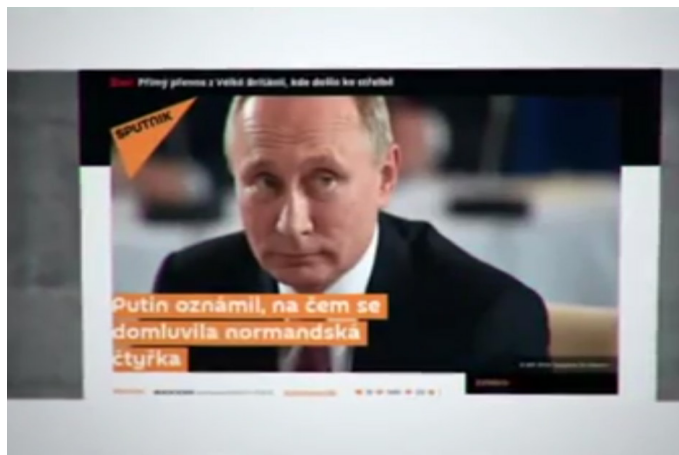


ČO DOKÁŽE LOŽ

(Co dokáže lež / Tomáš Kudrna /
Česko, Francie / 2016 / 26 min /
český jazyk)



Kto stojí za nepravdivými informáciami v médiách a najmä na konšpiračných webových stránkach? Dokumentárny film Tomáša Kudrnu skúma tzv. informačnú vojnu a vplyv dezinformácií v Českej republike. Snaží sa zistiť, kto stojí za lžami, ktoré sa šíria najmä na sociálnych sieťach a alternatívnych weboch. Autori tiež hľadali odpoveď na otázku, do akej miery sú šírené správy, príbehy a emócie súčasťou ruskej propagandy, a akú úlohu v nej zohrávajú Česi a Češky, nespokojní s vývojom v krajine po roku 1989.

Dokument sa nakrúcal v Česku, vo Veľkej Británii, v Holandsku aj v Rusku. Účinkujú v ňom experti, ktorí sa téme dezinformácií venujú dlhodobo.

Témy filmu: falošné správy, konšpiračné weby, hybridná vojna

Témy, ktoré tento film otvára, sú kontroverzné a často vyvolávajú silné emócie či polarizáciu názorov. Práve preto uvádzame niekoľko odporúčaní k diskusii po zhladnutí filmu.

- Cieľom filmu nie je poškodzovať reputáciu Ruska, ale poukázať na jeho vplyv na médiá v strednej Európe. Určite nechceme tvrdiť, že Rusko je jediná krajina, ktorá sa snaží ovplyvniť iné štáty. Bezpečnostné zložky a štátne agentúry súvisiace s národnou bezpečnosťou stredoeurópskych či európskych krajín však identifikujú Rusko ako jednu z najvýznamnejších bezpečnostných hrozieb, a to práve kvôli šíreniu dezinformačných správ a konšpirácií.
- Žiakov a žiačky bude určite zaujímať Rusko ako také a prečo sa vo filme hovorí hlavne o ňom. Diskusiu smerujte k téme dezinformácií a konšpiračných webov. Vyvarujte sa toho, aby v diskusii dominovali geopolitické témy (napr. vplyv USA na krajiny Blízkeho východu či Latinskej Ameriky; vplyv Ruska na EÚ; NATO a jeho vojenské zásahy v Európe a vo svete atď.). Analyzovanie geopolitických tém je určite zaujímavé, vyžaduje si však veľa faktografických znalostí a ľahko môže debatu odkloniť od jej podstaty.
- Cieľom diskusie po filme je kriticky zhodnotiť vplyv médií na verejnosť a jej informovanosť. Mediálna gramotnosť, schopnosť kriticky pristupovať k informáciám a rozoznávať ich dôveryhodnosť si vyžaduje zručnosti, ktoré v minulosti neboli príliš vyžadované či potrebné. Dnešný svet je však čoraz prepojenejší a zložitejší. Množstvo informácií, ktorými sme denne bombardovaní, je v porovnaní s dobou pred rozšírením internetu neporovnateľné. Práve preto je potrebné vedieť rozlíšiť pravdivosť či nepravdivosť prijímaných informácií.

