

BREAK THE CHAIN

PŘÍRUČKA (NEJEN) PRO ŠKOLITELE

JAK ČELIT FAKE NEWS
A DEZINFORMACÍM ONLINE

SE ZAMĚŘENÍM
NA VÝUKU
DOSPĚLÝCH

55+

Autoři, editoři a
projektový team:

Magdaléna Hanáčková, Tereza Pálková, Radka Muchová,
George Papaioannou, Daria Kyslitska, Olivier Rappaport,
Vassilis Korakis, Marta Terroba, Paloma de la Puente, Katerina Tsilili

Partneři projektu:

EDUCENTRUM, Z.Ú. – Česká republika
E-SENIORS: INITIATION DES SENIORS AUX NTIC ASSOCIATION – Francie
KOMICHA LTD – Bulharsko
ATERMON B.V. – Nizozemí
FEDERACION DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LOS MEDIOS (ICMEDIA) – Španělsko
HEARTHANDS SOLUTIONS LIMITED – Kypr

Vydavatel:

EDUcentrum, z.ú.
K Lomu 1056, 252 29 Dobřichovice
Česká republika
E-mail: info@educentrum.cz

Grafický design:

Mgr. MgA. Markéta Horáková

Poděkování:

Ing. Lukáš Hána, Bc. Lucie Nemešová a Mgr. Michaela Hlaváčová za odborné konzultace

Obrázky:

Canva



**Financováno
Evropskou unií**

Název projektu: Break the Chain: Providing ways to fight fake news and disinformation online
Tento projekt je financován za podpory Evropské komise.

Číslo projektu: 2021-1-CZ01-KA220-ADU-000029779
Erasmus+ KA220-ADU-Partnerství pro spolupráci

Za obsah publikace (sdělení) odpovídá výlučně autor. Publikace (sdělení) nereprezentují názory Evropské komise a Evropská komise neodpovídá za použití informací, jež jsou jejich obsahem.

Tato publikace je k dispozici jako otevřený zdroj na základě licence Creative Commons. CC BY-NC 4.0 (Uveďte původ-Neužívejte komerčně 4.0 Mezinárodní).
Více informací: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>



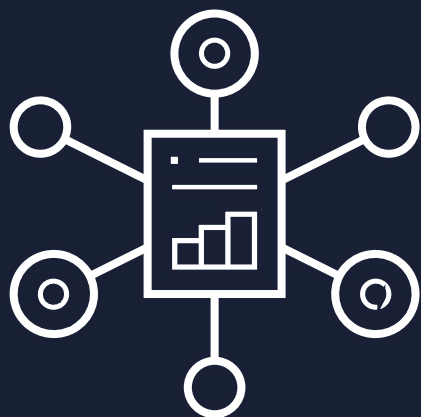
Tato publikace je distribuována bezplatně.
Praha, 2022



**Funded by
the European Union**



OBSAH



Úvod	5
DEZINFORMACE: TEORETICKÁ ČÁST	9
Co je potřeba v boji s dezinformacemi	10
Výsledky dotazníku zaměřeného na aktuální potřeby školitelů	10
Seznam pojmů	12
Nebezpečí dezinformací	14
Historický kontext dezinformací	17
Cíle dezinformátorů	18
Dezinformační techniky	19
Manipulativní triky typické pro dezinformace	20
Role internetu a změny ve světě médií	21
Spolehlivé zdroje	22
Platformy šířící dezinformace	23
Sociální a informační bubliny	25
Klamavá reklama	25
Kognitivní procesy: Jak se náš mozek vypořádává s dezinformacemi	27
Emocionální aspekt	28
Pozitivní narativy	30

SPECIFIKA VÝUKY STARŠÍCH DOSPĚLÝCH

32

Neuroplasticita	33
Neuroandragogika	34
Aktivita a hluboké zpracování informací	35
Co je třeba zohlednit při analýze potřeb	37
Jak plánovat aktivity	31
Více o metodách, které doporučujeme v našich výukových plánech:	39
<i>Využití myšlenkových map</i>	39
<i>Skládačková technika</i>	40
Podpora dospělých v samostudiu s využitím ICT	40
Hybridní/online výuka	41

DEZINFORMACE: PRAKTICKÁ ČÁST

43

Strategická komunikace: Jak předcházet konfliktům a mluvit s lidmi s odlišným názorem	45
Jak poznat fake news	46
5 OTÁZEK k posouzení mediálního obsahu	47
Několik poznámek k obsahu příkladů dezinformací	48
Hodnocení	48

VÝUKOVÉ PLÁNY A TIPY DO VÝUKY

49

Dezinformace: Základní pojmy	51
Pozitivní narativy	56
Stereotypy a konfirmační zkreslení	60
Názor vs. fakt	64
Dezinformační cíle a techniky	68
Zdroje	71
Fotomontáž a manipulace fotografií	73
Řetězová pošta	77
Sociální sítě a umělá inteligence	79
Doporučené odkazy	82
Fact-checking v jednotlivých zemích	85
Zdroje	86



ÚVOD



Úvod

První výstup projektu Break the Chain je určen především školitelům kurzů mediální gramotnosti pro dospělé, příručka však nabízí důležité poznatky o problematice dezinformací všem, kteří se o toto téma zajímají.

Cílem projektu Break the Chain je pomoci dospělým **rozpoznat dopady fake news a dezinformací na naše chování** a najít způsoby, jak tuto situaci změnit. Projekt nabízí **komplexní přístup**, který se zaměřuje na představení všech důležitých poznatků o fake news a dezinformacích, jejich dopadu na naše rozhodování a způsobech, jak je odhalit.

Dezinformační scéna se v posledních letech vyvinula ze spíše obtěžujícího spamu ve vážnou hrozbu, která zásadním způsobem manipuluje veřejným míněním, podkopává demokratický systém a ohrožuje zdraví občanů. Dezinformační kampaně byly dokonce nově zařazeny mezi strategie hybridní války a výzvy následujícího desetiletí.

V každém případě si jak tvůrci dezinformací, tak bojovníci s dezinformacemi uvědomili, jak obrovskou sílu mohou dezinformace v prostředí technologicky vyspělé společnosti mít. Pedagogové zároveň zjišťují, že tento problém nelze vyřešit pouhým školením v oblasti informačních a komunikačních technologií nebo mediální gramotnosti, ale že souvisí i s úrovní **kritického myšlení** občanů, které nelze získat ze dne na den. Důležitou roli hraje také **psychologický rozměr**, který pro pedagogy představuje nemalou výzvu.

Boj s dezinformacemi je vskutku náročná, dlouhodobá a někdy nevděčná práce. O to větší význam má každý pokus, jak situaci zlepšit a pomoci občanům se v problematice zorientovat. Každý takový pokus si zaslouží respekt. Tato příručka by měla sloužit všem statečným školitelům, kteří se na onu cestu vydávají.

Z důvodů vysvětlených v teoretické části příručky doporučujeme pojmut školení o dezinformacích spíše jako **diskusi** než jako kázání lektora. Účastníci by měli pochopit, že školitel je tu od toho, aby jim pomohl uvědomit si, jak jsou dezinformace všudypřítomné, jak neuvěřitelně rychle se šíří, jak mohou škodit a tako to, jak manipulaci předcházet. Diskuse by pak měla vést k **uvědomění si odpovědnosti**, která je s využíváním internetového prostoru spojená.

Většina zemí si dnes nebezpečí fake news a dezinformací uvědomuje a investuje do **vzdělávacích programů** a proškolení veřejnosti. Zaměřují se však především na mládež a školní vzdělávání a chybí zde konkrétní strategie pro starší dospělé a seniory. Proto se náš tým ze šesti evropských zemí rozhodl spojit síly a pomoci dezinformace zbrzdit prostřednictvím vzdělávání zranitelné cílové skupiny **dospělých 55+**, kteří potřebují ještě větší asistenci s technologiemi než mladší generace.

Musíme se smířit s tím, že změnit přesvědčení člověka je dlouhý a náročný proces. Neexistuje však lepší a účinnější způsob než **vzdělávání, trpělivost a vzájemné porozumění**.

Všechny tyto aspekty je třeba brát v úvahu, pokud chceme, aby byl výsledek efektivní. Připravte se na situaci, že práce pedagoga v oblasti dezinformací není jen o předávání znalostí, ale spíše o **vztahu** s vašimi studenty. Izolace a nedostatek komunikace v moderním světě je jedním z důvodů, proč dospělí 55+ podléhají lákavým svodům, které dezinformátoři nabízejí.

Příručka je rozdělena do dvou částí. První se zabývá dezinformacemi z teoretického hlediska, vysvětluje fenomén v historických souvislostech a popisuje současné mediální prostředí. Podstatná část příručky se věnuje cílům a technikám dezinformací. Abychom byli schopni proti dezinformacím bojovat, je nutné pochopit motivy a triky, které se k manipulaci s veřejným míněním používají.

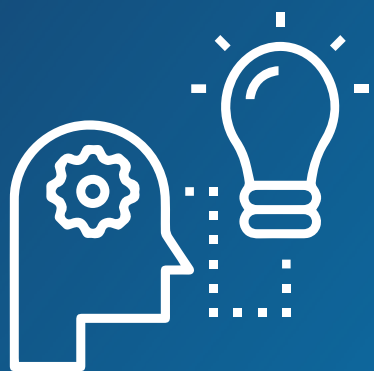
V druhé části nabízíme **příklady výukových plánů** na stěžejní témata a konkrétní tipy, jak efektivně, citlivě a zábavnou formou dospělé vyučovat. Teoretická část je neoddělitelná od části praktické. Školitel by měl být s danou problematikou seznámen alespoň v rozsahu, který uvádíme v této příručce, a měl by být schopen teoretické poznatky aplikovat v praxi. Stejný úkol čeká i účastníky vašich kurzů.

Účelem této příručky je připravit školitele na úkoly a aktivity, které studenty vedou k hlubšímu zpracování získaných informací, k jejich aplikaci v praxi a k jejich integraci v rámci již existujících znalostí a dovedností.

Současně představujeme **digitální nástroje**, které usnadní implementaci příslušných vzdělávacích kurzů a umožní dospělým stát se součástí virtuální výuky.

Příručka rozhodně není určena pouze školitelům mediální gramotnosti. Díky srozumitelné a stručné, i když v případě tématu dezinformací komplexní, teoretické části může sloužit široké veřejnosti jako zdroj pro pochopení základů problematiky nebo třeba pro zodpovězení otázky, jak mluvit s lidmi s odlišným pohledem na svět. Náchylní k dezinformacím jsme ostatně všichni!





DEZINFORMACE TEORETICKÁ ČÁST

DEZINFORMACE: TEORETICKÁ ČÁST

Co je potřeba v boji s dezinformacemi



Vzhledem k nebezpečí, které šíření fake news a dezinformací představuje pro demokratický svět, je zřejmé, že zúčastněné strany ze státního, nevládního a soukromého sektoru musí spojit své síly a do **strategií boje s dezinformacemi** investovat nemalé prostředky.

Přestože vzniká řada nevládních iniciativ, problémem řady zemí je nedostatek fact-checkerů, tedy odborníků zabývajících se ověřováním informací (iCmedia 2022, s. 20). S rychlým rozvojem technologií používají dezinformátoři stále sofistikovanější techniky a odhalení všech dezinformací vyžaduje spoustu času, energie a odborných dovedností. Obecným problémem se zdá být slabá spolupráce státu s fact-checkery a/nebo nedostatek sítí pro ověřování faktů, s výjimkou Nizozemska (iCmedia, 2022, s. 30). Situace vyžaduje **další opatření, nástroje a procesy pro ověřování faktů**.

S množícími se případy, především během voleb, pandemií covid-19 a také na mezinárodní úrovni, jako v případě ruské invaze na Ukrajinu, vzrostla naléhavost, s jakou musí demokracie na dezinformace reagovat. Řada orgánů státní moci proto zavedla opatření, která mají škodlivým aktivitám, jež dezinformace představují, čelit.

Je však zřejmé, že míra vůle regulovat dezinformační scénu se liší – například západoevropské země jako Nizozemsko se proti dezinformacím vymezují aktivněji, svědomitěji dodržují kodexy chování a ve větší míře kriminalizují pokusy o poškozování společnosti ve srovnání se zeměmi bývalého východního bloku, jako je Bulharsko nebo Česká republika (iCmedia, 2022, s. 20–29).

Úloha státu a jeho **regulace dezinformační scény** je však problematická, protože hraničí s **otázkou cenzury**. V civilizované demokratické společnosti nemůže být způsobem boje s dezinformacemi regulace veřejného mínění skrze zákaz svobody slova. Svoboda slova zároveň komplikuje ukládání sankcí vůči dezinformátorům. Nelze nikoho trestat za to, že se zamýšlí nad skutečnostmi a sdílí své názory. Vzhledem k tomu, že rozhodujícím, ale zároveň neuchopitelným faktorem rozdílu mezi mylnou informací a dezinformací je právě **záměr autora**, naprostá většina dezinformací uniká postihu a trestu.

Zdá se tedy, že v tomto náročném boji je nejvíce zapotřebí právě **vzdělávání, trpělivosti a vzájemného porozumění**. Je více než zřejmé, že ochrana občanů před negativním působením dezinformací nespočívá jen v poskytování technologických nástrojů a racionálním vysvětlování. Zejména my, pedagogové, musíme porozumět všem aspektům dezinformací a lidské náchylnosti k nim. Musíme pochopit úhel pohledu našich spoluobčanů a pomoci jim překonat stres z informačního přetížení a chaosu.

To, čeho musíme společnosti pomoci dosáhnout, je zdravý skepticismus – stav mezi dvěma extrémy naprosté důvěřivosti, kdy se lidé nechají snadno zmanipulovat, a absolutní nedůvěry, kdy

již lidé pochybují naprosto o všem. Toto extrémní rozštěpení postojů vede k **polarizaci společnosti** a neschopnosti komunikovat. Je proto důležité studentům ukázat, proč a jak **kritické myšlení** trénovat.

Z tohoto důvodu je také důležité mít na paměti a studentům připomínat, že výchova k mediální gramotnosti a boj s dezinformacemi nejsou založeny na myšlence naučit se, jaké informace či zdroje jsou „dobré“ a „špatné“, ale na rozvíjení dovedností, které účastníkům umožní pravdivost obsahu posoudit a samostatně vyvodit patřičné závěry ohledně jeho věrohodnosti.

Projektem Break the Chain chceme přispět k boji s manipulací a zaměřit se na potřeby školitelů mediální gramotnosti, kterým chceme jejich náročné poslání usnadnit.

Výsledky dotazníku zaměřeného na aktuální potřeby školitelů



Na začátku projektu Break the Chain jsme požádali učitele a školitele mediální gramotnosti ze všech šesti zemí o vyplnění dotazníku zaměřeného na reflexi vzdělávacích postupů a aktuální situace v oblasti fake news a dezinformací, který posloužil jako důležitý podklad pro vypracování této příručky.

