

Témy



Veková kategória



15+

Veľkosť skupiny



do 20 osôb

Čas



60 – 80 MINÚT

27 Pravdivá alebo falošná správa?

Témy: kritické myslenie,
mediálna gramotnosť

- Veková kategória:** 15+
- Počet účastníkov:** do 20 osôb
- Trvanie aktivity:** 60 – 80 minút (celkový čas na aktivitu závisí od veľkosti skupiny)
- Metódy vzdelávania:** skupinová práca, diskusia, reflexia
- Ciele aktivity:**
- rozoznať typ falošnej správy a definovať ho,
 - identifikovať zdroj a spôsob šírenia falošnej správy,
 - všimnúť si príčiny a dopady falošných správ na ľudí a spoločnosť,
 - pomenovať kritériá a zručnosti pre posúdenie dôveryhodnosti správy,
 - zhodnotiť vlastnú úlohu pri šírení falošných správ,
 - diskutovať o možnostiach obmedzenia šírenia fám.
- Materiál:**
- počítač/tablet s pripojením na internet (min. jeden do každej skupiny),
 - rôzne e-maily obsahujúce falošné informácie alebo falošné správy, ktoré je potrebné poslať účastníkom (napríklad z webových stránok, ktoré odhaľujú nepravdivé informácie: <http://www.hoax-slayer.net/>, <https://www.hoax.cz/cze/>, <https://hoax.sk/> a pod.),
 - kópia falošnej správy pre každého člena skupiny,
 - vytlačená Príloha č. 2 ako handout pre každého účastníka,
 - flipchartová tabuľa a papiere, fixky.
- Kľúčové slová:** falošná správa, overenie informácií, analýza správ, dôveryhodnosť médií

Priebeh aktivity:

Odporúčanie pre vedenie aktivity:

Pre lepší priebeh aktivity je vhodné vybrať také falošné správy, o ktorých sa veľa diskutovalo v spoločnosti, aby o nich bolo možné získať dostatok materiálu online formou.

1. V úvode aktivity sa opýtame účastníkov vzdelávania, ako často sa stretávajú so zavádzajúcimi informáciami alebo falošnými správami, či už prostredníctvom

e-mailu alebo na internete všeobecne. Vyzveme ich, aby uviedli niektoré falošné správy, na ktoré si spomínajú. Krátku diskusiu o falošných správach smerujeme k pomenovaniu ich druhov/typov, určeniu charakteristík, k identifikácii cieľov týchto správ a ich dopadov (typológia, ciele a dopady sú uvedené v Prílohe č. 2 tejto aktivity). Ak sa diskusia rozbieha pomaly, môže lektor sám pomenovať niektoré príklady falošných správ, s ktorými sa stretol pri internetovej komunikácii alebo tie, ktoré publikovali médiá. Druhy falošných správ zaznamenáva lektor alebo niektorý z účastníkov na flipchart. Opäť sa k nim vrátíme v závere aktivity.

2. Požiadame účastníkov, aby sa rozdelili do malých skupín (2 – 4 osoby) a každej zo skupín rozdáme kópiu falošnej správy prijatej e-mailom. Ich úlohou je zhromaždiť čo najviac informácií o tejto falošnej správe (najmä prostredníctvom vyhľadávacích nástrojov internetu). Na vypracovanie úlohy majú približne 20 minút. Môžeme zvoliť dva spôsoby pridelenia správ:

- a) zadáme všetkým skupinám rovnakú správu a porovnáme výsledky vyhľadávania,
- b) zadáme každej skupine odlišnú správu a pri prezentácii výstupov každá skupina oboznámi ostatných účastníkov s obsahom riešenej správy.