Cieľová skupina: 14+

Čas: 45 minút (vrátane premietania 26 min. filmu)

Pomôcky: projektor, počítač, reproduktory na premietanie filmu.

Ciele:

- žiaci a žiačky získajú povedomie o dezinformačných weboch pôsobiacich v ČR;
- posilnia svoju schopnosť kriticky vyhodnocovať informácie.

Postup:

Úvod:

Pred filmom položte žiakom a žiačkam otázku, v čom vidia rozdiel medzi mienkotvornými a dezinformačnými médiami. Spýtajte sa ich, či poznajú niektoré z nich. Základné rozdiely medzi mienkotvornými a dezinformačnými médiami nájdete v tabuľke v informačnej časti metodík.

Premietanie filmu: (26 minút)

Otázky na reflexiu a diskusiu po filme:

- Aké máte z filmu pocity? Prečo? Čo na vás najviac zapôsobilo? Šokovalo vás niečo?

Tip pre učiteľa:

Práve v tejto časti môžu zaznieť názory na politiku USA, NATO, Ruska a podobne. Zdôraznite, že témou hodiny sú dezinformácie a vplyv médií na spoločnosť, nie geopolitika jednotlivých krajín. V diskusii pokračujte nasledujúcimi otázkami.

- Vo filme sa hovorí o českých dezinformačných weboch. Poznáte niektoré z nich?
- Poznáte slovenské dezinformačné weby? Navštívili ste zo zvedavosti niektorý z nich? Čo ste sa tam dozvedeli?
- Premýšľali ste nad pravdivosťou zverejnených informácií?
- Prečo chce niekto šíriť nepravdivé správy? Čo z toho autori majú?
- Prečo pod článkami na dezinformačných weboch chýba meno autora, prípadne je tam iba skratka? Prečo by sa autor nechcel podpísať pod svoju prácu?
- Pamätáte si dezinformačné techniky, ktoré boli vo filme spomenuté? Stretli ste sa už s niektorou z nich? Dokážete uviesť (pokojne aj fiktívny) príklad toho, kde by mohla byť použitá dezinformačná technika?
- V čom sa dezinformačné weby líšia od tých mienkotvorných? Ako ich rozpoznať?

- Aký ste mali pocit, keď v sídle Aeronetu nenašiel novinár vo filme nikoho? Pôsobí na vás takéto médium dôveryhodne? Prečo?
- Počuli ste už o kódexe novinárov? K čomu slúži?
- Čo sú konšpirácie? Poznáte nejakú konšpiračnú teóriu? Poznate web, ktorý by hoaxy či dezinformácie identifikoval? Aký?
- Premýšľate pri čítaní článku v novinách alebo na internete nad tým, či je pravdivý? Odkiaľ čerpáte informácie vy?
- Čo robiť, aby sme sa nenechali zmanipulovať a odhalili nepravdivé informácie?
- Šéfredaktor AC24 Andrej Geršl vo filme povedal: „**Články nerevidujeme, každý má právo na názor. Veríme, že čitateľ je inteligentný, aby si utvoril názor sám.**“ Myslíte si, že čitatelia kriticky hodnotia obsah článkov? Alebo len prijímajú informácie a veria im?

Doplňujúce informácie k témam filmu

Aký je rozdiel medzi dezinformačnými a mienkotvornými médiami?

Keďže obe skupiny sú vnútorne heterogénne, je kľúčové určiť spoločné definičné znaky, aby sme rozpoznali, k akej skupine môžeme konkrétne médium priradiť. V tabuľke uvádzame hlavné rozdiely medzi dezinformačnými a mienkotvornými médiami, nie každé z nich však spĺňa všetky uvedené body.