Dotazník vyplnilo 116 lektorů mediální gramotnosti ze šesti zemí, z nichž většina pracuje v nevládních organizacích, ale také v centrech pro vzdělávání dospělých,

organizacích zabývajících se mediální gramotností, výzkumných institucích nebo veřejných vzdělávacích zařízeních. Jak vyplývá z naší analýzy, většinou poskytují kurzy pro mladší generace, což je obecný trend, zatímco **kurzy pro dospělé 55+** nejsou tak časté. Zároveň se naprostá většina respondentů shoduje na tom, že počet školení nabízených dospělým není dostatečný, vezmeme-li v úvahu, že se s dezinformacemi setkávají téměř denně. Z výsledků dotazníku také vyplývá, že i školitelé mediální gramotnosti jsou při hodnocení své schopnosti rozpoznat dezinformace opatrní a více než polovina z nich se považuje za náchylné k dezinformacím. Tato zjištění nejsou překvapivá. Ve skutečnosti čím více chápeme principy dezinformací, tím více musíme uznat, jak jsou tyto techniky záluďné a podprahové, jak je těžké s nimi držet krok díky rychlosti technologického vývoje a jak jsme všichni náchylní k dezinformacím, bez ohledu na to, jak zdatní jsme v ověřování faktů, a to z prostého důvodu – jsme lidské bytosti se specifickými kognitivními a emocionálními procesy. Doporučujeme, aby tato skutečnost byla v průběhu školení neustále zdůrazňována.

Pokud jde o otázku týkající se platform, na kterých se respondenti setkávají s dezinformacemi, na špici se drží **sociální sítě**, následuje **televize, e-mail a tištěná média**. Důležitá část dotazníku se týkala metod, nástrojů a nedostatků, které školitelé v současné době při výuce o fake news a dezinformacích používají. Nejoblíbenějšími nástroji jsou vyhledávací aktivity následované využitím různých článků nebo videí. Školitelé mládeže také uváděli online nebo offline hry jako atraktivní a interaktivní nástroj. Vyhledávací aktivity se umístily na předních místech v žebříčku nejoblíbenějších výukových metod, následovány badatelsky orientovanou metodou,

peer-learningovou metodou a kombinovanou metodou. Při dotazu na metody, v nichž by se školitelé chtěli zlepšit nebo se o nich více dozvědět, vede v žebříčku badatelsky orientovaná výuka, a v podobné míře vzbudily zájem i další interaktivní metody, jako jsou vyhledávací aktivity, kombinovaná metoda a peer-learningová metoda. Někteří respondenti také poznamenali, že je vždy obohacující čerpat inspiraci z nových metod, nástrojů a přístupů.

Jako hlavní problémy, se kterými se respondenti v kurzech pro dospělé setkávají, označili nejčastěji **nedostatek metodiky**, dále pak **nedostatečné dovednosti účastníků v oblasti ICT a mediální gramotnosti** a také **nedostupnost zdrojů**. Nemalý počet jako častý problém uvedl také **nedostatek motivace**. Vzhledem k tomu, že nedostatky v této oblasti tvoří důležitou část našeho příspěvku, chceme dát na tomto místě prostor dalším připomínkám. Jedním z problémů kurzů pro dospělé, který zmínili respondenti ze všech zemí, je nedůvěra studentů, jejich hluboce zakořeněná přesvědčení, neochota změnit svůj postoj nebo dokonce neochota účastnit se aktivit. Tým projektu Break the Chain tuto zkušenost považuje za závažnou a věnuje rozsáhlou část příručky psychologickým aspektům práce a také strategickým komunikačním tipům, jak během školení předcházet konfliktům.

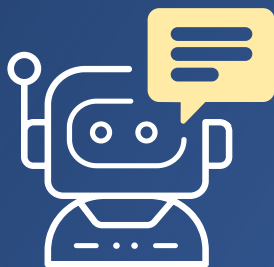
Na otázku týkající se mediální gramotnosti a vztahu dospělých 55+ k dezinformacím ve srovnání s ostatními věkovými skupinami většina respondentů zdůraznila nedostatečné znalosti a dovednosti způsobené tím, že tyto generace nevyrostaly v éře ICT technologií tak jako mladší generace. Dospělí 55+ tak podle nich nemají ani zkušenosti s tak rozmanitou mediální scénou, nerozumějí fungování sociálních sítí a málokdy porovnávají více zdrojů. Zejména respondenti z České republiky dokonce poukazovali na to, že

značné množství dezinformací je sdíleno ústně, od kamaráda ke kamarádovi, nebo zasíláno prostřednictvím e-mailu. Dospělí 55+ byli také charakterizováni jako méně flexibilní co do změny názoru a méně motivovaní učit se novým věcem. Závěry, které z této praxe musíme vyvodit, tedy spočívají v tom, že je třeba zajistit metodiku, která bude obsahovat pojmy, vysvětlení a nástroje, jež budou co nejjednodušší, snadno pochopitelné a vytvoří výukové prostředí, které bude pro účastníky příjemné a bezpečné.

Poslední dvě otázky dotazníku byly zaměřeny na **zkušenosti respondentů se školeními či kurzy na téma dezinformací**. Pouze polovina z nich se v minulosti podobného školení zúčastnila. Postupy, které byly na školení použity, většinou zahrnovaly teoretickou část zaměřenou na pojmy a nebezpečí dezinformací a aktivity týkající se nástrojů pro identifikaci původu a ověřování fotografií a videí, reálných příkladů dezinformačních kampaní a neformálních interaktivních vzdělávacích metod. Školení jim pomohlo začlenit nové nástroje a metody do výuky a uvědomit si, jak důležité je zohlednit **specifika každé skupiny studentů**.

Tým Break the Chain věří, že tato příručka přinese nové pohledy a inspiraci všem školitelům na náročné a spleťté cestě vzdělávání dospělých starších 55 let.

Seznam pojmu



Hned na úvod si shrňme stěžejní pojmy, které se objevují v kontextu dezinformační scény. V průběhu školení by se účastníci měli s těmito výrazy obeznámit a pochopit jejich význam. Úvodní **kvíz, křížovka** nebo jiná zábavná hra týkající se těchto pojmů může sloužit jako úvodní motivační aktivita a zároveň jako důležitý **vstup pro analýzu potřeb**. Je dost pravděpodobné, že vaši studenti budou některé výrazy znát, ale možná bude nutné objasnit význam jiných:

Bot



Počítačový program, který automaticky vytváří **falešné profily** na sociálních sítích a může být naprogramován tak, aby **samostatně šířil, sdílel a komentoval příspěvky**.

Řetězový e-mail



Hromadně přeposílaný e-mail, jehož obsah obvykle tvoří dezinformace, hoaxy, propaganda nebo komerční nabídky a vyzývá k dalšímu přeposílání. Řetězové e-maily mohou obsahovat přílohy s nebezpečnými počítačovými kódy (viry, trojské koně) a e-mailové adresy příjemců mohou být zneužity.

Clickbait



Senzační titulek nebo text, který vyvolává **emocionální odezvu**, někdy doprovázený provokativní nebo lákavou fotografií/videem. Jeho cílem je upoutat pozornost a přimět lidi ke kliknutí na odkazy na konkrétní webové stránky, které často obsahují reklamu. **Ragebait/rage farming** je typ clickbaitu, který vyvolává negativní emoce, jako je hněv nebo strach, s cílem zvýšit sledovanost nebo interakci.

Konspirační teorie

Teorie, která vysvětluje nějakou událost nebo soubor okolností jako **výsledek tajného spiknutí** elitních orgánů, například vlády, tajných služeb nebo ekonomických skupin.

Dezinformace

Mylná informace vytvořená a sdílená se **záměrem úmyslně oklamat** čtenáře/posluchače a cílem **zmanipulovat** nebo **zmást** veřejné mínění.

Elfové

Skupiny lidí, které vznikly v kyberprostoru jako reakce na činnost a vliv trollů. Ověřují informace a bojují proti dezinformacím jejich vyvracením. Na rozdíl od trollích farem není jejich činnost placená.

Fact-checker



Osoba, jejímž úkolem je ověřovat faktické informace, zejména v publikovaných materiálech.

Klamavá reklama



Jakákoli reklama nebo propagace, která zkresluje povahu, vlastnosti, kvalitu nebo zeměpisný původ zboží, služeb nebo obchodních aktivit. Klamavá nebo nepravdivá reklama může vést spotřebitele k nákupu výrobků, které jsou ve skutečnosti padělané, vadné, nebo dokonce nebezpečné.

Fake news



Nový termín pro druh dezinformace, která **napodobuje obsah zpravodajských médií**. Částečně se opírá o věrohodné informace, takže vypadá důvěryhodně, ale tón je spíše senzační.

Hoax



Příklad dezinformace v podobě poplašné řetězové zprávy, která vybízí čtenáře k jejímu dalšímu rozeslání nebo sdílení.

Mylná informace (misinformation)



Nepravdivá informace sdílená **bez záměru oklamat**. Typickým příkladem jsou **městské legendy** – lidové humorné nebo děsivé příběhy, které se staly „známému známého“. Záměrem je sdílet vzrušující příběh se snahou upoutat pozornost, nikoliv oklamat a manipulovat čtenáře/posluchače.

Propaganda



Šíření informací s cílem **záměrně formovat myšlení, postoje a chování veřejnosti** tak, aby reakce byly v souladu se záměry a potřebami propagandisty. Zatímco **bílá propaganda** (= *public relations*) využívá pravdivé a objektivní informace k ovlivnění veřejného mínění (např. očkovací kampaň), nástroji **černé propagandy** jsou dezinformace nebo skandalizace se záměrem poškodit nebo oslabit protivníka (Gregor, 2018, s. 15).

Spam



Nevyžádaná zpráva, obvykle e-mail, masově šířená na internetu. Původně komerční, nyní může obsahovat nejrůznější manipulativní obsah.

Troll



Osoba, která se **účastní internetových diskusí a vyvolává spory, provokuje a uráží** ostatní diskutující, odvádí pozornost od tématu a šíří cynismus a nedůvěru ve vše. Obecně je cílem trollů **manipulovat veřejným míněním a poštvat občany proti sobě**. Někteří to dělají pro zábavu, někteří jsou za tuto činnost placeni.

Trollí farmy



Organizované skupiny trollů, jejichž hlavním úkolem je **produkovat obrovské množství dezinformací a zahlcovat kybernetický prostor**.



Nebezpečí dezinformací



„V případě covidu-19 jsme si velmi rychle uvědomili, že jsme se ocitli v komunikační krizi, v jaké jsme ještě nikdy nebyli.“

(Melissa Flemingová, náměstkyně generálního tajemníka OSN pro globální komunikaci)

Proč je tak důležité zvyšovat povědomí o dezinformacích a poukazovat na jejich zjevná i skrytá rizika?

Moderní metody šíření dezinformací vycházejí z **rozsáhlých znalostí psychologie a kognitivních procesů člověka**. Pomáhají cílit na konkrétní skupinu a umožňují snadnější vstřebávání informací prostřednictvím mechanismů, které si lidé málokdy uvědomují. **Podprahová povaha dezinformací se spolu s nedostatečnou informovaností občanů stávají slabinou, která podkopává odolnost společnosti.**

Dezinformace již nejsou jen doménou senzacechtivého bulváru, který láká čtenáře na pikantní příběhy ze života celebrit. Cíle se staly dalekosáhlejšími a techniky méně dešifrovatelnými. Čelíme dezinformačním kampaním, které mohou **nebezpečně ovlivnit naše myšlení, šířit falešná obvinění, strach, nenávist a vést k extremistickým tendencím ve společnosti.**

Jedním z nedávných příkladů toho, jak dezinformace **podněcují negativní emoce** a vedou k **extremistickým důsledkům**, je povstání a útok na americký Kapitol v lednu 2021. Odborníci tvrdí, že toto radikální a agresivní chování je přímým důsledkem nepřetržitého bombardování dezinformacemi, které začalo před prezidentskými volbami. Tato technika je podobná propagandě takzvané „Velké lži“, která se běžně používala v historii, například ji uplatňoval nacistický propagandista Goebbels před 2. světovou válkou a během ní, ale nikdy nebyla tak účinná jako v době, kdy se nástrojem šíření stal internet. V podstatě se dezinformátorům podařilo přesvědčit velkou část Trumpových voličů, že ve skutečnosti volby vyhrál Trump, že došlo k volebnímu podvodu a že je občanskou povinností lidí bojovat proti nespravedlnosti (Rash, 2021).



Zdroj: Just Security



Marjorie Taylor Greene for Congress
Yesterday at 1:59 PM · Public

#StopTheSteal
Sign your Official STOP THE STEAL PETITION!
-- Marjorie

STOP THE BIDEN STEAL!
SIGN YOUR PETITION NOW

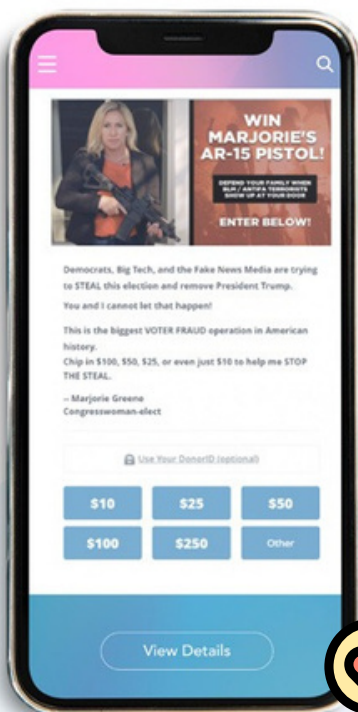
MARJORIETAYLORGREENE.COM
STOP THE STEAL - SIGN THE OFFICIAL PETITION

Election officials follow strict rules when it comes to ballot counting, handling and reporting.
Source: Bipartisan Policy Center
[See Election Updates](#)

225 Comments 363 Shares



Source: Just Security



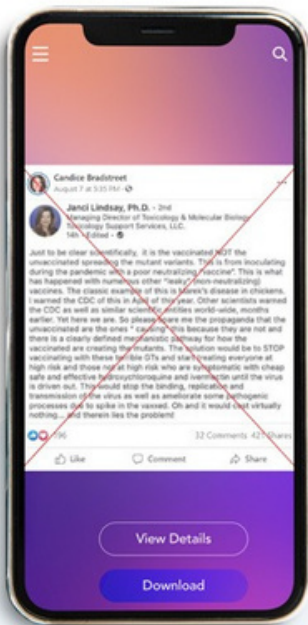
Source: Just Security



Dezinformace také představují hrozbu pro **ochranu zdraví, životního prostředí a bezpečnost občanů EU**. V současné době se tento problém ukázal jako obzvláště nebezpečný a škodlivý v souvislosti s covidem-19, který byl nejen pandemií, ale také „infodemí“ (Sádaba & Salaverria, 2022) nebo „dezinfodemí“.

