

# Komiks i divadelní hra. Policejní kampaně ke kyberpodvodům stojí ročně dva miliony

IDNES / 17. října 2023 15:21

Olomoucká policie představila novou preventivní kampaň ve formě komiksu, která má informovat o podvodech na internetu. Za grafické zpracování a vytištění zaplatí ministerstvo vnitra 75 tisíc korun. Kampaní připravuje policie ročně přes dvě desítky, celkem stojí kolem dvou milionů korun. Jejich vyhodnocování je podle odborníků složité, přesto se bez nich boj s kyberpodvodníky neobejde.



Ústřední postavou kampaně je kreslená komiksová postava – sympatický Pan Prokoukl, který čelí různým nástrahám v kyberprostoru, o kterých ale přemýšlí a včas dokáže rozpoznat, že se zřejmě bude jednat o něco nekalého. Tak začíná popis nejnovější policejní kampaně olomouckých policistů.

Kampaň vznikla v reakci na obrovský, bezmála stoprocentní, meziroční nárůst evidovaných případů kyberkriminality napříč celou republikou, Olomoucký kraj nevyjímaje.

Není to v poslední době jediná policejní aktivita zaměřující se na digitální bezpečnost. Policie se v minulých letech podílela například na projektu [Kraje pro bezpečný internet](#), spolu s ČSOB vytvořila koncept [Tvoje cesta online](#) a zapojila se i do evropské kampaně proti zneužívání dětí na internetu [#SayNo!](#)



Ukázka z preventivní kampaně o panu Prokouklovi, kterou představili olomoučtí policisté. „V roce 2022 bylo policii nahlášeno celkem 18 186 případů se škodou převyšující tři miliardy korun. To je o 8 910 případů více než v předchozím roce a vzrůstající trend v počtu podvedených bohužel vnímáme i nadále. V jednotlivých případech tedy nejde o pár tisícovek, ale mnohdy o celoživotní úspory,“ popisuje Jiřina Vybíhalová, koordinátorka prevence Krajského ředitelství policie Olomouckého kraje. Kampaně typu komiksového pana Prokoukla připravují policisté na úrovni jednotlivých krajů. Jiné jako projekt [nePINdej](#) nebo [Volač a Klikač okrádají Česko](#), kde je Policejní prezidium partnerem, pak jednotlivá krajská ředitelství policie přebírají a realizují na svém území. Pardubičtí policisté například využili jednu část celorepublikové kampaně a v místním rádiu si [vyzkoušeli kybertest](#).

Na šíření informací směrem k veřejnosti se podle Zuzany Pidrmanové, vedoucí Odboru prevence Policejního prezidia ČR, se musí sehnat peníze, protože mediální prostor musí policie platit a není to levná záležitost. Na celorepublikových kampaních se tak podílí partneři jako Česká bankovní asociace nebo Československá obchodní banka. Jindy jsou placené z různých dotací.

„Financování preventivních aktivit je složité. Využíváme proto interní zdroje, které jsou každoročně vyčleňovány na oblast prevence, ale i dalších dotačních titulů, například dotace z evropských fondů, dotační tituly ministerstva vnitra, dotační tituly měst a obcí,“ vyjmenovává.

V seznamu podpořených aktivit je i dvacetivteřinový videospot do vozů MHD ve Zlínském kraji, za jehož 1500 denních zobrazení zaplatí ministerstvo třicet tisíc korun. Nejvíce peněz z „koláče“ dostane kraj Vysočina. Částečně půjdou do vzdělávacího videa, kalendářů, magnetických karet, plyšáků či omalováněk.

Tyto položky seberou z rozpočtu několik desítek tisíc. Nejvíce peněz bude na Vysočině stát modernizace policejních technologií. Kamery, displeje nebo mikrofony budou dohromady stát 280 tisíc korun.