ČO JE NOVINÁRSKA ETIKA?

Pravidlá správania sa novinárov a novinárook, ale aj vydavateľov, vysielateľov, tlačových agentúr či internetových portálov pokrýva **Etický kódex novinára**, vytvorený Slovenským syndikátom novinárov. Ten obsahuje niekoľko zaujímavých zásad novinárskej práce:

- Novinár získava textové, zvukové, zvukovoobrazové a obrazové záznamy a podklady pre články a iné diela tak, aby bolo zrejmé, že je novinár, a neskrýva svoje celé meno a príslušnosť ku konkrétnemu médiu.
- Novinár nezverejňuje žiadne informácie, o ktorých vie, že sú nepravdivé.
- Titulky článkov alebo programov nesmú byť zavádzajúce ani nepravdivé. To isté platí pre upútavky a reklamy, ktorými sa články a programy propagujú.
- Komentáre a názory musia byť jasne označené a odlíšené od spravodajstva a faktov. Ani v komentári novinár neuvádza názory, ktoré protirečia faktom.
- **Ak novinár zistí, že zverejnil nesprávnu informáciu, je povinný spraviť všetko pre jej bezodkladnú opravu aj bez vyzvania ktorejkoľvek z dotknutých strán alebo redakcie.**

| DEZINFORMAČNÉ MÉDIUM | MIENKOTVORNÉ MÉDIUM |
|---|---|
| Neznáma vlastnícka štruktúra, neznáme financovanie | Vlastníci sú zverejnení*, financovanie je transparentné |
| Neznáme sídlo média, prípadne „kamenná“ redakcia ani neexistuje | Práca v redakcii, ktorej sídlo je známe |
| Ignorovanie etických novinárskych zásad: <ul style="list-style-type: none"> • miešanie spravodajstva a publicistiky, • zámerné dezinformovanie, overiteľne nepravdivé články buď ostávajú nezmenené, alebo sa vymažú a po čase objavia, • podsúvanie jedného uhla pohľadu a spravidla hanobenie ostatných pohľadov, • extrémistický či rasistický obsah, • nekritické rozhovory, autor nereaguje, ak zaznie od respondenta nepravdivá informácia (pasívne dezinformovanie). | Dodržiavanie novinárskej etiky: <ul style="list-style-type: none"> • odlíšenie spravodajstva a publicistiky, • články postavené na overiteľných faktoch (v prípade uverejnenia nepravdivé informácie publikované ospravedlnenie, odstránenie nepresností), • snaha o vyvážené informovanie, • v rozhovore kritické reflektovanie respondentových odpovedí. |

* Prehľad vlastníkov rôznych mienkotvorných médií môžete nájsť v infografike: [Prehľad vlastníkov slovenských médií \(platné v septembri 2018\)](#).

ČÍM SA VYZNAČUJÚ TZV. DEZINFORMAČNÉ MÉDIÁ?

Pre tento typ médií ponúka vedecká literatúra viaceré pomenovania. Synonymickými označeniami bývajú neseriózne, alternatívne, konšpiračné, pričom mnohé z nich sa považujú za proruské, prokremľské a antizápadné médiá.

Typickými črtami dezinformačných médií sú **produkovanie a šírenie dezinformácií**, teda lživých informácií šírených s cieľom oklamať ich prijímateľov, ako aj **ignorovanie základných novinárskych štandardov**, týkajúcich sa práce so zdrojmi či delenia na spravodajstvo a publicistiku. Problematikou býva aj ich **financovanie, ktoré je obvykle nejasné**. Pojem pochádza z názvu oddelenia niekdajšej KGB –дезинформация (dezinformácia).

Novinárčina rozlišuje spravodajské a publicistické žánre. **Spravodajstvom** označujeme mediálne výstupy, ktoré na základe faktov vecne, vyvážené, nestranné a presne približujú určitú aktuálnu či neznámu udalosť. Kým spravodajské texty by mali vychádzať len z faktov, v **publicistike** má autor povolené informácie čitateľovi „predžuť“, spracovať, pospájať, prípadne ukázať, ako to vidí on, vyjadriť svoj názor.