Pokusů narušit oficiální poznatky, prohlášení a doporučení týkající se pandemie **covid-19** bylo mnoho. Témata se týkala **původu a šíření viru** (svalování viny na síť 5G, výrobce chemických zbraní nebo jiné subjekty), **nepravdivých a zavádějících statistik** spojených s výskytem nemoci a úmrtností, **ekonomických dopadů** (záměrná izolace občanů, podvody s cílem ukrást osobní údaje), **diskreditace novinářů a důvěryhodných zpravodajských médií**, **nebezpečných dezinformací o prevenci, diagnostice a léčbě** (např. pití kravské moči, aby se virus nedostal do plic), **politizace** (jednostranné informace s cílem popřít význam faktů nepohodlných pro aktéry u moci nebo informace cíleně zavádějící za účelem politického prospěchu) nebo **dezinformace zaměřené na celebrity** včetně nepravdivých příběhů. (Posetti, 2020) Dezinformátoři zneužili nejistoty, kterou globální problém pandemie covid-19 vyvolal, a který je pro tyto účely ideálním tématem, a neváhali ohrozit zdraví a bezpečnost spoluobčanů.





Dezinformace zaměřená na očkovanou populaci. Vyvráceno AFP.
Zdroj: <https://www.afp.com/en>

Dezinformace se také staly nebezpečnou zbraní používanou ve **strategiích hybridní války**. V roce 2022 NATO poprvé vzhledem ke konfliktu na Ukrajině zařadilo „dezinformační kampaně, instrumentalizaci migrace a manipulaci s dodávkami energie a využití ekonomického nátlaku“ mezi strategie a výzvy hybridní války v následujícím desetiletí (González, 2022).

S klesající důvěrou v mainstreamová média a rostoucí silou dezinformací je vážně **ohrožena samotná demokracie**. Demokratický systém je založen na hlasu veřejnosti. Jakmile však nedokážeme veřejnost ochránit před manipulací, která by ji vedla ke škodlivým rozhodnutím, ztrácí demokracie na významu a my dobrovolně přijímáme nadvládu překroucených faktů a vypočítavých lží.

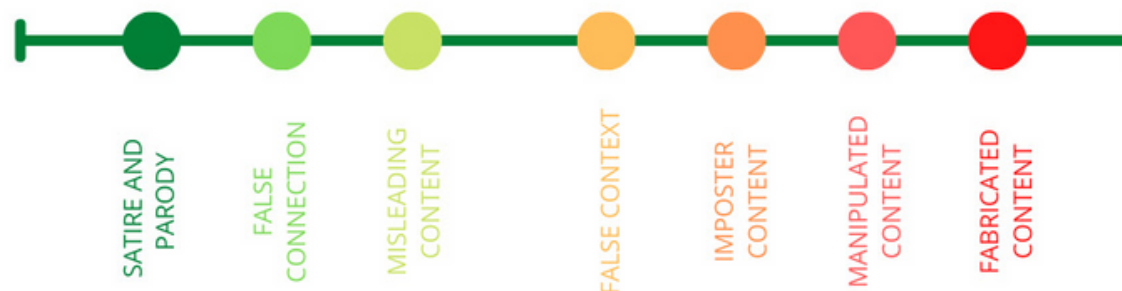
A přestože je internet neuvěřitelně bohatým zdrojem informací z celého světa a dává prostor každému, kdo chce sdílet své myšlenky, algoritmy na internetu nakonec vedou k **izolaci v informačních bublinách**, o nichž bude řeč v následujících kapitolách. V důsledku toho hrozí společnosti **polarizace, rozpad jednoty**, kdy je každá strana přesvědčena o své „pravdě“ a myslí si, že protistrana je slepá vůči tomu, co je zřejmé. Polarizace je vážným problémem, protože společnost bez schopnosti nalézt **kompromis** je snáze manipulovatelná.

Příliv a rychlost informací může také nakonec vést k **neochotě věřit čemukoliv a komukoli**. A společnost bez vize, víry a pocitu bezpečí je společnost slabá. Na druhou stranu tento stav dezinformátorům stačí. Chaos je pro ně živnou půdou, protože jsou připraveni poskytnout „jasné odpovědi“ a manipulovat společnost svou „jedinou pravdou“.

Různé typy dezinformací mají samozřejmě různou míru potenciálního rizika pro společnost. Níže si můžete prohlédnout stupnici zachycující typy mylných informací a dezinformací s ohledem na škody, které mohou způsobit.

LOW HARM

HIGH HARM



Zdroj: převzato z Wardle, 2019.

SATIRA A PARODIE

Bez úmyslu způsobit škodu, ale s potenciálem oklamat a zesměšnit. Původně umělecká forma, která nepředstírá pravdivost, ale má komentovat společenské problémy a pobavit. Na stupnici škodlivosti se vyskytuje z toho důvodu, že někdy může být **mylně považována za skutečnost**. Dezinformátoři se také rádi hájí tím, že šlo o satiru, která neměla být brána vážně, a maskují tak své skutečné záměry.

FALEŠNÁ SOUVISLOST

Když titulky, vizuály nebo popisky neodpovídají obsahu. Typickým příkladem jsou clickbaity, které se snaží dostat obsah k co nejširšímu publiku. Na stupnici škodlivosti se řadí spíše níže, ale kazí pověst seriózní žurnalistiky.

KLAMAVÝ OBSAH

Zavádějící použití informací k vykreslení určitého problému nebo osoby. Mezi typické techniky patří například uvádění neúplných citací nebo statistik tak, aby odpovídaly záměru nebo rozhodnutí o něčem neinformovat, protože by to podrývalo argumentaci.

FALEŠNÝ KONTEXT

Když je obsah spojen s **falešnými souvislostmi**. Typickým příkladem je fotografie zobrazující jinou událost, čas a místo, než je uvedeno v popisku.

PODVODNÝ OBSAH

Když jsou zneužita známá loga nebo jsou zprávy vydávány za dílo známých osobností a žurnalistů.

MANIPULOVANÝ OBSAH

Když je informace nebo obrazový materiál manipulován tak, aby klamal. Část skutečného obsahu je pozměněna. Týká se to nejčastěji fotografií nebo videí.

SMYŠLENÝ OBSAH

Nový obsah, který je **100% nepravdivý**, vymyšlený a určený k oklamání a poškození.

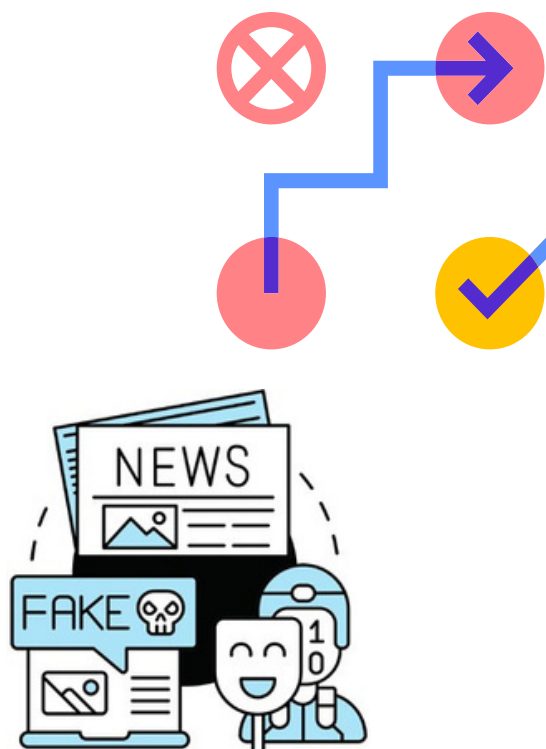
Všudypřítomnost dezinformací se netýká jen těch, kteří jim věří, ale bohužel se týká nás všech. Jak již bylo řečeno, cílem nemusí být prosadit opačný názor. **Zahlcení veřejného prostoru** dezinformacemi, s nimiž se náš mozek musí vypořádat, vede k **paralýze našeho kritického myšlení**. I když budeme považovat dezinformaci za bizarní, jedna po druhé vyčerpají naši schopnost kritického myšlení, protože náš mozek bude, řekněme, unavený a rezignuje na hledání pravdy. Když je kritické myšlení paralyzováno, často se uchylujeme k podvědomě vtištěným „argumentům“, jinými slovy k **přesvědčením**, které jsou cíleně formovány dezinformacemi.

Techniky a formy dezinformací jsou komplexní a budou podrobně popsány na následujících stránkách.

Historický kontext dezinformací



Ačkoli je tento termín poměrně nový, dezinformace jsou součástí naší společnosti **od samého počátku civilizovaného světa**. Rysy **propagandy**, původně využívané především ve **válce**, byly zaznamenány již ve starověku. Když člověk pochopil, jak funguje lidský mozek a emoce, mohl manipulovat s veřejností tak, aby dosáhl jakýchkoli svých záměrů a cílů bez ohledu na to, zda jsou pro společnost prospěšné, nebo škodlivé. Zde je několik známých příkladů použití dezinformací v historii:



Alexandr Veliký je známý tím, že podporoval kult své osobnosti prostřednictvím soch a básní a ražby mincí se svým portrétem, což bylo v té době výsadou vyhrazenou bohům a bájným hrdinům, jako byl Herkules. Pro zvýšení morálky svých vojáků také fingoval „zjevení“, jako byl had s maskou člověka v dálce, který měl vojáky přesvědčit, že jde o Asklépia, boha léčitelů zjevujícího se v hadí podobě, a oni se tak nemají obávat zranění v bitvě.

Po více než tisíc let používala nejsilnější propagandu **církev**. Jedním z vrcholů byly křížové výpravy v 11. století, kdy se papeži Urbanovi II. podařilo vojáky na první křížovou výpravu nalákat slibem, že těm, kteří se k ní připojí, odpustí hříchy. Kněží běžně šířili informace o zvěrstvích, kterých se měli muslimové dopouštět na poutnících, jako kastrování, stínání hlav nebo vyvrhnutí, aby věřící měli záminku k boji proti nevěřícím.

Historie ukazuje, jaké ničivé důsledky měly dezinformace během **druhé světové války**. Nacisté neustále zdůrazňovali své teorie o nadřazenosti germánské rasy a ostatní etnické či politické skupiny byly vykreslovány velmi negativně. Mediální boom v podobě novin, rozhlasu a televize zprostředkoval tyto myšlenky široké veřejnosti a všichni víme, jak tragický výsledek to přineslo Židům a dalším zasaženým skupinám.

Desetiletí **studené války** mezi USA a Sovětským svazem ukázala, jak důležité je oddělení vlastnictví médií a politické moci. Východní i západní blok manipuloval svými občany tím, že předkládal černobílý svět: my – obránci všeho dobrého, a oni – zlí nepřátelé. Propaganda studené války byla založena na **vyvolávání strachu, nálepkování a démonizaci** na obou stranách a fungovala, i když z našeho pohledu byla ještě poměrně naivní a rozpoznatelná.

Dalším fenoménem, který je často spojován s dezinformacemi, jsou **konspirační teorie**, v podstatě příběhy o spiknutí. Ukazující nám, jak dezinformátoři využívají mechanismy lidského mozku, které si málokdy uvědomujeme. Obvykle jsou založeny na skutečnosti, která je vytržena z kontextu a překroucena nebo upravena. Zatímco v minulosti konspiračním teoriím podléhal malý počet obyvatel a většina se jim vysmívala, nyní se konspirační teorie staly **součástí mainstreamové kultury**.

Ačkoli se jejich obsah liší v závislosti na **aktuálních problémech**, podstatou je vždy přesvědčení, že naše životy řídí někdo jiný, a to z různých důvodů (moc, peníze, snížení porodnosti apod.) nebo jsme přinejmenším obětí lží. Absurdní je, že konspirátoři v podstatě obviňují jiné z toho, o co se sami snaží. Tím, že nejprve najdou „pachatele“, odvádějí pozornost od sebe samých a svých nekalých záměrů.

Příklady konspiračních teorií:

- Země je placatá a historie je podvrh.
- Svět ovládá privilegovaná elitní skupina (reptiliáni, ilumináti, George Soros...).
- Chemtrails nejsou stopy kondenzované páry, ale chemický postřik, který může způsobit závažné následky (sterilizace, manipulace s počasím, šíření chřipky...).
- Pedofilní gang Hillary Clintonové zneužívá a zabíjí děti ve sklepech pizzerie.
- Bill Gates je zodpovědný za covid-19 a chce ovládat populaci pomocí mikročipových implantátů obsažených ve vakcíně.

Zdroj: manipulatori.cz

Dezinformace tedy nejsou nic nového pod sluncem. Nyní však mají jejich tvůrci k dispozici nástroj, který nemá v historii médií obdoby a který jim vyřešil problém, jak dezinformace dostat k co nejširšímu publiku – **internet**. Téměř neomezená svoboda slova a možnost sdílet obsah na sociálních sítích nebo prostřednictvím e-mailu se staly výzvou a temnou stránkou tohoto masmédia. Obsah neprochází procesem ověřování jako v tradičních médiích a tvůrci dezinformací záměrně ignorují zásady seriózní žurnalistiky. Tuto skutečnost samozřejmě prezentují jako výhodu ve srovnání s tradičními „cenzurovanými“ médii, která v jejich podání tají pravdu. Cílem dezinformací a fake news však není informovat, ale zmást, zahltit informacemi a vnutit nám, co si máme myslet.

Cíle dezinformátorů



Žijeme ve světě, kde je ovlivňování druhých běžné: reklama, public relations, dokonce i politika a diplomacie jsou založeny na **síle vlivu** a informace jsou jejich legitimním nástrojem. Dezinformátoři předstírají, že jednají stejným způsobem, nicméně k dosažení svých cílů **záměrně používají lež**.

Obecně řečeno, společným cílem dezinformací je **šířit vliv a bránit veřejnosti v informovaném a rozumném úsudku**. Důvody mohou být různé, stejně jako závažnost škod způsobených společností. Dezinformátoři velmi často kombinují techniky a cíle, aby dosáhli co největšího účinku a zůstali nepředvídatelní. Proto je důležité motivům a principům dezinformací porozumět (Vládní komunikační služba).