Za zmínku stojí také projekt v Královéhradeckém kraji nazvaný [Senioři nedejte se](#). Za více než 150 tisíc korun se z něj sehraje deset divadelních představení zaměřených na důchodce. V ceně projektu je také zakoupení a potištění tisíce kusů utěrek na brýle v celkové hodnotě 28 tisíc korun.

### **Vyhodnocování je složité**

Prevence kybernetické kriminality se bez osvětových a informačních kampaní podle odborníků rozhodně neobejde. Odborná veřejnost je ve shodě, že tento druh kriminality se nejefektivněji potírá formou předcházení, tedy osvětou široké veřejnosti.

„Lidé bohužel kybernetické bezpečnosti nevěnují moc pozornosti a v mnohých případech ani netuší, jak snadné je data získat a zneužít. Z toho plyne lehkomyšlnost při používání online nástrojů,“ říká Jan Zmítka, konzultant oddělení Cyber Security ve společnosti Trask.

Podle Pidrmanové je aktuální informování o podvodných praktikách kyberzločinců nezbytné. „Informovaný člověk dokáže lépe čelit případným nástrahám,“ vysvětluje Pidrmanová.

### **Kampaně můžou stát i statisíce**

Že se některé kampaně tvoří lokálně a jiné celorepublikově, je podle Pidrmanové logické. Místní či obvod. policejní oddělení má lepší znalost lokálního prostředí a může některé aktivity „šít na míru“.

„Zrovna Olomouc dobře spolupracuje s místní univerzitou. Realizátoři projektu s komiksem ho předem konzultovali s tamními specialisty a vytipovali s nimi cílové skupiny,“ zmiňuje Pidrmanová.

Vyhodnocování účinnosti preventivní kampaně je podle Pidrmanové už ze své podstaty poměrně komplikované. Vodítkem může být zpětná vazba od oslovených lidí nebo porovnání statistických dat.

„Přesně nedokážeme popsat, co bylo rozhodující pro každého jednotlivce, že se zachoval či nezachoval obezřetně. Každopádně pozitivním výsledkem je, že v letošních měsíčních statistických sestavách registrovaných podvodů páchaných v kyberprostoru sledujeme klesající trend,“ informuje Pidrmanová.

Policie se podle Zdeňky Procházkové, které zpracovává preventivní projekty v Jihomoravském kraji, zaměřuje kromě podvodů také na jiná témata v digitálním prostoru. Za zmínku stojí například projekt zaměřený na sexting s názvem [To nevymažeš](#). Už v roce 2011 vznikl také projekt [Bezpečně v kyberprostoru](#).

„V rámci tohoto projektu vznikají nejrůznější aktivity, doprovodný materiál a snažíme se reagovat na aktuální trendy. V rámci projektu pořádáme přednášky, besedy,

semináře pro všechny cílové skupiny, vytváříme doprovodný materiál," jmenuje Procházková.

I ona považuje vyhodnocení preventivních aktivit obecně jako velmi náročné a těžko uchopitelné. Obecně platí, že je nezbytně nutné a potřebné informace k jakékoli problematice rozšířit mezi co největší počet lidí. Poté může postupně docházet ke snížení nápadu trestné činnosti.

„Nelze to takto ale striktně tvrdit, protože se může měnit forma, způsob podvodů, může docházet k oslovování jiné cílové skupiny (*co se týče obětí, pozn. red.*) a podobně. Můžeme tedy hovořit - v souvislosti s vyhodnocováním - o počtu oslovených lidí, o zvyšování informovanosti," konstatuje Procházková.

Koordinátorky prevence se shodují, že kampaně stojí řádově od desítek po stovky tisíc korun. „Někdy je nutné zaplatit nějaké pronájmy, jindy nějaké odborníky na vypracování potřebného materiálu, je tam spousta další práce, která se vyčíslit určitě nedá," dodává Procházková.

Zdroj: [https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/policie-kampan-internetova-bezpecnost-pan-prokoukl.A231006\\_154405\\_domaci\\_nema](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/policie-kampan-internetova-bezpecnost-pan-prokoukl.A231006_154405_domaci_nema)