Dezinformačné weby toto delenie ignorujú, čím vytvárajú dojem, že ponúkajú vecné správy, zatiaľ čo v skutočnosti ponúkajú subjektívne komentáre.

Najčastejšie ide o online médiá bez printovej (tlačenej) verzie, hoci sa nájdu aj výnimky. Rubriky dezinformačných médií zvyčajne tvoria články prebrané z tlačových agentúr, čo spolu s dizajnom webu navodzuje dojem, že sa nachádzame na stránke seriózneho média.

Pomedzi agentúrne články sa však objavujú autorské výstupy, ktoré stoja na nepravdivých či skreslených informáciách. Ich cieľom je manipulovať čitateľov/poslucháčov/divákov.

Jeden z najväčších slovenských dezinformačných webov **Hlavné správy** vo svojom článku deklaruje, že prináša seriózne, presné a pravdivé spravodajstvo a netrpí jednostrannou propagandou, ktorá je podľa nich typickou črtou mainstreamových médií. Informácie mainstreamových webov sú podľa Hlavných správ prebrané, vytriedené, prefiltrované a upravené.

V skutočnosti však Hlavné správy – okrem prebraných agentúrnych správ – spravodajstvo prakticky vôbec neprodukuje. Bežne však publikujú články, do ktorých priamo vkladajú názory autora. Tie však nie sú spravodajstvom, ale publicistikou.

” Nesúhlasím s tým, čo hovoríš, ale do poslednej kvapky krvi budem brániť tvoje právo povedať to.“

F. M. A. Voltaire

Neraz tiež preberajú obsah mainstreamových médií, ktorý zámerne prekrúti. Alternatívne médiá pritom často obviňujú mainstreamové médiá z klamstiev, zatajovania informácií či nevyváženého informovania, pričom sami pričádzajú s novou verziou reality. Tú však konštruujú prostredníctvom najrôznejších manipulatívnych argumentačných techník.

Výstupy alternatívnych webov nebývajú založené na dôveryhodných zdrojoch alebo obsahujú nepodložené tvrdenia či tvrdenia vytrhnuté z kontextu. Do zdanlivo spravodajských článkov bývajú zakomponované názory autora, ktorý býva

neraz anonymný! Pôvodcu klamlivých obsahov je tak náročné vystopovať.

PREČO DEZINFORMAČNÉ MÉDIÁ VZNIKAJÚ?

Allcott a Gentzkow identifikujú vo svojom výskume dve príčiny vzniku dezinformačných médií. Jedným z nich je podľa výskumníkov profit, ktorý alternatívne weby generujú množstvom kliknutí na sociálnych sieťach a z inzercie.

Napríklad niektoré dezinformačné weby v amerických prezidentských voľbách v roku 2016 produkovali tzv. fake news (falošné správy), ktoré pomáhali obom kandidátom. Autori neskôr deklarovali, že články produkovali len za účelom zisku a ich cieľom nebolo podporiť či poškodiť ani jednu stranu.

Druhou príčinou vzniku dezinformačných médií býva ideologické presvedčenie, ktoré chcú autori dezinformáciami rozširovať², prípadne chcú v spoločnosti vyvolať chaos, aby ľudia nevedeli, komu a čomu majú veriť. V oboch prípadoch ide o propagandistické snahy.

AKO DEZINFORMAČNÉ MÉDIÁ PORUŠUJÚ NOVINÁRSKU ETIKU?

Alternatívne médiá pokrývajú celoštátne a globálne témy, pričom pokrytie týchto tém býva overiteľne nevyvážené a zavádzajúce. V niektorých článkoch autori hrubo porušujú pravidlá novinárskej etiky.