Cíle dezinformátorů mohou být následující:

DŮVOD / CÍL DEZINFORMACE	FUNKCE
Ekonomické důvody	Cílem je finanční zisk . Typickým příkladem jsou clickbaity . Jelikož se dosah reklamy na internetu posuzuje podle počtu kliknutí, tvůrci clickbaitů použijí jakékoli účinné metody, aby donutili čtenáře kliknout.
Přechytračení systému	Cílem je získání respektu nebo osobní výzva být chytřejší než systém. Hacknutí kritických systémů, únik důvěrných materiálů, zneužití algoritmů nebo jiných digitálních systémů jsou obvykle sekundární dopady.
Diskreditace	Cílem je ovlivnit důvěryhodnost, spolehlivost a pověst určité osoby či organizace . Prostřednictvím lží nebo překroucené pravdy se dezinformátoři snaží zdiskreditovat oběť a otrástit veřejným míněním. Je to bohužel nejčastější cíl dezinformací a doplňuje další záměry, jako je polarizace společnosti a ovlivňování informací .
Polarizace	Cílem je rozdmychat konflikty a zintenzivnit je . Taktika je provokovat obě strany sporu, aby nezbyl prostor pro konstruktivní umírněný kompromis. Trollové a boti se chytají citlivých témat (migrace, očkování atd.) a místo konstruktivního dialogu vyvolávají konflikty. Je všeobecně známým faktem, že rozdělená společnost je snáze manipulovatelná.
Podkopávání národní prosperity a bezpečnosti	Cílem je poškodit pověst státních institucí a představitelů a podpořit cíle zahraniční politiky nepřátelského státu. Důsledky jsou podobné jako u polarizace – nedůvěra v autority , názorově rozdělené obyvatelstvo, které není schopno dosáhnout kompromisu, a narušování spojenectví (a tím i moci) států.

Zde je důležité zdůraznit, že zejména u cíle **diskreditace, polarizace a podkopávání národní prosperity a bezpečnosti** není cílem přesvědčit veřejnost o opačné „pravdě“ a plně dezinformaci akceptovat. Snahou je spíš **zahltit**

prostor takovým množstvím informací, aby mozek jednoduše rezignoval a stal se nedůvěřivým ke všemu a všem. Opět platí, že je to živná půda pro manipulaci.

Dezinformační techniky



Existuje tolik příkladů různých způsobů manipulace s obsahem, že je téměř nemožné shrnout je do jedné zásady. Jednodušší je techniky rozdělit a popsat samostatně, aby vašim studentům bylo zřejmé, s jakými problémy se potýkáme.

Techniky by se daly shrnout do základního modelu nazvaného **FIRST**:

1.

Falešný obsah – manipulovaný obsah, např. fotografie upravené ve Photoshopu nebo padělané dokumenty.

2.

Identita – falešný nebo neuvedený zdroj, falešné profily na sociálních sítích, anonymní autor.

3.

Rétorika – tendenční, provokativní nebo nepravdivé argumenty.

4.

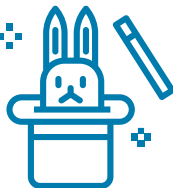
Symbolika – využití symbolické hodnoty událostí, např. teroristické útoky, nacismus apod.

5.

Technologie – využívání technologických výhod, např. botů zesilujících dopad příspěvků apod.

Stejně tak jako může mít dezinformace vícero cílů, platí to i o technikách. Jsou použity tak, aby byl jejich obsah co nejvíce přesvědčivý. Pojďme se podívat na jednotlivé triky.

Manipulativní triky typické pro dezinformace



Upozorněte studenty, že dezinformátoři jsou vyškolení profesionálové, kteří používají osvědčené metody založené na vědeckém výzkumu lidského mozku a kognitivních procesů. Při posuzování informací bychom měli dávat pozor na typické znaky manipulativních tendencí:

Cílem dezinformace je vyvolat ve čtenářích emoce (strach, hněv, odpor, averzi, výsměch, soucit, touhu po bohatství...), které vypnou racionální myšlení. K podněcování emocí se používají výrazy s negativní konotací (nacisté, šváb...) Fake news je v podstatě žánr bulvární žurnalistiky, který těží z naší tendence nechat se přitahovat skandály, senzacemi, zločiny, příběhy, cizím neštěstím – v podstatě čímkoliv, co lze prezentovat **emocionálně**.

Konfirmační zkreslení je funkce lidského mozku, která bude podrobněji popsána v kapitole o kognitivních procesech. I když tomu dezinformátoři sami nemusí věřit, budou záměrně říkat to, co si cílová skupina myslí (a tedy chce slyšet).

Využívání a posilování **stereotypů**. (Např. muslimové jsou teroristé, Romové zneužívají sociální dávky apod.)

Stereotypy nejsou ve své podstatě špatné. Pomáhají nám orientovat se ve složitém světě tím, že vlastnosti věcí, událostí nebo osob zjednodušují a přiřazují jim určitou kategorii. Vždy však musíme mít na paměti, že zobecňování může být nebezpečné a že nic není černobílé. NE VŠICHNI muslimové jsou radikální fundamentalisté a NE VŠICHNI Romové zneužívají sociální dávky. Tvzením bychom mohli poškodit ty, kteří se snaží stereotyp vyvrátit. Skutečný problém nastává, když stereotypy jiné osoby **dehumanizují**, což může nakonec vést k diskriminaci a násilí. Známým příkladem obětí falešných stereotypů vedoucích k otřesným následkům jsou Židé za druhé světové války.

Nálepkování.

Používání různých přívlastků a názvů pro jednotlivce nebo skupiny s cílem vyvolat negativní emoce, jako je averze. Souvisí se stereotypizací.

Přehazování viny.

Obviňování nepohodlného jedince nebo skupiny (např. instituce nebo organizace) ze současných problémů ve společnosti pomocí dalších triků, jako je nálepkování, zesměšňování, ponižování nebo falešná interpretace názorů „černých ovcí“.

Manipulace fotografiemi a videi.

Fotografie a videa se používají spolu s články jako důkaz a podpora tvrzení. Zatímco mladší generace si snadno dokáže představit, jakými technologiemi dnes disponujeme, abychom mohli upravit originál, starší generace mohou mít problém zpochybnit to, co vidí „na vlastní oči“. Kromě úpravy barev, kontrastu a světla nebo odstranění nežádoucích předmětů či osob z fotografie nebylo nikdy jednodušší spojit více záběrů nebo jejich částí do zcela nové fotografie a vytvořit **fotomontáž**. Zároveň platí, že pokud se jedná o kvalitní práci, není možné jednoduše rozpoznat, zda se jedná o originální fotografii nebo podvrh. Úprava však obvykle není ani nutná. Často stačí jen vložit audiovizuální materiál do jiného kontextu. Nebezpečí upravených fotografií a videí spočívá v tom, že k dezinformacím podporovaným vizuálním materiálem jsme náchylní všichni. Vizualy obecně zvyšují naši schopnost zapamatovat si informace, proto jsou nedílnou součástí veškerého mediálního obsahu, včetně fake news.

Neověřené nebo neověřitelné důkazy („na vlastní oči“, žádný nebo falešný zdroj).

Polarizace.

Propast mezi MY a ONI je záměrně prohlubována. Objevuje se výzva k boji proti názorově protichůdným stranám místo pobídky k nalezení kompromisu.

Podsouvání záměru.

Přestože se dezinformátoři staví do pozice těch, kteří nám otevírají oči, nepřímo nám navrhuji, co si máme myslet. Rétorické otázky jsou někdy používány k naznačení toho, jak bychom měli k danému problému přistupovat. („Máme se s tím smířit?“)

Výzva k akci místo pouhého předávání informací. Často podsouvá radikalizaci, dokonce i násilí.

Argumentační fauly.

Logické chyby v úvaze nebo neplatný postup při konstrukci argumentu. Některé jsou používány neúmyslně kvůli určitým omezením mluvčího, ale dezinformátoři je používají záměrně, aby manipulovali nebo klamali.

Whataboutismus – protiargument, který se odchyluje od podstaty debaty. Jedná se o porušení logického důkazu působícího na emoce, nikoli na rozum. Cílem je degradovat oponujícího diskutéra nebo celou diskuzi.

Argumentace: „Ženy se na pracovišti potýkají se sexismem.“ *Argumentační faul:* „A co muži? Ti to taky nemají lehké.“

Falešné dilema - problém je zjednodušen na existenci pouze dvou protichůdných možností, nic jiného. "Kdo nestojí s námi, stojí proti nám."

Role internetu a změny ve světě médií



Svět médií se v posledních desetiletích rapidně změnil. Tištěná média jsou na pokraji zániku, zejména denní tisk, protože není schopen držet krok s rychlostí internetu. Celosvětově klesá důvěra v tradiční mainstreamová média. Pravděpodobně je to kvůli kombinaci nepřehledného množství médií, která zaplavují veřejný prostor, a vlivu dezinformačních kampaní, které se snaží tradiční média zdiskreditovat. Strategie dezinformátorů je jasná: za prvé – vyvolat v lidech **pochybnosti o tradičních médiích**, za druhé – nabídnout jasnou a vše vysvětlující alternativu.

Ačkoli dezinformace nejsou v dějinách lidstva ničím novým, nikdy neexistoval tak mocný a rychlý nástroj pro jejich šíření jako **internet**. V mžiku může dezinformátor oslovit publikum z celého světa a možnost a ochota sdílet jediným kliknutím umožňuje dosah, který nebyl v dobách tradičních médií myslitelný. Na jednu stranu je úžasné mít přístup k odlišným pohledům na svět, teoriím a názorům. Na druhou stranu zdroje nabízející jedinou „necenzurovanou pravdu“ neprochází procesy, které v minulosti zaručovaly objektivitu médií.

V podstatě nyní musíme částečně dělat práci novinářů a fact-checkerů, pokud se nechceme spokojit s tím, že se určitá média zavázala dodržovat **etický kodex chování**.

Tradiční objektivní média jsou v nelehké situaci. Kvalitní zpravodajství musí čelit konkurenci zábavnějších platform a seriózní žurnalistika se bohužel „neprodává“. Diváci si zvykli, že pokud se nám obsah média nelíbí, prostě si najdeme jiné, které odpovídá našemu názoru nebo životní filozofii. Potíž je v tom, že záměrem **tendenčních médií** není informovat, ale poskytovat obsah, který chce cílová skupina slyšet. To neponechává téměř žádný prostor pro **kritické myšlení**.

Když budete mluvit o seriózní žurnalistice, je důležité studentům zdůraznit, že nikdo není dokonalý a profese novináře není výjimkou. Pod časovým tlakem a s vysokými nároky a konkurencí se může stát, že i seriózní médium udělá chybu nebo se nechá napálit dezinformací. Novináři jsou vystaveni neustálému dilematu mezi kvalitou a rychlostí, která je v dnešním světě internetu zásadní. Ne vždy je čas prověřit všechny informace a držet krok s vynalézavostí dezinformátorů. Někdy se i ověřené informace mohou později ukázat jako nepravdivé nebo zkreslené. Důležitý je **záměr novináře** a jeho **reakce na pochybení**. Klíčová je ochota přiznat chybu a uvést vše na pravou míru.

Konfirmační zkreslení – výběr argumentů, které podporují náš postoj, a ignorování těch, které ho zpochybňují.

Zkreslený vzorek – zobecnění na základě vzorku populace, který je zkreslený, a tudíž není reprezentativní.



Přešlap seriózních médií lze demonstrovat na případě videa ledního medvěda pro National Geographic z roku 2017. Ve snaze zvýšit povědomí a vzbudit emoce o závažném problému změny klimatu a globálního oteplování opatřili reportéři jinak jedné z nejuznávanějších redakcí video popiskem „Takhle vypadá změna klimatu“. Přestože existují pádné vědecké důkazy spojující tání mořského ledu a pokles populace ledních medvědů, museli novináři čelit kritice z vědeckého hlediska, že nelze prokázat, co je příčinou stavu tohoto konkrétního ledního medvěda. National Geographic se poté omluvil, že neměl spojovat hladovění ledních medvědů přímo se změnou klimatu, a video upravil (McGwin, 2018). Důvěryhodnost média však utrpěla újmu, ačkoli záměr podpořit diskusi o dopadech globálního oteplování na arktické prostředí byl ušlechtilý. Aby si média udržela **důvěryhodnost**, měla by se zcela zdržet manipulativních metod a technik, které používají dezinformátoři. A pokud dojde k pochybení, měly by ho vysvětlit a uvést na pravou míru, protože dezinformátoři čekají na příležitost seriózní média očernit.

Je také důležité mluvit se studenty o tom, že **dezinformační weby** a **fake news** často napodobují **vzhled seriózních médií**, aby zmátly co nejvíce lidí. Například během kampaně před prezidentskými volbami v USA v roce 2016 se jedna ze stránek, která vypouštěla falešné zprávy (např. papež František zakazuje katolíkům volit Hillary Clintonovou), jmenovala New York Times Politics.com a vypadala téměř identicky jako seriózní deník New York Times. Ve skutečnosti stránku vytvořila skupina náctiletých z malého makedonského městečka lačnicích po zisku a svou dezinformační stránku sdíleli do pro-trumpovských skupin na Facebooku. „Zprávy“ sdílené čtenáři dosáhly lavinové rychlosti a než Google a Facebook pod tlakem veřejnosti zareagoval, byly škody nenapravitelné (Gregor, 2018, s. 48).

V posledních několika letech se rozmohla takzvaná „alternativní“ média, která nabízejí „jedinou pravdu“, kterou nám oficiální média a vládnoucí elita „záměrně tají“. Je to další příklad toho, jak dezinformátoři využívají současné situace a atmosféry ve společnosti ve svůj prospěch. Jak však ukazují výzkumy, tyto „nové verze reality“ jsou bohužel často postaveny na manipulativních technikách, přičemž nejčastěji používanými jsou **fabulace**, **přehazování viny**, **nálepkování** a **hra s emocemi** (Gregor, 2018, s. 59).

Síla internetu a skutečnost, že si můžeme najít odpověď na cokoliv během pár vteřin, nás může vést k mylnému přesvědčení, že odborníky už nepotřebujeme. Navíc odborný vědecký jazyk často staví bariéru mezi výsledky vědeckého výzkumu a širokou veřejností.

Z těchto důvodů se této době někdy říká **postfaktická**. Neznamená to, že nemáme přístup k vědecky ověřeným faktům, spíše to, že jim prostě nevěříme. Dezinformátoři si v této situaci libují, protože je to ideální půda pro manipulaci. Není divu, že jejich taktika je rozněcovat naši nedůvěru ve stávající oficiální struktury.

Obliba dezinformací a konspiračních teorií, a zejména jejich pronikání do mainstreamových médií, jsou také **příznaky hlubší společenské krize**, eroze důvěry v tradiční instituce a zmatku ohledně změn v informačním prostoru. K omezení negativního dopadu dezinformací na společnost proto nestačí jen jejich vyvracení nebo potlačování jejich tvůrců, ale je třeba se zaměřit také na dlouhodobé a soustavné úsilí o posílení důvěry v instituce a kvalitní nezávislá média (Hořejš, 2022).

