

Témata



Věková kategorie



15+

Velikost skupiny



až 20 osob

Čas



60 – 80 Minut

27 Pravdivé, nebo falešné zprávy?

Témata: kritické myšlení,
mediální gramotnost

- Věková kategorie:** 15+
- Počet účastníků:** až 20 osob
- Doba trvání aktivity:** 60 – 80 minut (celkový čas na aktivitu závisí od velikosti skupiny)
- Metody školení:** skupinová práce, diskuse, reflexe
- Cíle aktivity:**
- rozpoznat druh falešných zpráv a definovat ho,
 - identifikovat zdroj a způsob šíření falešných zpráv,
 - upozornit na příčiny a dopady falešných zpráv na lidi a společnost,
 - vyjmenujte kritéria a dovednosti pro posouzení důvěryhodnosti zprávy,
 - zhodnotit svou vlastní roli v šíření falešných zpráv,
 - diskutujte o způsobech, jak omezit šíření fám.
- Materiály:**
- počítač/tablet s připojením k internetu (min. jeden na skupinu),
 - zasílání různých e-mailů obsahujících nepravdivé informace nebo falešné zprávy účastníkům (například z webových stránek, které odhalují nepravdivé informace <http://www.hoax-slayer.net/>, <https://www.hoax.cz/cze/>, <https://hoax.sk/> atd.),
 - kopie falešné zprávy pro každého člena skupiny,
 - vytiskněte přílohu 2 jako leták pro každého účastníka,
 - flipchartová tabule a papíry, fixy.
- Klíčová slova:** falešné zprávy, ověřování informací, analýza zpráv, důvěryhodnost médií

Průběh aktivity:

Doporučení pro řízení aktivity:

Pro lepší provádění činnosti je vhodné vybrat takové falešné zprávy, o kterých se ve společnosti hodně diskutuje, aby o nich bylo možné získat dostatek materiálu v online podobě.

1. Na začátku aktivity se účastníků zeptáme, jak často se setkávají se zavádějícími informacemi nebo falešnými zprávami, ať už prostřednictvím e-mailu nebo

obecně na internetu. Vyzýváme je, aby vyjmenovali některé falešné zprávy, na které si vzpomenu. Krátká diskuse o falešných zprávách je zaměřena na pojmenování druhů falešných zpráv, určení jejich charakteristik, identifikaci cílů těchto zpráv a jejich dopadů (typologie, cíle a dopady jsou uvedeny v příloze 2 této aktivity). Pokud diskuse vážne, může lektor uvést několik příkladů falešných zpráv, se kterými se setkal v internetové komunikaci, nebo které zveřejnila média. Typy falešných zpráv zaznamená lektor nebo jeden z účastníků na flipchart. Na konci aktivity se k nim ještě vrátíme.

2. Požádáme účastníky, aby se rozdělili do malých skupin (2–4 osoby) a každé skupině předali kopii falešné zprávy, kterou obdrželi e-mailem. Jejich úkolem je shromáždit co nejvíce informací o těchto falešných zprávách (zejména prostřednictvím internetových vyhledávačů). Na splnění úkolu mají přibližně 20 minut. Můžeme zvolit dva způsoby přiřazování zpráv:

- a) zadáme všem skupinám stejnou zprávu a porovnáme výsledky hledání,
- b) přidělí každé skupině jinou zprávu a při prezentaci výstupů bude každá skupina informovat ostatní účastníky o obsahu řešené zprávy.

3. Pokyny doplníme o body, na které je třeba se při práci s textem zaměřit:

- *Zdroj – odkud e-mail/fáma pravděpodobně pochází;*
- *Způsob šíření – způsob, jakým byla zpráva šířena (prostřednictvím internetu, tradičních médií), může zesílit nepravdivé informace;*
- *Příčiny a dopady šíření zprávy;*
- *Posouzení pravdivosti – jak lze informace obsažené ve zprávě potvrdit nebo vyvrátit.*

4. Po uplynutí času vyhrazeného pro práci se účastníci sejdou v kruhu a podělí se o své poznatky. Během diskuse by skupina měla klasifikovat různé druhy falešných zpráv. Mohou použít kategorie navržené na webu <http://www.hoax-slayer.net/>, nebo typologie v příloze 2. Požádáme skupinu, aby upřesnila definici pojmů (druhů falešných zpráv), se kterými jsme pracovali. V případě potřeby lektor doplní definici a na konci přednášky rozdá vytištěné *letáky*.

Závěrečná analýza:

V závěrečné reflexi se účastníků ptáme na to, jak se oni sami mohou podílet na šíření nebo vytváření fám. Otázky k zamyšlení:

- *Čeho si všímáte, když čtete zprávy? Podle čeho nejčastěji poznáte, že zpráva může být falešná?*
- *Co vám pomáhá dívat se na zprávu objektivně?*
- *Jaké jsou podle vás důvěryhodné zdroje?*
- *Stává se vám často, že si přečtete pouze titulek článku? Kdy to děláte nejčastěji?*
- *Jaké jsou nástroje k omezení šíření falešných zpráv? Kdo může v tomto ohledu jednat?*
- *Co byste doporučili svým přátelům, pokud se setkají s falešnými zprávami?*
- *V čem pro vás byla tato aktivita přínosná? Co jste si díky tomu uvědomili?*
- *Co bylo na této aktivitě nejobtížnější/nejjednodušší?*
- *Udělali byste teď něco jinak?*

Zdroj: Tato aktivita byla upravena s pomocí „Educaunet“, vzdělávacího nástroje o rizicích na internetu: 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

PŘÍLOHA

Příloha č. 1

Příklad falešné zprávy a její řešení (jako úkol pro jednu skupinu účastníků)

Text falešné zprávy: Takto se američtí senátoři ze států Arizona a Jižní Karolína bratříčkují s vůdcem teroristů Usámou bin Ládinem. Na jedné straně se mluví o boji proti terorismu, ale na druhé straně má vždy přednost obchod před morálkou.