Spoločnou aktivitou think-tanku GLOBSEC Policy Institute, facebookovej stránky Dezinformácie, Hoaxy a Propaganda a Juraja Smatanu, zakladateľa projektu Konšpirátorisk, vznikol na stránkach Denníka N blog Dezinformácie Hoaxy Propaganda, ktorý vo svojich výstupoch viackrát preukázal dezinformovanie niektorých médií. Autori blogu zistili, že ak sa preukázal klamlivý obsah, tieto médiá sa neospravedlnili (čo by podľa novinárskej etiky mali), prípadne článok stiahli a po čase ho znova uverejnili.

¹ Gregor a kol., 2018, s. 59 – 60

² Allcott and Gentzkow: *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, *Journal of Economic Perspectives* - Volume 31, 2017, s. 217

Konkrétne v blogu Hlavnaspravysk: Postupné primiešavanie jedu analyzovali autori vybrané texty a popisali vývoj Hlavných správ, ktoré začali produkovať proruské články po tzv. Euromajdane na Ukrajine v roku 2014.

Zdrojom ich informácií býva aj Marián Kotleba, predseda fašistickej Ľudovej strany Naše Slovensko, ktorý sám šíri dezinformácie, napríklad v dezinformačnom rádiu Slobodný vysielateľ.

Niektoré médiá majú svoj vlastný etický kódex, dobrovoľne sa tiež môžu hlásiť k spoločnému etickému kódexu, ktorý zastrešuje viaceré médiá. Taký vytvorila napríklad Tlačovo-digitálna rada SR. Píše sa v ňom, že „*komentáre a názory musia byť jasne označené a odlišné od spravodajstva a faktov*“. V prípade, že novinár zverejní nepravdivú, skreslenú či zavádzajúcu informáciu, je povinný ju opraviť.

ČO SÚ DEZINFORMÁCIE?

Dezinformácie sú staré ako ľudstvo samo. S používaním jazyka totiž nastupuje možnosť s ním kreatívne pracovať. V dobe sociálnych sietí, ktoré sa postupne stávajú najpoužívanejším zdrojom informácií, sa synonymom pre dezinformácie stalo slovné spojenie fake news (falošné správy). Allcott a Gentzkow definujú dezinformácie ako „*zámerné a overiteľne falošné správy, ktoré zavádzajú čitateľov*“³

Podobným je pojem misinformation (fáma) – tiež ide o nepravdivú, falošnú správu, rozdiel je však v tom, že autor verí, že informácia je pravdivá a jeho zámerom nie je manipulácia. Živnou pôdou pre misinformation sú prípady, kedy si novinár pôvodnú informáciu dostatočne neoverí. Naproti tomu, dezinformátori sú si vedomí toho, že šíria lži.

Tretím pojmom sú zákerné informácie (mal-information), ktoré sú pravdivé alebo polopravdivé, no ich primárnym cieľom je budovať nenávisť a niekoho poškodiť.⁴

Podrobnejšie vysvetlené rozdiely medzi dezinformáciami, misinformationami a zákernými informáciami, ako aj ďalšími blízkymi pojmami k téme fake news nájdete v publikácii Journalism, Fake News & Disinformaton, ktorú vydalo OSN (od strany 44).

Spohr píše, že zavádzanie prostredníctvom dezinformácií môže ovplyvňovať demokratické procesy⁵. Jedným z demokratických procesov sú voľby. V roku 2016 sa konali americké prezidentské voľby, s ktorými je debata o fake news úzko spätá. Štúdia výskumníkov zo Stanfordovej a Newyorskej univerzity napríklad preukazuje, že priemerne Američan bol oveľa viac vystavený pro-Trumpovským

dezinformáciám než tým, ktoré pomáhali Hillary Clintonovej. Samozrejme, otestovať, či dezinformácie skutočne prispeli k víťazstvu Trumpa, je pre výskumné tímy náročnou výzvou.

S nástupom internetu sa stalo šírenie dezinformácií oveľa jednoduchším a rýchlejšim než v minulosti. Založiť si webovú stránku nie je zložitý proces a na sociálnych sieťach je pomerne veľká sloboda v tvorbe a šírení obsahu.