Spolehlivé zdroje



Když se budete se svými studenty bavit o spolehlivých zdrojích, buďte připraveni na to, že se mohou objevit i hlasy zpochybňující oficiální média – jak jim „alternativní“ média radí. Výzkumy v USA bohužel ukazují, že uživatelé Facebooku více věří informacím, které sdílí „spolehlivá osoba“ (což může být diskutabilní), než když je zdrojem spolehlivá instituce. Výsledkem výzkumu bylo, že pokud informaci sdílela osoba, které uživatelé důvěřují, nezáleželo na tom, že zdroj byl nepravdivý (NORC, 2018). To staví **autoritu seriózních médií** do svízelné situace.

Seznamte studenty s tím, jak poznat znaky důvěryhodného zdroje, ale zároveň s nimi diskutujte o tom, jak obtížné a časově náročné je prověřovat každou jednotlivou zprávu. Pokud jsou vaši studenti ve fázi, kdy důvěřují fact-checkingovým stránkám, připomeňte jim, že existují **profesionální fact-checkeři**, kteří investují svůj čas a energii do **vyvracení dezinformací**. Než se studenti ponoří do vlastního průzkumu, mají možnost ověřit si, zda profesionálové už neodvedli práci za ně.

Pokud to váš kurz umožňuje, je skvělým nápadem **pozvat profesionály** z oblasti seriózní žurnalistiky nebo fact-checkingu, aby popsali své vlastní zkušenosti s dezinformacemi a fake news.

Připomeňte studentům následující skutečnosti:

Je lidskou přirozeností, že máme tendenci vybírat si informace, které podporují náš názor nebo pohled na svět. Nepřehlížejte však názor odborníka jen proto, že neodpovídá našemu přesvědčení.

Mějme na paměti, že i odborníci a profesionální novináři jsou také jen lidé a mohou se mýlit. Jejich vzdělání a praxe jsou však zárukou toho, že jejich expertíza bude blíže pravdě než názor, který si někdo vytvořil po přečtení několika článků na internetu. A důležitý je i **záměr**. Zatímco odborník se bude snažit prosadit informace, které byly **ověřeny legitimními nástroji**, cílem dezinformátora bude pravý opak.

Totéž platí obecně pro důvěryhodné zdroje. Poukažte na to, že není možné jmenovat jediný 100% spolehlivý zdroj. Pokud se budou lidé snažit tuto jistotu najít, budou zklamáni. Znalost **principů dezinformací** však sníží riziko, že se nechají zmanipulovat a uvěří nepravdivým zprávám.

Mít vyhraněný názor ještě neznamená, že dané problematice rozumíme! Snažme se rozlišovat mezi **názorem a faktem**.

Náš hlas má v demokratické společnosti svou hodnotu. Musíme však uznat, že naše laická analýza situace nemusí brát v úvahu všechny skutečnosti.

V podstatě neexistuje správný nebo špatný postoj, protože se vždy posuzuje na základě nějakého měřítka. Psychologové obecně považují postoje za správné nebo adekvátní do té míry, do jaké jsou považovány za **prospěšné pro tělesnou nebo duševní pohodu člověka** (Nickerson, 2022). Můžete své studenty ujistit, že prosperita společnosti je pro vás prioritou.



Platformy šířící dezinformace



IV předchozí kapitole jsme se zmínili o problému **dezinformačních webů**, „alternativních médií“, jak se sama nazývají, a prezentují se jako zdroje informací, jež chtějí „oficiální zkorumpovaná média“ před veřejností utajit. Vede se odborná diskuze o tom, zda tyto stránky zakázat, a v některých zemích je poskytovatelé internetu skutečně deaktivovali (například v České republice na začátku války na Ukrajině, kdy se internetový prostor zaplnil prokremelskými dezinformacemi).

Odpůrci zákazu však mají pravdu, když říkají, že **cenzura** nemá v demokratické společnosti místo. Paradoxně je tato snaha o ochranu demokracie kontraproduktivní, protože nahrává dezinformátorům. Snahy dezinformace omezit používají jako důkaz, že úřady chtějí utajit pravdu a umlčet opoziční hlasy. **Vzdělávání místo cenzury** je tedy sice složitější, ale účinnější cestou. Především v tomto neklidném období bychom si měli cenit důvěry, která demokratickému systému zbyla.

Podle studie Break the Chain jsou však největšími šířiteli fake news a dezinformací **platformy sociálních sítí** (iCmedia, 2022, s. 14–15). Tradiční média, jako je rozhlas, televize a tisk, jsou sice stále považována za nejspolehlivější média (iCmedia, 2022, s. 6), roste však trend, kdy se jediným zdrojem informací stávají bezplatné a snadno dostupné sociální sítě.

Nebylo by samozřejmě řešením odsoudit sociální sítě a vzdát se mnoha jejich výhod. Je však důležité, abychom pochopili, jak tyto stránky fungují a proč jsou většinou zdarma. Toto povědomí by nám mělo filtrovat obsah, který na sociálních sítích konzumujeme.

Fungování sociálních sítí je založeno na **internetových algoritmech**. Jedná se o mechanismy, které **personalizují náš internetový prostor** na základě naší předchozí aktivity. Pokud hledáme nebo sledujeme videa se psy, budou nám algoritmy v budoucnu zobrazovat více videí se psy než s kočkami. Algoritmy monitorují naše zájmy, dokonce i čas strávený u jednotlivých příspěvků, a následně přidělují výsledky, které nás zajímají. Pokud vy a jiná osoba hledáte ve stejný okamžik nějaký výraz, mohou individualizované internetové algoritmy nabídnout každému z vás jiné výsledky. Každým kliknutím ovlivňujete reklamy a příspěvky, které se vám v budoucnu zobrazí. Účelem algoritmů je zpříjemnit a zjednodušit používání technologií, ale vždy bychom si měli být tohoto mechanismu vědomi, protože v krajním případě může vést k izolaci v informační bublině, o které bude řeč níže.

Kontroverzní téma fungování algoritmů vyvolalo diskusi například v případě kampaně za brexit, prezidentských voleb v USA v roce 2016, pandemie covid-19 nebo v současnosti konfliktu na Ukrajině. Vzhledem k tomu, že diskuze je vedena především na Facebooku nebo jiných sociálních sítích, algoritmy **posilují příspěvky se stejným názorem a potlačují ty opačné**, což znemožňuje objektivní pohled na věc.

Dalším způsobem, jak zvýšit dosah příspěvku, vyvolat emoce a polarizovat debatu, jsou komentáře **trollů** nebo automatických botů. Trollové jsou účastníci internetových diskusí, jejichž cílem je manipulovat veřejným míněním a poštvat občany proti sobě. Někteří to dělají pro zábavu, ale většina z nich je **placená**, zejména pokud jsou organizováni do tzv. **trollich farem**. Jedná se o skupiny trollů, jejichž hlavním úkolem je produkovat obrovské množství dezinformací a zahlcovat kybernetický prostor.

Známa agentura Glavset v Petrohradě například zaměstnává více než 1000 bloggerů na plný úvazek, kteří mají na starosti řadu falešných účtů na Facebooku a Twitteru.

Někteří také využívají takzvané **boty**, počítačové programy, které vytvářejí falešné profily na sociálních sítích automaticky a mohou být naprogramovány k autonomnímu šíření, sdílení a komentování příspěvků. Díky těmto taktikám se může zdát, že veřejná debata a argumenty na sociálních sítích jsou vyostřenější, než ve skutečnosti jsou. A to je právě cílem.



V posledních letech se v některých případech ukázalo, jak významnou roli při ovlivňování veřejného mínění hrají ruští trollové. Zpráva britské komunikační agentury z roku 2018 odhalila, že ruské zásahy do sociálních sítí podporující Brexit měly během kampaně hodnotu až 4,6 milionu eur a v posledních 48 hodinách kampaně zveřejnili ruské účty na Facebooku přes 45 000 zpráv o Brexitu. (Bentzen, 2019)

Pod nátlakem veřejnosti se Facebook, Google a další sociální sítě zavázaly k uvážlivějšímu a zodpovědnějšímu přístupu k dezinformacím. S pomocí **fact-checkerů** začaly označovat příspěvky, které se ukázaly jako dezinformační, zejména ty, které posouvají veřejné mínění do politických extrémů. Internetoví giganti se také snaží odříznout dezinformátory od zveřejňování reklamy na svých platformách a oslabit algoritmy, ale upřímně řečeno, je to pro ně svízelná situace. Jejich zisk pochází z **personalizované reklamy**, kde prodává především počet kliknutí. Takže i když je jejich morální postoj úctyhodný, nemůžeme od nich očekávat, že si budou podrývat vlastní byznys. Především však žádná forma cenzury nikdy nevyřeší problém nízké mediální gramotnosti a nedostatku kritického myšlení.

Ujistěte se, že vaši studenti chápou, že nic není zadarmo a internet není výjimkou. Pokud je nějaká služba zdarma, například Facebook, Google a další, s největší pravděpodobností vydělává na reklamě. **Cílená reklama**, tedy to, že internet „ví“, co potřebujeme nebo chceme, je opět výsledkem algoritmů a ty fungují na základě sběru dat z naší internetové aktivity. Je to cena, kterou platíme za službu, kterou využíváme.

Ačkoli jsou sociální sítě obecně považovány za nejčastěji používaný nástroj pro šíření dezinformací, z výzkumu vyplývá, že čím jsou lidé starší, tím více ve srovnání s mladšími generacemi používají **e-mail** jako prostředek pro sdílení dezinformací (iCmedia, 2019, s. 16). Tento problém byl zjištěn především v České republice, kde e-maily nahrazují či doplňují sociální sítě. V minulosti sloužil obsah **řetězových e-mailů** spíše k pobavení. Obsahoval výroky typu „pošli tento e-mail deseti lidem a potká tě štěstí“ a většinou sloužil ke zneužití e-mailových adres.



V současné době se však obsah stává závažnějším, včetně nebezpečných hoaxů, dezinformací plných nenávisti, komerčních nabídek nebo příloh se škodlivými počítačovými kódy, které mohou infikovat zařízení nebo síť. Vzhledem k tomu, že lidé často přeposílají e-maily svým podobně smýšlejícím přátelům, vytvářejí v podstatě tzv. **komnaty ozvěn**, o nichž bude řeč v následující kapitole.

Sociální a informační bubliny



Protože není možné, aby člověk obsáhl všechny informace a sociální skupiny do hloubky, přirozeně se sdružujeme v různých **sociálních bublinách**, kde se setkávají lidé s podobným statutem nebo pohledem na svět. Uzavřenost našich sociálních bublin odkazuje na bariéry mezi společenskými skupinami, které se liší kulturně, sociálně nebo politicky. Někdy máme pocit, že naše sociální skupina musí reprezentovat celou společnost. Zatímco v reálném světě máme ještě jistou možnost proniknout do jiné sociální skupiny a pochopit jiné motivy, svět internetu má bohužel potenciál lidí v neslučitelných názorových vesmírech **izolovat**.

Informační bubliny jsou v podstatě verzí sociálních skupin na internetu. Zásadní rozdíl spočívá v tom, že zatímco v reálném životě si příslušnost k určitým skupinám regulujeme vědomě a máme ji tak pod kontrolou, v případě informačních bublin to za nás dělají algoritmy, jak bylo popsáno v předchozí kapitole.

Dalším termínem, který se v poslední době dostal do veřejné debaty, jsou **komnaty ozvěn** (*echo-chambers*) popisující uzavřené skupiny na internetu, kde se podobně smýšlející uživatelé navzájem ujišťují, že jejich názor je správný, zatímco všechny alternativní teorie jsou z diskuse vyloučeny (European Commission, 2021). V těchto komnatách ozvěn se mají tendenci schovávat lidé, kteří nejsou ve svém životě spokojeni a vyhledávají bezpečné prostředí, kde se necítí tak znepokojeni nejistotou reálného světa.

Proč jsou informační bubliny nebezpečné? **Zkreslují realitu**. Je uspokojivější, když je nám předkládáno to, co chceme vidět. O to tvrdší je však potom střet s reálným světem. Názory a pohled na svět různých informačních bublin mohou být tak diametrálně odlišné, že mizí společná půda pro navázání debaty. Dostáváme se do intelektuální izolace.

Zdá se, že internet sehrál zásadní roli v rozkladu toho, co můžeme nazvat „**objektivní realitou**“. Ze sociologického hlediska lze „realitu“ chápat jako sociální konstrukt, který je založený na zvyklostech společnosti. Legitimita reality pak závisí na **shodě** členů této společnosti. Když jsme uzavřeni v bublině, kde se lidé se stejným názorem navzájem povzbuzují, bude to stačit k tomu, abychom sami sebe utvrdili, že právě toto je realita.

Co můžeme udělat pro to, abychom **překročili hranice** mezi sociálními a informačními bublinami? Nejlepším způsobem je **nebránit se osobnímu kontaktu** s lidmi z různých míst a kultur, věkových skupin a s odlišnými názory. Buďme otevření. Naslouchejme. Diskutujme. Snažme se porozumět. Podstatou demokracie je **diskuze**. Dezinformátoři vědí, co je třeba narušit.

Klamavá reklama



Klamavá reklama nebo klamavý marketing je jakákoli propagace, která zkresluje povahu, vlastnosti, kvalitu nebo původ zboží, služeb nebo obchodních činností. Její škodlivost spočívá v tom, že může vést spotřebitele k nákupu výrobků, které jsou ve skutečnosti padělané, vadné nebo dokonce nebezpečné.

Občany EU chrání před nekalými obchodními praktikami **Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě**, která zajišťuje základní ochranu před klamavou reklamou v celé Evropě (Evropský parlament, 2006). Každá země pak má **vlastní předpisy a samoregulační kodexy chování**, kterým reklamní průmysl podléhá. Stále však existují případy, kdy se tvůrci reklamy s cílem zvýšit zisky snaží zásady obházet, a starší občané mohou být zranitelnou skupinou. Je na vašem zvážení, zda je na základě analýzy potřeb o nástrahách klamavé reklamy žádoucí mluvit, či nikoli.

Nezapomeňte svým studentům říci, že **marketing**, stejně jako celá oblast dezinformací, je ze své podstaty tvůrčí odvětví. To znamená, že jeho představitelé se budou vždy snažit vymýšlet nové způsoby, jak spotřebitele ovlivnit, a přicházet s taktikami, kterými obejdou právní definice napříč legislativou.

Nejběžnější formou klamavé reklamy je **nesprávné označení**, které může zahrnovat:

Uvádění nepravdivých nebo zavádějících informací na obalu výrobku nebo v jakékoli formě reklamy v tisku nebo na internetu.

Tvrzení, že výrobek nebo služba jsou nabízeny za určitou cenu, za kterou ve skutečnosti nikdy nejsou v prodeji.

Uvádění nepravdivých nebo klamavých údajů o výrobě nebo původu výrobku.