3. Doplníme inštrukcie o body, na ktoré by mala byť práca s textom zameraná:

- *Zdroj – odkiaľ pravdepodobne pochádza e-mail/fáma;*
- *Spôsob šírenia – to, ako sa šírila zvesť (prostredníctvom internetu, tradičnými médiami), môže zosilňovať nepravdivé informácie;*
- *Príčiny a dopady šírenia správy;*
- *Posúdenie pravdivosti – ako možno informácie obsiahnuté v správe potvrdiť alebo vyvrátiť.*

4. Po uplynutí času stanoveného na prácu sa účastníci stretnú v kruhu, aby sa podelili o svoje zistenia. Počas diskusie by skupina mala klasifikovať rôzne typy falošných správ. Môžu používať kategórie navrhnuté webom <http://www.hoax-slayer.net/> alebo typológiu v Prílohe 2. Požiadame skupinu, aby upresnila svoju definíciu pojmov (typov falošných správ), s ktorými sme pracovali. V prípade potreby definíciu doplní lektor a na záver rozdá účastníkom vytlačené *handouty*.

Záverečný rozbor:

V záverečnej reflexii sa pýtame účastníkov na to, ako by oni sami mohli byť zapojení do šírenia alebo vytvárania fám. Otázky do reflexie:

- *Čo si všímate pri čítaní správ? Čo vám najčastejšie napovie, že správa môže byť falošná?*
- *Čo vám pomáha pozrieť sa na správu objektívne?*
- *Aké sú podľa vás dôveryhodné zdroje?*
- *Stáva sa vám často, že si prečítate iba titulok článku? Kedy to najčastejšie robíte?*
- *Aké sú nástroje na obmedzenie šírenia falošných správ? Kto môže v tomto smere konať?*
- *Čo by ste odporučili vašim známym, ak sa stretnú s falošnou správou?*
- *Čím bola pre vás aktivita prínosná? Čo ste si vďaka nej uvedomili?*
- *Čo bolo v rámci aktivity najťažšie/najľahšie?*
- *Urobili by ste teraz niečo inak?*

Zdroj: Táto aktivita bola upravená pomocou nástroja „Educaunet“, vzdelávacieho nástroja o rizikách na internete: www.educaunet.be.

VASLIN N., THERER S. A kol., *liaisons – a toolkit for preventing violent extremism through youth information*. ERYICA, 2018. ISBN 978-2-9199519-7-0

PRÍLOHA

Príloha č. 1

Príklad falošnej správy a jej rozriešenia (ako úloha pre jednu skupinu účastníkov)

Text falošnej správy: Takto sa americkí senátori štátov Arizona a Južná Karolína bratříčkujú s teroristickým vodcom Usámom bin Ládinom. Na jednej strane reči o boji s terorizmom, no na druhej strane má vždy prednosť obchod pred morálkou.

Rozriešenie (na čo by mohli účastníci prísť): Aj keď mnoho ľudí smútilo nad senátorom Spojených štátov amerických za Arizonu Johnom McCainom (25. augusta 2018), určitá skupina používateľov sociálnych médií zdvojnásobila svoje úsilie o zničenie dedičstva bývalého zákonodarcu. Táto nepravdivá informácia sa šírila na konšpiračných fórach a na sociálnych sieťach. Ide o zmanipulovaný obsah správy. Nižšie je **skutočná fotografia**, na ktorej stoja obaja senátori pri prezidentovi Afganistanu, Hamidovi Karzaiovi. Možnými **dôvodmi** pre vytvorenie a šírenie správy mohli byť: politická diskreditácia, politická propaganda, nepodarený vtip na základe vonkajšej podobnosti účastníka stretnutia. **Možné dopady:** znechutenie verejnosti, podpora nezájmu o politiku, podpora nenávistných prejavov voči príslušníkom iných národov/cudzincom. **Posúdenie dôveryhodnosti:** Obrázok sa dá vyhľadať na rôznych internetových stránkach s úplne odlišným popisom udalostí (druh stretnutia, miesto stretnutia a pod.), čo naznačuje, že správa nie je dôveryhodná. Zároveň možno obrázok nájsť na stránkach odhaľujúcich falošné správy, ktoré upozorňujú na falzifikáciu tejto fotografie.



Zdroj informácie o falošnej správe: 6 nástrojov ako identifikovať falošné správy a konšpirácie, AKČNÉ ŽENY [online]. [cit. 2021-05-02], Dostupné na: < <https://akcnezeny.sk/6-nastrojov-ako-identifikovat-falosne-spravy-a-konspiracie/> >

Príloha č. 2

Typológia falošných správ

Aký je najčastejší cieľ falošných správ?