Doposiaľ sme sa s dezinformáciami stretávali najmä v bulvárnych médiách, ktoré za účelom väčšej čítanosti produkujú šokujúce a senzačné informácie o celebritách, pri interpretácii prekrúcajú realitu alebo si jednoducho vymýšľajú. Dnes však musíme čeliť aj novému typu dezinformácií – takému, ktorý podnecuje k nenávisti či extrémizmu a má politický dopad.

Klamlivé informácie pritom nemusia byť produkované len médiami, ale môžu za nimi stáť napríklad politickí predstavitelia či vlády štátov, ktoré ich zneužívajú na ovplyvňovanie politického diania. Práve tým majú dezinformácie schopnosť ovplyvniť náš každodenný život⁶.

ČO SÚ HOAXY?

Hoaxy sú poplašné a tzv. reťazové správy, ale tiež satirické informácie a žarty. Typickým príkladom sú správy, ktoré obsahujú výzvu: „Pošli tento e-mail desiatim ľuďom do dnešnej polnoci a splní sa ti želanie.“ Nebezpečenstvo tkvie v tom, že preposielaním takýchto správ ostatní často neskrývajú pôvodného odosielača, čím sa na internete šíri veľké množstvo emailových adries. Tie môžu poslúžiť na šírenie vírusov. Prostredníctvom hoaxov tiež môže byť poškodený jednotlivec a jeho povesť. Častokrát môže ísť o satirický článok, ktorý sa nesprávnym pochopením začne šíriť ako poplašná správa⁷.

„Každý má právo na vlastný názor, ale nemá právo na vlastné fakty.“

D. P. Moynihan

Viac o hoaxoch a ich konkrétne príklady nájdete na fact-checkingovom portáli manipulatori.cz.

³ Allcott and Gentzkow: *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 31, 2017, s. 213

⁴ *Journalism, Fake News & Disinformaton*, UNESCO 2018, s. 44 – 45

⁵ SPOHR, Dominic. 2017. *Fake news and ideological polarization*, s. 155

⁶ GREGOR, Miloš, VEJVODOVÁ Petra a Zvol si info. 2018. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*, s. 46 – 47

⁷ *Gregor a kol.*, 2018, s. 45

ČO JE PROPAGANDA?

Pojem propaganda pochádza z latinského slova *prōpāgāre*, čo znamená rozširovať, rozmnožovať, rozhlasovať. Vo svojich počiatkoch, v 17. storočí, nemal pojem negatívny nády a spájal sa s misijnou činnosťou katolíckej cirkvi. Pred prvou svetovou vojnou nebolo slovo príliš používané. Počas vojny propagandu používali štáty na mobilizáciu vojska, ale i celej populácie, a to prostredníctvom vtedajších médií – plagátov, tlače i rozhlasu. Negatívny význam dali pojmu propaganda až Veľká Británia a USA. Za propagandistické označovali výhradne aktivity Nemecka, ktoré považovali za skazené a podvodné. Vtedy sa zapečatila negatívna konotácia propagandy⁸.

Dezinformácie sú jedným z najefektívnejších nástrojov propagandy, ktorej cieľom je zmiast, zmanipulovať, ovplyvňovať. Ako dezinformácie, tak ani propaganda nie je novodobým fenoménom. S nástupom nových technológií sa síce mení spôsob a efektívnosť jej šírenia, no účel zostáva rovnaký. „*Zmyslom propagandy je pôsobiť na publikum a úmyselne formovať jeho myšlienky, postoje a chovanie s cieľom dosiahnuť reakcie v súlade s úmyslami a potrebami propagandistu.*“⁹

Samotná propaganda nemusí stáť iba na klamstvách. Pražský inštitút bezpečnostných štúdií (PSSI) vysvetľuje, že veľmi účinná je propaganda polopravdivá alebo pravdivá. Propagandisti môžu pravdivé fakty využiť nevyváženým spôsobom alebo ich zasadiť do zavádzajúceho kontextu, čím manipulujú s faktami aj s ich cieľovou skupinou.