Nepravdivá tvrzení o ochraně životního prostředí, například tvrzení, že výrobek je „recyklovatelný“ nebo „biologicky odbouratelný“, ačkoli pro tato tvrzení neexistují žádné vědecké důkazy.

Výhodné nabídky mohou být lákavé, ale musíme si dávat pozor na techniky tzv. **bait-and-switch**, které nabízejí výrobky nebo služby za určitou cenu, ale ve skutečnosti tyto výrobky nejsou dostupné a zákazníkovi je záměrně nabídnuta jiná, dražší, varianta.

Dryáčnická reklama je podvodná metoda založená na používání nadnesených tvrzení, jejichž pravdivost či nepravdivost nelze prokázat. Tato tvrzení typu „nejlepší hotovky na světě“ jsou sporná, ale nejsou nezákonná (pokud neznevažují konkurenta), protože toto hodnocení je spíše subjektivní, než že by bylo založené na nějakém vědeckém výzkumu.

„Vědecká“ tvrzení bez důkazů jsou zakázána, přesto se stále praktikují. Za jeden z nedávných případů může korporátní společnost Nestlé, která se zaměřuje na zpracování potravin a nápojů. Společnost byla obviněna z „porušování reklamních pravidel a klamání spotřebitelů tvrzeními o výživových hodnotách“ u kojenecké výživy. Svůj produkt prezentovala jako srovnatelný s mateřským mlékem, což prokázáno nebylo. Toto jednání je nejen považováno za neetické, ale může mít také dopad na zdraví dětí, protože tím podřívá objektivní a pravdivé informace, které ženám umožňují učinit nejlepší rozhodnutí při zvažování mateřského mléka oproti umělé výživě (Plüss, 2022).

V klamavé reklamě se také můžou objevit **falešné recenze a doporučení**. Jak falešné recenze, tak i hodnocení produktu, který jste nikdy nepoužili (cílené zejména na influencers), nejsou povolené.



Problémem jsou také **příplatky a skryté poplatky**. Vždy připomínejte studentům, aby si ověřili, zda se jedná o konečnou cenu.

Legislativa se samozřejmě snaží spotřebitele chránit a manipulativním metodám zabránit. V minulosti byla uplatněna řada právních předpisů, které však mnohdy nemohou konkurovat rychlosti marketingové vynalézavosti. A zásadním problémem zůstává nejednotný výklad a uplatňování zákona nebo kodexu chování, což je i případ dezinformací.



26



Kognitivní procesy



Kognitivní procesy: Jak se náš mozek vypořádává s dezinformacemi



Z neurologického hlediska jsme náchylní k dezinformacím VŠICHNI, a pokud to popíráme, popíráme svou lidskou přirozenost. Naše společnost se v posledních letech technologicky velmi rychle rozvíjí a my tomuto pokroku nestihnáme přizpůsobit náš způsob myšlení. Technologický pokrok a množství informací nemůžeme osobně změnit. Můžeme však změnit naše **povědomí** o procesech, které za dezinformacemi stojí, a naši **reakci** na ně.

V ideálním světě by přístup k neomezenému množství informací, které internet poskytuje, vedl k informované a vzdělané společnosti. Náš mozek však **NENÍ** **uzpůsoben** ke zpracování **neustálého přísunu nových informací**, kterými nás bombardují zejména sociální sítě. Kapacita kognitivních procesů našeho mozku je zkrátka omezená. Aby byl náš mozek schopen fungovat v záplavě vjemů, je naprogramován ke **generalizaci, zjednodušování a vytváření stereotypů**. Když vidíme něco, s čím už máme zkušenost, mozek si tyto zkušenosti automaticky spojí, aby je nemusel vyhodnocovat znovu. Tento proces je nezbytný pro **učení a kategorizaci**. Bez něj bychom nebyli schopni nacházet souvislosti a vztahy.

Tato superschopnost našeho mozku používat „**mentální zkratky**“ a triky, které mu usnadňují práci, však také negativně ovlivňuje naši schopnost rozlišovat informace od dezinformací.

V tomto ohledu to může být pro staršího člověka větší problém než pro mladšího, protože mozek může lpět na bohatých životních zkušenostech a odmítat jiné myšlenkové mapy než ty, které zná.

Vaši studenti by měli pochopit, že jejich způsob myšlení není špatný. Nicméně ve světě, který nikdy nebyl tak zahlcen informacemi a rychlostí života, musíme si být vědomi toho, jak náš mozek funguje a jak reguluje to, co vnímáme. Pokud to nejsme ochotni udělat sami, můžeme si být jisti, že to dezinformátoři udělají za nás.

Jak ovlivňuje **intenzita a neustálé opakování** dezinformací náš mozek? Nesmírně. Opakování je základní učební pomůckou od okamžiku, kdy se narodíme. Umožňuje přenést vědomou dovednost do podvědomí, uvolnit pracovní paměť a umožnit učení nových dovedností (Centrum iCan Dream, 2021).

Tato schopnost našeho mozku přenášet informace z vědomí do podvědomí může být opět snadno zneužitelná dezinformátory. Neustálé **opakování** a **četnost** jsou záměrné a stejně významné jako obsah a forma dezinformace. Pokud každý den vidíme nebo čteme, jak je očkování nebezpečné a škodlivé – i kdyby to byl jen krátký nadpis a my se rozhodli článek ignorovat – je téměř nemožné, aby náš mozek nebyl ovlivněn. A jakmile se informace dostane do našeho podvědomí, je těžké ji přepsat.

Totéž platí pro **neustálé vystavování se určitým emocím**. I když falešným zprávám nevěříme, emocím, které mají vyvolávat, se nevyhneme. A pokud jsme dlouhodobě a opakovaně vystaveni strachu, nenávisti, hněvu, pohrdání a dalším emocím, stanou se součástí

našeho podvědomí. Je to temná stránka schopností našeho mozku.

A dezinformátoři to velmi dobře vědí. V době, kdy automatictí boti mohou sloužit jako masový šířitelé neustále se opakujících negativních zpráv a zaplavovat náš mozek **nepřirozeným množstvím zkreslených informací**, je naše náchylné podvědomí ve velkém nebezpečí.

V psychologii lze reakce našeho mozku na opakování a intenzitu vysvětlit tzv. **efektem pouhého vystavení**. Jedná se o psychologický jev, díky němuž mají lidé tendenci dávat přednost věcem nebo lidem, které již znají. A opakovaná vystavení tato povědomí zvyšují (Palumbo, 2021).



Emocionální aspekt



*„Skutečný problém lidstva je následující: máme prvohorní emoce, středověké instituce a technologii podobnou Bohu.“
(Edward Wilson)*

*„Lidé si rádi myslí, že ‚fakta mluví sama za sebe‘, ale není tomu tak. Fakta potřebují obhájce. A nejlepším způsobem, jak to udělat, je zasadit je do takového rámce, kterému bude člověk otevřený.“
(Phil Plait)*

Zkušenosti a výzkumy v oblasti vyvracení konspiračních teorií ukazují, že pouhá fakta a data mohou jen zřídka změnit přesvědčení, ke kterým člověka pojí city, zejména pokud jsou spjata s identitou jeho komunity.

Přestože si to naše racionálně založená civilizace jen těžko připouští, výzkumy ukazují, že v **procesu rozhodování** hrají emoce důležitější roli než logika. V podstatě se nejprve rozhodneme **prostřednictvím emocí a teprve v druhém kroku použijeme logiku**, abychom toto rozhodnutí zdůvodnili. Celý proces se tedy může jevit jako racionální závěr, ale v základu rozhodnutí je emoce, kterou teprve později zpracuje rozum. Vysvětluje to, proč nás tak přitahují emotivně zabarvené nebo šokující zprávy a jak důležitou roli hrají city při přijímání a vyhodnocování informací. Je to také důvod, proč je tak obtížné vyvrátit dezinformace pouhými fakty – v základu je **citová vazba** a z ní vyplývající **názor** (Gregor, 2018, s. 79–80). Proto tolik dezinformátorů staví na již utvořených názorech týkajících se **citově zatížených témat**, jako je imigrace, válečné konflikty, potraty, feminismus apod.

Přirozeně se také přikláníme k informacím, které náš názor znovu a znovu potvrzují. Důvodem je, že tento **pocit utvrzení** je spojen s **uvolňováním dopaminu**, „hormonu štěstí“. Naopak opačný názor v nás vyvolává **nepříjemné napětí**, takže máme sklon jej ignorovat, případně nám mozek rychle poskytne „racionální“ důvod, proč opačný názor neuznat (např. „seriózní média jsou stejně podplacená“).

Navíc náš mozek necítí potřebu rozporovat, zpochybňovat nebo ověřovat to, čemu už věříme. Tento přirozený proces je ještě znepokojivější, když si uvědomíme, že algoritmy na internetu, zejména na sociálních sítích, napodobují fungování našeho mozku. Uzavírá nás to všechny do začarovaného kruhu a jedinou cestou ven je zapojení našeho **uvědomění a kritického myšlení**.

V kapitole o informačních bublinách a komnatách ozvěn jsme již narazili na tendenci člověka upřednostňovat (pouze) informace, které potvrzují jeho stávající přesvědčení nebo hypotézu. V psychologii tento jev nazýváme **konfirmační zkreslení** (Noor, 2020). Při hledání důkazů se přirozeně snažíme podpořit svůj názor, místo abychom ho vyvrátili. Když jsme například přesvědčeni, že očkování je špatné, soustředíme se na těch několik málo výjimek, které vedly ke zdravotním problémům, a ignorujeme vysoké procento případů, kdy očkování pomohlo ochránit před vážnými problémy. Vyvážené objektivní hodnocení je tak zmařeno.

Školitelé i studenti by si měli být této **selektivní funkce** našeho mozku vědomi, aby pak nebyli překvapeni, že pouhé „ověřování faktů“ přesvědčení lidí nezmění. Platí to zejména pro složité otázky, které vyvolávají silné emocionální reakce.

CONFIRMATION BIAS



Zdroj: Noor, 2020

Ujistěte své studenty, že **konfirmační zkreslení** je normální a týká se nás všech. Jelikož jsme vystaveni nepřebornému množství informací, slouží tato funkce především jako efektivní způsob zpracování informací (Noor, 2020).

Nemáme sice kapacitu na to, abychom si ověřili každý argument, ale měli bychom si alespoň uvědomit, jak konfirmační zkreslení funguje a jak ho dezinformátoři využívají.

Co můžeme udělat, abychom konfirmační zkreslení minimalizovali:

Čtete **celé články** a nedělejte závěry na základě nadpisů a obrázků.

Hledejte **věrohodné důkazy** uvedené v článku.

Podporujte sebe i ostatní v tom, abyste přijímali informace **uvědoměným způsobem** (Noor, 2020).

Dezinformátoři využívají i další lidskou vlastnost, a tou je tzv. **protivůle (counterwill)**, zakořeněný odpor k jakémukoli pocitu vnucování, automatický odpor k nátlaku. Spouští se vždy, když se člověk cítí ovládán někým jiným nebo pod tlakem, aby plnil něčí příkazy (Maté, 2018, s. 364). Proto fake news vždy ukazují na pachatele nebo usvědčují z manipulace a lži někoho jiného. Chtějí totiž odvést pozornost od vlastních manipulativních tendencí.

Co se týče tzv. doby postfaktické, každý lektor by měl také znát **Thomasův teorém** – sociologický koncept, který říká, že „fakta“ nemají existenci mimo osoby, které je pozorují a interpretují. „Skutečnými“ fakty jsou spíše způsoby, jakými různí lidé do situací vstupují a jak je definují. (Oxford reference). Proto může být chápání určité situace či události pro danou skupinu či subkulturu **subjektivní**. Mějte na paměti, že když mluvíte o „vědeckých faktech“, mohou vaši stu-

denti uznávat **jinou autoritu než vědu** (např. náboženství), takže buďte připraveni vysvětlit, jaká kritéria uznáváte jako důkaz spolehlivého zdroje.

Základ Thomasova teorému také vysvětluje, proč existuje nebezpečí při interpretaci reality na základě dezinformací. Říká se v něm: „Pokud lidé definují situace jako reálné, jsou reálné i ve svých důsledcích“ (Oxford reference). Je tedy jedno, na jakých „faktech“ zakládáme své názory a přesvědčení, důsledek, stejně jako naše chování nebo jednání, budou skutečné a ovlivní svět. Jako příklad může opět posloužit útok na Kaptol.

V posledních letech se v souvislosti s radikálním extremismem dostal do diskuse další termín. Tento fenomén se nazývá **retrotopie** a popisuje iracionální touhu po „minulosti jako budoucnosti“, která byla bezpečná a bylo snadné se v ní orientovat. **Rychlost změn** vyvolává **úzkost**. Stále větší skupiny západní společnosti sdílejí pocit, že jsou opomíjeny, ignorovány (není jim „nasloucháno“) a stávají se nadbytečnými (Önnerfors, 2019). Jde o nostalgii po **ztracené identitě** v rychle se měnícím světě, kde se zejména starší lidé cítí opuštěni. Nebudeme zabíhat do podrobností tohoto fenoménu, protože se jedná o složitou problematiku, ale vy jako lektori byste si měli být těchto pocitů vědomi a být připraveni na to, že se někteří z vašich studentů mohou v tomto rozpoložení ocitnout. V těchto případech bude vzájemné pochopení, respekt, zachování důstojnosti vašich studentů a strategická komunikace více než potřebná.

Chceme-li se na sklon podléhat dezinformacím podívat hlouběji, můžeme si ukázat, na jaká slabá místa, resp. jedince, se dezinformátoři zaměřují. Z dosavadních psychologických výzkumů vyplývá, že konspiračním teoriím a dez-

informacím podléhají lidé tehdy, když nejsou uspokojeni jejich základní **psychologické potřeby**. Takoví lidé hledají vysvětlení a jasnou interpretaci důležitých událostí. Potřebují se také cítit **bezpečně**, mít kontrolu nad svým okolím a udržovat si o sobě a skupinách, ke kterým patří, pozitivní obraz (Blue, 2021). Když tyto potřeby nejsou ve společnosti naplněny, lidé začnou vyhledávat skupiny, jež jim toto uspokojení nabízejí.

Byl to začátek války s terorismem v roce 2001, od kterého se společnost cítí být v neustálém **stavu nouze**, nebo je to vyvrcholení dlouhodobých tendencí? V každém případě současné hrozby jako covid-19, finanční, ekologická a energetická krize plus hrozící válečné konflikty bohužel vytvářejí **prostředí nejistoty**, jež dezinformátorům nahrává. Je přirozené, že člověk, který se bojí o svůj život a majetek, bude hledat spasitele, který mu slibuje, že bude bojovat s nebezpečím a nepřáteli, ať už to je opravdový záměr nebo populismus. A pokud máte bojovat s nepřítelem, musíte na něj nejdříve ukázat.