Rozřešení (na co mohli účastníci přijít): I když mnoho lidí truchlilo za senátora Spojených států amerických za Arizonu Johna McCaina (25. srpna 2018), jistá skupina uživatelů sociálních sítí zdvojnásobila své úsilí zničit odkaz bývalého zákonodárce. Tyto nepravdivé informace se šířily na konspiračních fórech a sociálních sítích. Jedná se o zmanipulovaný obsah zprávy. Níže je **skutečná fotografie** ukazuje oba senátory stojící vedle afghánského prezidenta Hamída Karzáiho. Možné **důvody** pro vytvoření a šíření zprávy mohly být: politická diskreditace, politická propaganda, nepovedený vtip založený na vnější podobnosti účastníka schůzky. **Možné dopady:** znechucení veřejnosti, podpora nezájmu o politiku, podpora nenávistných projevů vůči jiným národům/cizincům. **Posouzení důvěryhodnosti:** Obrázek lze vyhledat na různých internetových stránkách s naprosto odlišnými popisy událostí (druh schůzky, místo konání atd.), což svědčí o tom, že zpráva není věrohodná. Současně lze obrázek nalézt na stránkách vyvracejících falešné zprávy, které poukazují na falešnost této fotografie.



Zdroj informací o falešných zprávách: 6 nástrojů pro rozpoznání falešných zpráv a konspirací, AKČNÍ ŽENY [online]. [cit. 2021-05-02], dostupné na: < <https://akcnezeny.sk/6-nastrojov-ako-identifikovat-falosne-spravy-a-konspiracie/>>

Příloha č. 2

Typologie falešných zpráv

Co je nejčastějším cílem falešných zpráv?

- změnit něčí názor nebo politické přesvědčení,
- bavit se, dělat si legraci z lidí,
- snaha vyjádřit vlastní názor nebo vnímání světa, projevy ega,
- peníze (z reklam),
- moc, propagace a manipulace (vyvolání pochybností, nedůvěry, strachu).

Co způsobují falešné zprávy?

Výsledkem je ztráta důvěry značné části veřejnosti v média, fakta, vědu a demokratické principy. Často vedou k rozdělení společnosti a izolují lidi v tzv. informačních bublinách. V nich čteme články, sledujeme zprávy a lidi a komunikujeme především s těmi, s nimiž si vyměňujeme podobné názory.

Druhy falešných zpráv v tištěných a elektronických médiích:

a) **Vymyšlený obsah zprávy:** obsah je zcela nepravdivý a jeho cílem je někoho oklamat a poškodit.

b) **Propaganda:** využívá lidských vášní, strachu a nenávisti. Má také tendenci budit dojem, že je morálně nad věcí a obhajuje nějaký vyšší cíl. Slouží k šíření politického přesvědčení nebo ideologie. Je agresivní, nevyhýbá se osobním útokům ani smyšlenému obsahu, snaží se změnit politické mínění, například hledáním různých konspiračních souvislostí.

c) **Zmanipulovaný obsah zpráv:** skutečný obsah informace nebo obrázku je upravený.

d) **Zkreslený výběr zpráv:** přitahují nás zprávy, které potvrzují naše vlastní přesvědčení. Technologické společnosti (Facebook, Google atd.) znají náš vkus, politické přesvědčení, sympatie a antipatie, a proto nám ukazují zprávy, o kterých si myslí, že se nám budou líbit. A to bez ohledu na to, zda jsou tyto zprávy pravdivé, nebo zcela lživé.

e) **Clickbait (klikací past):** jedná se o typ internetového článku nebo webové stránky, která používá titulek k zveličování informací, vytváření a šíření různých skandálů a senzací. Typický titulek *clickbaitu* se snaží vzbudit čtenářovu pozornost a zvědavost, ale neposkytuje dostatek informací o tématu, aby byl čtenář motivován kliknout na odkaz vedoucí k dalšímu obsahu. Tvůrce těchto článků následně získává příjmy z reklamy.

f) **Zavádějící titulky:** i zprávy, které nejsou zcela nepravdivé, mohou být zkresleny – se zavádějícími nebo senzacechtivými titulky. Tyto typy zpráv se často rychle šíří na sociálních sítích. Většina lidí si nepřečte celý článek, ale zůstane jim jen titulek a to, co (často nesprávně) pochopili z jeho obsahu.

g) **Nedbalá žurnalistika:** média někdy zveřejňují zprávy s nespolehlivými informacemi nebo bez dostatečného ověření zdrojů a informací. Tím uvádějí své čtenáře v omyl.

h) **Parodie a satira:** jedná se o články, které jsou od základu vymyšlené – jako aprílové žerty. Jejich cílem je bavit publikum, parodovat konspirační média a bavit se tím, jak někteří lidé propadají jejich obsahu a šíří ho dál.

i) **Hoax:** podvod, žert, mystifikace. Na internetu se obvykle jedná o elektronicky šířenou zprávu, která příjemce varuje před různými imaginárními nebezpečími, žádá o pomoc nebo se snaží pobavit. Hoax často obsahuje výzvu k dalšímu šíření.

j) **Další druhy zavádějících zpráv:** klamavé statusy (celebrit), hromadné řetězové e-maily, lži v diskusních fórech, klamavá videa.

Zdroj informací v příloze:

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>