- zmeniť niekoho názor alebo politické presvedčenie,
- zabaviť sa, vystreliť si z ľudí,
- snaha o vyjadrenie vlastného názoru alebo vnímania sveta, prejavy ega,
- peniaze (z reklám),
- moc, propagácia a manipulácia (vzbudiť pochybnosti, nedôveru, strach).

Čo spôsobujú falošné správy?

Výsledkom je strata dôvery značnej časti verejnosti v médiá, fakty, vedu a demokratické princípy. Často vedú k rozdeleniu spoločnosti a izolujú ľudí do takzvaných informačných bublín. V nich čítame články, sledujeme správy a ľudí a komunikujeme najmä s tými, s ktorými si vymieňame podobné názory.

Typy falošných správ v tlačенých a elektronických médiách:

a) **Vymyslený obsah správy:** obsah je úplne nepravdivý a jeho cieľom je klamať a niekomu uškodiť.

b) **Propaganda:** využíva ľudské vášne, strach a nenávisť. Zvykne tiež vytvárať dojem, že je morálne nad vecou a obhajuje akýsi vyšší cieľ. Služí na šírenie politického presvedčenia alebo ideológie. Je útočná, neštíti sa osobných útokov ani vymysleného obsahu, snaží sa o zmenu politickej mienky napríklad aj hľadaním rôznych konšpiračných prepojení.

c) **Zmanipulovaný obsah správ:** reálny obsah informácie alebo obrázka je upravený.

d) **Skreslený výber správ:** priťahujú nás správy, ktoré potvrdzujú naše vlastné presvedčenie. Technologické firmy (Facebook, Google a pod.) poznajú náš vkus, politické presvedčenie, to, čo máme a nemáme radi a zobrazujú nám preto také správy, o ktorých si myslia, že sa nám budú páčiť. A to bez ohľadu na to, či sú tieto správy pravdivé alebo úplne falošné.

e) **Clickbait (klikacia pasca):** ide o typ online článku alebo webovej stránky, ktorá používa titulok zveličujúci informácie, vytvára a šíri rôzne škandály a senzácie. Typický titulok *clickbaitu* sa snaží vzbudiť pozornosť a zvedavosť čitateľa, ale neposkytne dostatok informácií o téme, čitateľ je preto motivovaný kliknúť na link vedúci k ďalšiemu obsahu. Tvorca takýchto článkov následne získava príjem z reklám.

f) **Zavádzajúce titulky:** aj správy, ktoré nie sú úplne nepravdivé, môžu byť skreslené – so zavádzajúcimi alebo senzaciechtivými titulkami. Takéto typy správ sa často rýchlo šíria na sociálnych sieťach. Väčšina ľudí si celý článok neprečíta, zostane v nich však pocit z titulu a to, čo z jeho obsahu (často nesprávne) pochopili.

g) **Lajdácka novinárčina:** médiá niekedy uverejnia správy s nespoľahlivými informáciami alebo bez dostatočného overenia zdrojov a informácií. Tým zavádzajú svoje publikum.

h) **Paródia a satira:** sú to články, ktoré sú od základu vymyslené – akoby prvoaprílové žarty. Ich cieľom je zabaviť publikum, parodovať konšpiračné médiá a zabávať sa na tom, ako jeho obsahu niektorí naletia a ďalej ho šíria.

i) **Hoax:** podvod, žart, mystifikácia. Na internete ide obvykle o elektronicky šírenú správu, ktorá varuje prijímateľov pred rôznymi vymyslenými nebezpečenstvami, prosí o pomoc alebo sa snaží pobaviť. Hoax často obsahuje aj výzvu na ďalšie šírenie.

j) **Ďalšie druhy klamlivých správ:** klamlivé statusy (známych osobností), hromadné reťazové e-maily, lži v diskusných fórach, klamlivé videá.

Zdroj informácií v prílohe:

ZAJAC, L., *Falošné správy a hrozby internetu, Manuál (nielen) pre seniorov*, Transparency international Slovensko, ISBN: 987-80-89791-16-3, Dostupné na: <https://transparency.sk/wp-content/uploads/2020/03/TISK_Fake_News_manual_WEB.pdf>