sociálních profilech tradičních médií vyskytuje mnohem méně často (nebo téměř vůbec). Funkcí sérií je především vytváření narativu - vyprávění příběhu v souladu se záměrem autora. Někdy slouží série k prezentaci „ohromujícího“ množství důkazů na podporu dané teze. Ať tak či onak, zůstávají účinným nástrojem k ovlivňování vnímání sdělení, a to i v případě, že se toto sdělení skládá z obrázků, které jsou samy o sobě neutrální (např. reportážních fotografií).



Tato zpráva je součástí mezinárodního projektu financovaného Evropskou unií (akce č. 101158609) a spolufinancovaného polským Ministerstvem vědy a vysokého školství v rámci programu s názvem „Spolufinancované mezinárodní projekty“ v letech 2024–2026 (smlouva č. 6054/DIGITAL/2024/2025/2).

Vyjádřené názory a stanoviska jsou však výhradně názory autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie, Evropské výkonné agentury pro zdraví a digitalizaci (HaDEA) ani polského Ministerstva vědy a vysokého školství. Ani Evropská unie, ani Evropská výkonná agentura pro zdraví a digitalizaci (HaDEA), ani polské ministerstvo vědy a vysokého školství za ně nenesou odpovědnost.



**Funded by
the European Union**