Propaganda pôsobí v dvoch rovinách: buď šíri správy s jedným konzistentným videním sveta, a tým pádom chce vzbudiť dôveru v konkrétny uhol pohľadu, alebo propagandista šíri mnohé správy, ktoré si navzájom odporujú. Jeho cieľom je vyvolať v ľuďoch zmätok a neistotu, nepotrebuje nutne presvedčiť ľudí na konkrétne vnímanie skutočnosti.

Viac o propagande a konkrétne online propagande si prečítajte na prvej strane [reportu Pražského inštitútu bezpečnostných štúdií](#).

ČO SÚ KONŠPIRAČNÉ TEÓRIE A PREČO IM VERÍME?

Konšpiračné teórie stoja na presvedčení o sprisahaniach a viere v to, že niekto ovláda naše životy a celý svet, prípadne nám o niektorých udalostiach klame. Existujú konšpirácie o ovládaní sveta (čipovaním, očkovaním), o udalostiach („Teroristický útok na americké Dvojčky 11. septembra 2001 vykonali samotní Američania.“) alebo o historických faktoch („Zem je plochá.“).

Náš mozog funguje tak, že si vysvetľujeme udalosti a javy prostredníctvom vzorcov¹⁰. V globalizovanom svete, plnom súvislostí a prepojení, narastá počet javov, ktoré sú pre nás úplne nové a ktorým nerozumieme. K novým informáciám preto priradujeme podľa vzorca to, s čím sme sa už stretli. Pri zložitých javoch máme tendenciu vysvetliť si veci niečím nadprirodzeným alebo si vzorec vymyslíme a vysvetlíme si ich po svojom. Prepojenia, ktoré konšpiračné teórie odhalujú, sú schopné rovnicu vyriešiť a vysvetliť a my sa z neznáma dostaneme do bezpečnej zóny. Tento pocit bezpečia nám ponúka konšpiračná teória¹¹.

Konšpiračné teórie naberajú na sile vďaka mnohým faktorom. Napríklad vďaka tomu, že ľudia sú v potvrdzovaní svojich názorov predpojatí (*biased*). Sociálni psychológovia to vysvetľujú teóriou motivovaného zdôvodnenia (*motivated reasoning*), podľa ktorej máme tendenciu hľadať informácie

potvrdzujúce naše presvedčenia (*confirmation bias*). Takéto informácie považujeme za dôveryhodnejšie a pôsobivejšie.

Navyše hľadáme protiargumenty k tým vysvetleniam, ktoré sú v protiklade s našimi presvedčeniami (*disconfirmation bias*)¹². Naše myslenie tak samo vytvára živnú pôdu pre konšpiračné teórie, a preto im ľahšie veríme¹³.

Vypočujte si [debatu o konšpiračných teóriách a ich rizikách](#) s výskumníčkou Slovenskej akadémie vied Zuzanou Panczovou v Slovenskom rozhlase.

AKÉ DEZINFORMAČNÉ MÉDIÁ NA SLOVENSKU POZNÁME?

Podľa [analýzy](#) výskumného inštitútu Globsec, skoro tri štvrtiny Slovákov verili v roku 2016 tradičným médiám a 17 percent dezinformačným médiám. Medzi mladými vo veku 19 až 24 rokov však dezinformačným médiám verí takmer 30 percent. Globsec upozorňuje, že tento trend sústavne narastá.

Označeniu média za dezinformačné predchádza náročná fact-checkingová analýza. Overovaniu faktov v alternatívnych médiách sa venuje slovenský projekt [Konšpiratori.sk](#). Jeho prvotným zámerom bolo upozorňovať firmy a inzerentov, že ich reklama sa môže nachádzať na webových stránkach dezinformačných médií, čím pomáhajú ich financovať.