Paradoxní je, že dezinformátoři manipulují veřejnost tak, aby uvěřila, že oni jsou vlastně hrdiny bojujícími proti zlu, korupci a manipulaci. Zkreslené informace a komnaty ozvěn potom přesvědčení a odhodlání lidí potvrzují, takže ti nevidí důvod, proč by měli svůj názor přehodnotit. Je to začarovaný kruh.

Co z toho všeho tedy můžeme jako školitelé vyvodit? Snad to, že učení zdaleka není jen kognitivní proces. Musí se na něm podílet i **pozitivní motivace k učení a emoce**.

Z pohledu neuroandragogiky lze naše působení školitelů s ohledem na motivaci studentů redukovat na otázku **stimulace uvolňování dopaminu**, což je hormon zodpovědný za pocit uspokojení a motivaci k činnosti, a omezení uvolňování kortizolu, který je do značné míry zod-

povědný za pocit stresu. Vyplavování dopaminu v učebním prostředí lze dosáhnout kontaktem s něčím zajímavým a překvapivým a sociálními vztahy, které nám poskytují oporu a pocit bezpečí.

Všechny nejnovější výzkumy také nakonec vyvracejí mýty o aktivačním **účinku stresu** na proces učení. Udržování dlouhodobého pocitu stresu u studentů je pouze destruktivní: způsobuje řadu psychosomatických poruch, snižuje efektivitu paměti, způsobuje odumírání neuronů v hipokampu a zcela blokuje kreativní myšlení (Neuroandragogika proti vyloučení, 2019). Úloha školitele tedy nespočívá pouze v předávání informací, ale ve vytvoření takového prostředí, v němž učení již nebude traumatizujícím zážitkem, ale příjemnou zkušeností a **radostí ze získávání nových dovedností**.

Positive
VIBES

Pozitivní narativy



„Většina lidí nehledá prokazatelné pravdy. Jak jste řekl, pravda je často doprovázena silnou bolestí a bolestivé pravdy téměř nikdo nehledá. To, co lidé potřebují, jsou krásné, utěšující příběhy, které jim dávají pocit, že jejich život má nějaký smysl.“

(Haruki Murakami)

-STAY-
POSITIVE

V posledních letech se vědci, a tedy i učitelé a školitelé, více než kdy jindy setkávají s překážkami při předávání faktů založených na vědeckých důkazech široké veřejnosti. Co jim chybí ve srovnání s konspiračními teoriemi a dezinformacemi, které jsou pro lidi obecně přitažlivější? Je to zřejmé – chybí jim **emotivně zabarvený příběh**. Vyprávění příběhů bylo vždy důležitou součástí komunikace, která zajišťuje kolektivní přežití našeho druhu. Šíření vědeckých poznatků však tradičně nezahrnuje vyprávění příběhů, které by informace běžnému publiku zpřístupnilo.

Dezinformace, vyvolávající negativní emoce, jsou založeny na **negativních narativech** (vyprávěních). Abychom je porazili, musíme veřejnosti nabídnout pozitivní narativy. Měli bychom se zaměřit na to, PRO CO společnost je, a ne PROTI čemu je (Carthy, 2021, s. 4).

Při konfrontaci s negativními narativy **nemá alternativní/pozitivní narativ za cíl extremistické poselství dezinformací vyvracet nebo poukazovat na jejich nepřesnosti**. Místo toho by měl vyprávět příběh, ve kterém není pro extremistické projevy prostor (Carthy, 2021, s. 14).

Poskytovat společnosti pozitivní narativy, vize, bylo vždy úkolem vůdců. Nyní je na vás jako na školiteli, abyste se pokusili tuto bariéru prolomit a místo holého vyvracení dezinformací poskytl **adekvátní kompenzaci**. Pozitivní narativy neboli storytelling je v podstatě psychologická hra s cílem přesvědčit. Příběhy mohou skloubit ověřená fakta se silou emocí, což je asi jediný způsob, jak sílu dezinformací porazit.

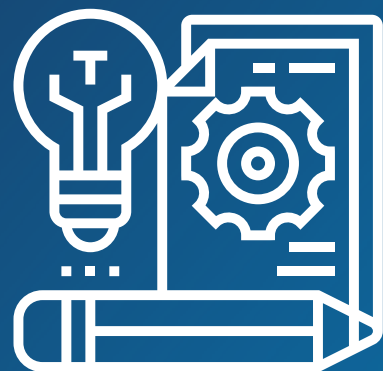
Náš učební plán na téma pozitivních narativů se snaží účastníkům kurzu přiblížit, jak pozitivní a negativní narativy fungují. Je inspirován tzv. **veřejným narativem**, metodou rozvoje leadershipu, kterou vyvinul Marshall Ganz (Narrative arts, 2021). Měl by účastníky motivovat k tomu, aby spojili síly ve prospěch společného cíle a předcházeli názorovým neshodám. Na rozdíl od vyprávění příběhů není veřejný narativ scénářem, ale naopak živým procesem, který zahrnuje příběhy konkrétních zapojených účastníků. Jde o vyprávění, naslouchání, reflexi a další vyprávění. Pomáhá tak budovat pocit sounáležitosti.

Zajímavá souvislost byla zjištěna také mezi **konspiračními teoriemi** sdílenými na sociálních sítích a **spiritualitou**. Ve virtuálním světě se to-

tiž konspirační teorie často prolínají se spirituálními narativy. Společný je jim **celostní charakter** – vysvětlují **roli jedince ve společnosti**. Spojuje je také určitá forma předurčení a přesvědčení, že mají přístup k pravdě, která je ostatním skryta (Rahimi, 2022).

Jsme tedy tolik náchylní ke konspiračním teoriím a dezinformacím, protože nám chybí spiritualita? Možná nám jen chybí pozitivní narativ, který by zmatek kolem nás vysvětlil.





SPECIFIKA VÝUKY STARŠÍCH DOSPĚLÝCH

SPECIFIKA

VÝUKY

STARŠÍCH

DOSPĚLÝCH

V následujících kapitolách budeme věnovat pozornost vzdělávacímu procesu dospělých starších 55 let a představíme faktory, které mohou vaši výuku ovlivnit. Přestože je nutné brát specifika výuky dospělých v úvahu, měli byste se vyvarovat přílišného zobecňování a vždy vnímat skupinu studentů jako jednotlivce s různými dovednostmi, životními zkušenostmi a zázemím.

Neuroplasticita



Mozek podléhá stárnutí stejně jako celé tělo, takže i mozkové funkce se s věkem mění a my musíme tyto procesy brát v úvahu:

- **Rychlost činnosti mozku se snižuje**, zralý člověk potřebuje na určitou myšlenkovou operaci více času než mladý člověk.
- Funkce jako **inhibice, koncentrace, reflexy** (nacházející se v čelních lalocích, které jako první podléhají degeneraci) jsou oslabeny.
- **Kapacita pracovní paměti je snížena** – člověk je schopen současně zpracovat méně informací dodávaných smysly.
- Snižuje se **mentální flexibilita** (schopnost rychle přepínat mezi jednou a druhou myšlenkovou operací).
- **Selektivní pozornost** (schopnost rozpoznat a soustředit se na významné situace) podléhá rušivým vlivům.
- **Divergentní pozornost** (schopnost zaměřit pozornost na různé současně probíhající děje) je oslabena.
- **Sémantická paměť** (zodpovědná za pravidla a definice) a **epizodická paměť** (zaznamenávání událostí v čase) jsou oslabeny (Neuroandragogika, 2019, s. 6–7).

Dobrou zprávou však je, že ačkoli mozek prochází výraznými změnami a dospělí potřebují jiné výukové metody než mladší osoby, neznamená to, že jejich učení je méně efektivní. Výhodou dospělých je, že dokážou propojit nové informace se stávajícími zkušenostmi a již osvojenými dovednostmi. Můžete namítnout, že tyto procesy mohou vést ke zkostnatělému myšlení a neochotě měnit hluboce zakořeněná přesvědčení. Duševní strnulost je však častěji ovlivněna projevem zatvrzelosti v myšlení a nedostatkem sebekritičnosti k tomu, jak průměrný dospělý člověk vnímá své zkušenosti, než biochemickým procesem v našem mozku.

Nesmíme zapomenout na **neuroplasticitu** – vlastnost lidského mozku, díky níž je schopen **adaptace, změn, sebeobnovy** a **učení** v každém věku. V dospělosti stále nové neurony vznikají, i když nejčastěji v rámci stávajících neuronových sítí, nikoli jako nové struktury. Proto jsou děti schopny myslet nekonvenčně a kreativně lépe než dospělí. Stimulací neuronálních sítí novými informacemi a zkušenostmi však může učitel tento celoživotní proces neuroplasticity využít, protože učení dospělých je procesem **neustálé modifikace předchozích zkušeností prostřednictvím zkušeností nových**.





Abychom mohli přizpůsobit výukové metody potřebám cílové skupiny dospělých 55+, musíme vzít v úvahu výsledky nejnovějšího výzkumu v oblasti neuroandragogiky, nejmladší a nejdynamičtější rozvíjené strategie týkající se vzdělávání dospělých. Ta se zaměřuje na **kognitivní funkce a gradaci mozku dospělých** a uzpůsobuje tomu proces učení. Podívejme se na hlavní principy:

PAMĚŤ

Efektivita učení závisí na schopnosti zapamatovat si a následně z paměti vytáhnout konkrétní informace. Protože ve vyšším věku je zpravidla paměť oslabena, musíme ji posilovat pomocí různých kognitivních, emocionálních a pohybových technik tak, aby se informace uložily do dlouhodobé paměti.

ZKUŠENOST

Nic nového pod sluncem – dospělý se nejlépe učí přímou zkušeností nebo propojením nových informací či dovedností s předchozími zkušenostmi, což umožňuje neuroplasticita mozku. Zkušenost ovlivňuje naše percepční a kognitivní schopnosti prostřednictvím reorganizace struktury mozku. Dospělí a starší lidé často věří pouze svým vlastním zkušenostem, a proto by mělo být zážitkové (zkušenostní) učení pro vzdělávání klíčové. Připravte se také na to, že dospělí mají zažité vzorce metod uče-

ní, které mohou být výhodou, ale také překážkou v přijímání nových metod a nástrojů. Většinou mají zkušenosti pouze s frontální výukou a mohou mít potíže s přijetím kooperativních metod.

ZPRACOVÁVÁNÍ INFORMACÍ

Zkušenosti přispívají také k vyšší úrovni rozumového usuzování. Dospělí zpracovávají informace pomaleji také proto, že se chtějí vyhnout chybám. Vybavování si informací je také pomalejší, protože mozek dospělých potřebuje delší čas na vytvoření spojení s již zapamatovanými informacemi. Zkrátka, buďte trpěliví.

OPAKOVÁNÍ

Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, jednou z technik, díky nimž jsou dezinformace tak účinné, je jejich neustálé podsouvání se a časté opakování. Totéž platí i pro proces výuky. Nemůžete očekávat, že změníte přesvědčení svých studentů a naučíte je všechny techniky během jedné lekce. Čím častější je opakování, tím rychlejší je přenos do podvědomí.

STRATEGICKÁ KOMUNIKACE

Starší lidé se v našem rychle se měnícím světě někdy cítí nedocenění a osamocení. Buďte k nim ohleduplní a chápaví. Neupozorňujte na jejich nedostatky, ale nabídněte jim pomocnou ruku. Snažte se najít způsob, jak využít jejich celoživotní zkušenosti v nových podmínkách a prostředí. Konkrétní tipy pro strategickou komunikaci jsou uvedeny v praktické části.

PŘÍSTUP K INFORMAČNÍM A KOMUNIKAČNÍM TECHNOLOGIÍM

Nedostatečné dovednosti dospělých 55+ v oblasti informačních a komunikačních technologií nebo jejich neochota a ostych technologie používat jsou jednou z největších výzev, kterým musí školitel čelit. Vyvarujte se však zobecňování – ne všichni starší lidé mají k technologiím stejný přístup. Je důležité zjistit, jaká je úroveň dovedností v oblasti ICT u dané skupiny. Můžeme jen odhadovat, že účast na kurzu boje proti dezinformacím předpokládá základní znalosti a ovládání technologických zařízení.

HROZBY A PŘEKÁŽKY

Starší lidé se často potýkají s různými problémy, které jim brání v dokončení úkolu online. Je důležité, aby si při práci online vybudovali sebedůvěru ke zvládnutí překážek a hrozeb. Jedním ze způsobů, jak toho dosáhnout, je opakování úkolů se stále menší asistencí při jejich plnění a podpora samostatného využívání informačních a komunikačních technologií. Účastníkům školení můžete ukázat, že hrozby a překážky se často opakují, a poskytnout jim standardní bezpečný způsob, jak překonat stres a potíže vyplývající z používání ICT. Dospělí účastníci vzdělávání si obvykle před vlastním procesem učení stanovují cíle a zvažují, zda je obsah školení pro dosažení cíle relevantní.

MOTIVACE

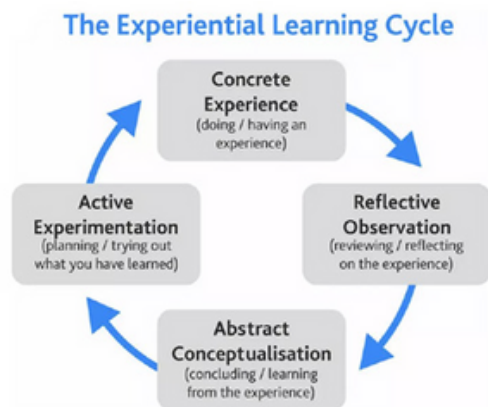
Zájem a motivace starších osob k učení je klíčovým faktorem úspěchu školení. Pozitivní motivace („společně zjistíme, jak se orientovat v problematice dezinformací“) je účinnější než motivace negativní („musíte se naučit rozeznávat fake news od seriózních, abyste nebyli manipulováni“). Školitelé považují tuto radu za mimořádně důležitou. Spíše než být pouhým školitelem, měli byste se snažit vzbudit správnou motivaci a ujistit se, že se účastníci cítí být zapojeni do každého kroku v procesu. Abyste dosáhli maximálních výsledků školení, neváhejte ho udělat interaktivní a využívat hry. Je také důležité, aby účastníci pochopili význam digitálních technologií pro své vlastní potřeby a preference. Pokud nové dovednosti a znalosti pomohou dospělým v každodenních situacích a potížích, mají zpravidla vnitřní motivaci k jejich získávání.

