dTest: Fotky, které lžou

19.3.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Fotky z rodinné dílny, příslib zcela originálních výrobků a srdceryvný příběh o poctivé rodinné výrobě. Na první pohled lákavá představa pro spotřebitele, jak podpořit malý rodinný byznys. Ve skutečnosti se za ním však někdy skrývá jen další promyšlený trik, jak ze zákazníků vylákat peníze. Právě takové praktiky se v poslední době objevují u některých e-shopů, které se snaží vzbudit důvěru a přimět spotřebitele k nákupu.

Aktuálně zaznamenáváme nárůst případů, kdy si spotřebitelé stěžují na problémy s e-shopy, u kterých je pravděpodobné, že při tvorbě obsahu využívají technologie umělé inteligence. Její samotné užití přitom nemusí být problémem, pokud je použití transparentně uvedeno a nemůže u spotřebitelů vyvolat mylný dojem. Bohužel mnohdy dochází k situacím, kdy tato transparentnost chybí a spotřebitelé jsou v důsledku takové praktiky uváděni v omyl.

Vím, co kupuji. Nebo ne?

„Při nákupu na internetu jsou to často právě fotografie, které spotřebitele na první pohled zaujmou. Pomáhají představit si, jak zboží vypadá a co mohou po doručení očekávat, aniž by si výrobek mohli před koupí na vlastní oči prohlédnout,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Už delší dobu se však občas stává, že ačkoli zboží na e-shopu vypadá velmi lákavě, spotřebiteli ve skutečnosti dorazí nekvalitní výrobek. V posledních měsících jsme se navíc opakovaně setkali s případy, kdy jsou produktové fotografie vytvářeny pomocí umělé inteligence. Tyto obrázky přitom často zobrazují výrobky, které ve skutečnosti vůbec neexistují nebo jejichž reálná výroba by byla výrazně dražší, než za jakou cenu je obchodník nabízí.

Neobvykle vypadající zboží pak může ve spotřebiteli vyvolat dojem, že jde o jedinečný výrobek, který jinde nesežene, a přimět ho k nákupu. Výsledkem ale může být zklamání – buď zboží nedorazí vůbec, nebo přijde jen nekvalitní napodobenina.

Jak takovou praktiku včas odhalit?

S neustálým vývojem technologií může být odhalení obsahu vytvořeného umělou inteligencí čím dál náročnější. Zkušeným uživatelům internetu se takové podvody mohou zdát zřejmé. Ti totiž typické detaily obrázku vytvořeného umělou inteligencí rozpoznají a v takových případech zpozorní.

Riziko však nastává u nezkušených, zejména starších osob, které takové fotografie nerozeznají. Právě na ně takoví prodejci míří.

Při rozpoznávání těchto praktik může pomoci zaměřit se na detaily, drobné chyby a různé nesrovnalosti. Někdy je naopak varovným signálem až přehnaná dokonalost fotografií. Pokud je na stránkách více snímků, které mají zobrazovat stejné prostory, dílnu nebo majitele, doporučujeme je mezi sebou porovnat. V takových případech lze často odhalit, že se autor snažil vytvořit totožné osoby či prostředí, což se mu však nepodařilo. Výsledkem tak jsou obrázky, které se v detailech liší a působí nekonzistentně.

Jak se bránit a co dělat?

*„Pokud si spotřebitelé s odhalením nejsou jisti, stejně jako v jiných případech nákupů na internetu doporučujeme před nákupem ověřit prodejce i skrze recenze, a to nejlépe na nezávislých recenzních portálech,“*doporučuje Eduarda Hekšová. Ověřit prodávajícího je také možné přes naše stránky VašeStížnosti.cz, kde můžete zjistit, zda už na tento e-shop byly podány stížnosti, případně jaké konkrétní problémy takto vznikaly.

„Pokud spotřebitelé z e-shopu nakoupili a následně se vyskytly problémy, se kterými si nevědí rady, mohou se obrátit na naši spotřebitelskou poradnu na čísle 299 149 009,“ uzavírá Eduarda Hekšová, ředitelka dTestu.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

https://www.dtest.cz/clanek-12183/dtest-fotky-ktere-lzou