⁸ Gregor a kol., 2018, s. 17 – 18

⁹ Gregor a kol., 2018, s. 15

¹⁰ Gregor a kol., 2018, s. 49

¹¹ Gregor a kol., 2018, s. 49 – 50

¹² Druckman a kol., 2013, s. 59

¹³ Gregor a kol., 2018, s. 50


Projekt však môže slúžiť aj bežným ľuďom, aby si overili, či zdroj ich informácií neprodukuje články so sporným obsahom. Zaradenie do databázy dezinformačných médií robí nezávislá komisia, ktorá mediálny obsah posudzuje na základe nasledujúcich kritérií:

1. šarlatánsky obsah, ktorý je v rozpore s vedeckými faktmi,
2. dezinformácie a propaganda,
3. konšpiračné teórie,
4. násilný a extrémistický obsah, etnická/rasová neznášanlivosť,
5. nerešpektovanie základných zásad novinárskej etiky.


Dosah a relevantnosť dezinformačných médií je však náročné určiť, keďže väčšina z nich nie je súčasťou oficiálneho monitoringu návštevnosti. To, že ich význam netreba podceňovať, preukázal najnovší [report Reuters Institute](#) z Oxfordskej univerzity (z r. 2018), ktorý okrem iného skúmal najdôveryhodnejšie médiá na Slovensku. Do rebríčka sa dostali aj Hlavné správy – ako jediné z dezinformačných webov – a skončili na piatom mieste.

Ďalšie príručky a zaujímavé odkazy k téme filmu:


Denník N (2017): Klamstvá a konšpirácie.
Príručka pre stredné školy.

Klamstvá a konšpirácie 

Denník N (2018): Ako fungujú médiá.

Ako fungujú médiá 


Mediálna príručka Surfařův průvodce po internetu od iniciatívy Zvol si info vašim žiakom a žiačkam prezradí, ako rozoznajú kvalitný zdroj informácií, manipulatívne techniky či manipuláciu obrazovými prostriedkami.

Surfařův průvodce po internetu 


Tipy, jak na internetu nenaletět je materiál spracovaný našou partnerskou organizáciou Člověk v tísni.

Tipy, jak na internetu nenaletět 


Jak učit kontroverzní témata je materiál spracovaný našou partnerskou organizáciou Člověk v tísni.

Jak učit kontroverzní témata 

Fact-checkingový portál Antipropaganda.sk.


Antipropaganda.sk 

Portál e-bezpeci.cz s voľne dostupnými materiálmi pre učiteľov, rodičov i žiakov.

e-bezpeci.cz 

Analýza alternatívnych médií českých prezidentských (2018) a parlamentných (2017) volieb Pražského inštitútu bezpečnostných štúdií.

Prezidentské volby 

Parlamentné volby 

Prehľadná infografika o tom, kto vlastní slovenské (mainstreamové) médiá: český portál MediaGuru (platné v septembri 2018).

Kto vlastní slovenské médiá 

Web Konšpiratori.sk sleduje a hodnotí dôveryhodnosť webov. Eviduje zoznam stránok so sporným obsahom.

Konšpiratori.sk 

Použité zdroje a doporučená literatura:

GREGOR, Miloš, VEJVODOVÁ Petra a Zvol si info. 2018. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!. Brno: CPress. ISBN 978-80-264-1805-4.

SPOHR, Dominic. 2017. Fake news and ideological polarization. Business Information Review [online]. 34 (3), 150-160 [cit. 2018-11-14]. DOI: 10.1177/0266382117722446. ISSN 0266-3821. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266382117722446>

DRUCKMAN, James N., PETERSON Eric a Rune SLOTHUUS. How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation. American Political Science Review [online]. 2013, 107 (01), 57-79 [cit. 2018-11-14]. DOI: 10.1017/S0003055412000500. ISSN 0003-0554. Dostupné z: http://www.journals.cambridge.org/abstract_S0003055412000500