Aktivita a hluboké zpracování informací



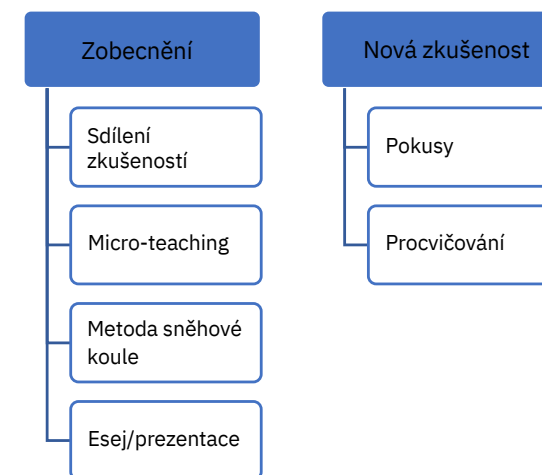
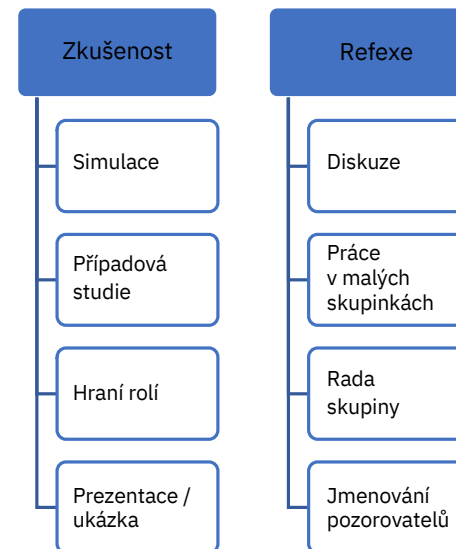
Výsledkem efektivního procesu učení je, že se nové znalosti/dovednosti uloží do **dlouhodobé paměti** studenta a následně se využijí při řešení problému. Pokud se nová znalost/dovednost do dlouhodobé paměti nedostane, vytvoří se pouze **pomíjivá paměťová stopa** a je zapomenuta. Pokud má mít mozková činnost spojená se zpracováním dané informace hlubší charakter, vyžaduje to **přímou tělesnou, mentální nebo psychickou aktivitu a zapojení více afektivních a kognitivních procesů**. Tato paměťová stopa v neuronové síti je trvalá a informace je uložena v dlouhodobé paměti (Neuroandragogika, 2019, s. 8–9).

Co to znamená pro přípravu učebního plánu? Výuka by měla vycházet z **Kolbova cyklu**, který do centra didaktického procesu staví **zkušenost studenta**:



Upraveno z: McLeod, 2013

Vaším úkolem je zařadit konkrétní techniky a metody do správné fáze postupu. Zde je několik příkladů:



A jaké **zásady** by měl školitel uplatňovat, aby byly potřeby dospělých studentů naplněny a proces výuky byl efektivní?

- ✦ **DŮLEŽITÉ!** Proveďte **diagnostiku potřeb** účastníků vzdělávání – ta určuje úspěšnost školicího programu. Každá skupina bude jiná a bude mít **různé cíle**, očekávání, záměry a aktuální dovednosti a znalosti. Zaměřte se při výuce na **studenty** a zohledněte jejich potřeby.
- ✦ Vytvořte **bezpečné, důvěryhodné a přívětivé vzdělávací prostředí** s kulturou empatie, respektu, laskavosti a pravdivosti. **Důvěra** je někdy právě to, co lidem nejvíc chybí ve vztahu k politikům, médiím nebo jiným autoritám. I když je to pro vás jako lektora výzva, důvěra je klíčová.
- ✦ **Komorní prostředí** s menším počtem studentů je mnohem lepší než velké akce. Žádoucí je pocit bezpečí.
- ✦ Uvědomte si, že studenti mohou mít problémy se **sluchem** nebo **zrakem**. Mluvte hlasitěji, ale nepůsobte dojmem, že křičíte. Snažte se zachovat klid.
- ✦ Projevujte **zájem o názory studentů** a povzbuzujte je, aby se podíleli na procesu učení: pokládejte otázky, propojujte informace s praxí.
- ✦ Ujistěte se, že všechny úkoly jsou **proveditelné**, abyste žáky během hodiny nestresovali.
- ✦ Projevte **pozitivní přístup** a poskytněte **konstruktivní a pozitivní zpětnou vazbu**.

- ✦ Dbejte na to, aby byl veškerý obsah **snadno pochopitelný**.
- ✦ **Respektujte** pocity a vnímání každého jednotlivého studenta.
- ✦ Udržujte **dynamiku** vyučovací hodiny. Dospělí studenti jsou schopni poslouchat a ukládat nové informace přibližně 20 minut – dělejte přestávky a střídějte metody.
- ✦ Udělejte z lekce **poutavý zážitek** založený na zkušenostním učení. Díky „učení se praxí“ je zkušenost spojena s osobní reflexí.
- ✦ Pokud to studenty příliš nezajímá, neztrácejte čas vysvětlováním složitých teoretických pojmů a procesů. Znalosti a dovednosti, které si vaši studenti osvojí, by měly vést k **praktickému využití a pozitivnímu dopadu** na jejich každodenní život.
- ✦ Máte-li možnost, **opakujte a procvičujte**, abyste upevnili učivo v paměti.
- ✦ Používejte **srozumitelný jazyk** a ve svém projevu dělejte **pauzy**. Dejte studentům čas na zpracování otázky a promýšlení odpovědi. **NESNAŽTE SE VĚCI USPĚCHAT!** Časový tlak a požadavky na rychlost mohou být závažným stresujícím faktorem.
- ✦ **Motivace** je hnací silou. Dávejte pozor, abyste studenty příliš nepřetěžovali, a v případě potřeby snižte kognitivní přetížení:
 - Některé informace prezentujte vizuálně a některé verbálně.
 - Rozdělte obsah do menších bloků a umožněte studentům určovat tempo.

- Odstraňte nepodstatný obsah.
 - Slova by měla být umístěna co nejbližší odpovídajícím grafickým prvkům.
 - Nečtěte text na obrazovce slovo za slovem.
- ✦ Kromě učebních materiálů je důležité, aby **technologie** byly pro starší dospělé **přístupnější** a aby byli studenti informováni, jak si mohou svá zařízení přizpůsobit pro lepší a snadnější používání. Např:
- Většině starších lidí prospěje alespoň mírné zvětšení velikosti textu.
 - Upravte barevný kontrast: s věkem se snižuje naše schopnost rozlišovat mezi určitými dvojicemi barev, zejména mezi bílou/žlutou a modrou/modrošedou.
 - Používání klávesových zkratk: používání několika běžných klávesových zkratk může snížit frustraci, aniž by to vyžadovalo náročnější učení.
 - Změňte rychlost, barvu a velikost kurzoru myši: s věkem se obecně snižuje rychlost a přesnost ovládání myši.
 - Pokud mají studenti problémy s angličtinou nebo jinými jazyky, pomozte jim nainstalovat do prohlížeče překladač. Pak je naučte používat pravé tlačítko myši k získání základního překladu. Tyto překladače nejsou nejlepšími lingvisty, ale umožňují získat základní představu o textu.



Nedávejte pokyny v rozkazovacím způsobu. Používejte nepřímý způsob, např: „Pojďme se společně podívat na tento článek.“



Umožněte procvičování získaných znalostí a dovedností. Pokud chcete, aby si žáci získané znalosti osvojili, je procvičování nezbytné.

Co je třeba zohlednit při analýze potřeb



Délka školení. Tento faktor se bude odvíjet od zaměření a možností vašeho kurzu. Doporučujeme na téma dezinformací uskutečnit alespoň tři samostatná sezení, aby byl dostatek prostoru pro teorii i praxi a účastníci měli možnost vstřebat nové informace a dovednosti.

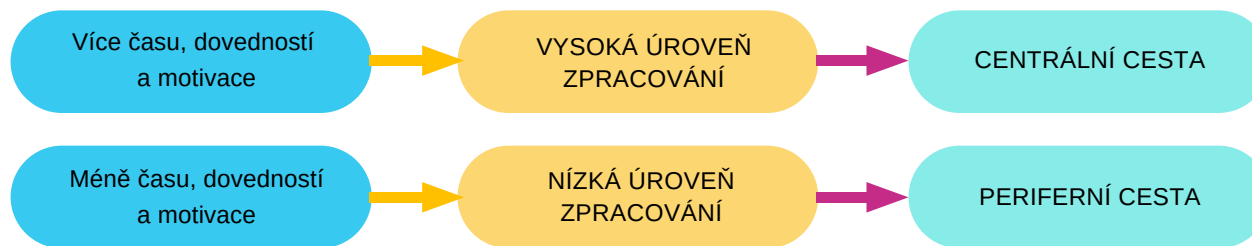
Dovednosti. Nezbytnou součástí přípravy všech kurzů je seznámení se se stávajícími dovednostmi studentů. To zahrnuje úroveň znalostí ICT, mediální gramotnosti a také znalosti angličtiny. Starší lidé mohou jako ice-breaker na začátku kurzu ocenit debatu, jak sami vnímají aktuální situaci na dezinformační scéně. Pomáhá to vytvářet **sociální vazby**, dává studentům příležitost být vyslyšeni a vám, lektorům, napoví, jakou strategii zvolit. Doporučujeme také zjistit, jaké **internetové platformy** vaši studenti používají a jak často se podle jejich názoru setkávají s fake news a dezinformacemi.

Zájem/motivace. Identifikujte, jaké **cíle a zájmy** vaši studenti mají a jaké nástroje a techniky tedy v kurzu používat. Rozhodující je také převaha vnitřní nebo vnější motivace a identita, ke které se vaši studenti vztahují. Debata nad **očekávanými** účastníků může být také zajímavou aktivitou k prolomení ledů. Jakých cílů chtějí účastí na vašem kurzu dosáhnout?

Jakmile budete mít všechny vstupní informace o svých studentech, rozhodněte, zda budete postupovat **centrální** nebo **periferní cestou**. Dva základní typy zpracování informací vysvětluje podrobněji tzv. **model pravděpodobnosti zpracování** (*elaboration likelihood model*).

Model pravděpodobnosti zpracování se snaží ukázat, jak lidé zpracovávají podněty odlišným způsobem a jak výsledky těchto procesů vedou ke změně postojů a následně i chování (Barradas, 2021).

Zpracování odkazuje na množství úsilí, které musí každý posluchač sdělení vynaložit, aby zprávu zpracoval a vyhodnotil, zapamatoval si ji a následně ji přijal nebo odmítl (Barradas, 2021).



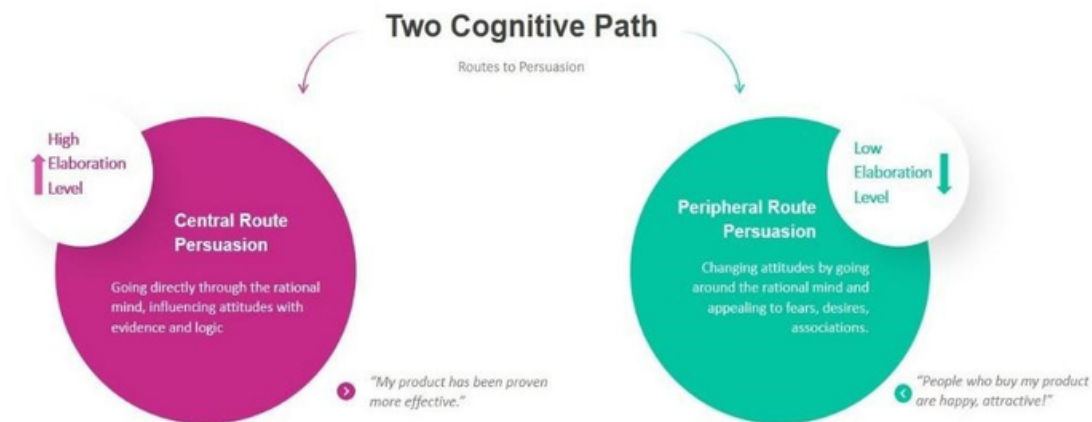
Zvolit **centrální cestu** znamená, že se soustředíme na předkládání **dat a faktů**, abycom přesvědčili své publikum o svém sdělení. Je řízena logikou a studenti se zajímají o analýzu informací a hluboké pochopení věcí. Tato cesta vytváří dlouhodobé postoje a studenti jsou při naplňování svého cíle méně rozptylováni.

Periferní cesta se naopak zaměřuje na **podněty**, které mají sdělení spojit s **pozitivními emocemi**.

Zpracování informací není tak hluboké a postoje jsou krátkodobé. Jde spíše o **kontext** než o samotnou informaci.

Budou samozřejmě existovat skupiny, kde bude v závislosti na konkrétních podmínkách vhodná kombinace obou cest.

ELABORATION LIKELIHOOD MODEL



Zdroj: Barradas, 2021.



Jak plánovat aktivitu



Výběr aktivit by měl vycházet z výsledků analýzy potřeb. Nejprve definujte problém a poté postupujte podle následujících kroků:

Definujte potřebu nebo problém.

Např.: „Účastníci si nejsou jistí, jak ověřit pravost fotografie.“

Určete cíle z hlediska požadovaných znalostí a dovedností (ideální stav toho, co by se žáci měli naučit).

Např.: „Účastníci jsou si vědomi problematiky manipulace fotografií a dokáží s jistotou používat nástroje k ověření fotografie.“

Naplánujte si aktivity, které povedou ke zlepšení znalostí a dovedností v oblasti, jež jste identifikovali v předchozím kroku. Snažte se co nejvíce kombinovat frontální výuku s různými interaktivními úkoly.

Např. rozešlete články s obrázky, které je třeba ověřit buď v Google Reverse Search nebo v TinEye (více viz Výukové plány).

Více o metodách, které doporučujeme v našich výukových plánech

Využití myšlenkových map

Ať už studentům představujete nové téma, nebo mají účastníci vypracovat úkol na papíře či v elektronické podobě, individuálně nebo ve skupině, podporujte využívání tzv. myšlenkových map, které jsou skvělým nástrojem k **zefektivnění** vzdělávacího procesu a usnadnění **zapamatování**. Myšlenkové mapy jsou **grafickým znázorněním myšlenek** pomocí **klíčových slov** a obvykle jsou také doplněny **obrázky**.

Při tradičním procesu učení založeném na čtení textu se zaměstnává především levá mozková hemisféra. Díky grafickému znázornění, obrázkům a barvám se však aktivuje větší část pravé mozkové hemisféry. Zapojení obou hemisfér vede k aktivizaci větší **kreativity**, takže často mohou vzniknout i **nové představy a nápady**.

Názornost myšlenkové mapy nám navíc umožňuje vidět informace v **širších souvislostech**, nikoliv jen izolovaně, a lépe si uvědomovat jejich vztahy (Posolda).

Myšlenkové mapy nám tedy pomáhají vytvářet nové myšlenky, lépe problematice porozumět a také významně podporují naši paměť. Můžeme je využít například při učení, plánování, řešení problémů nebo vytváření projektů.

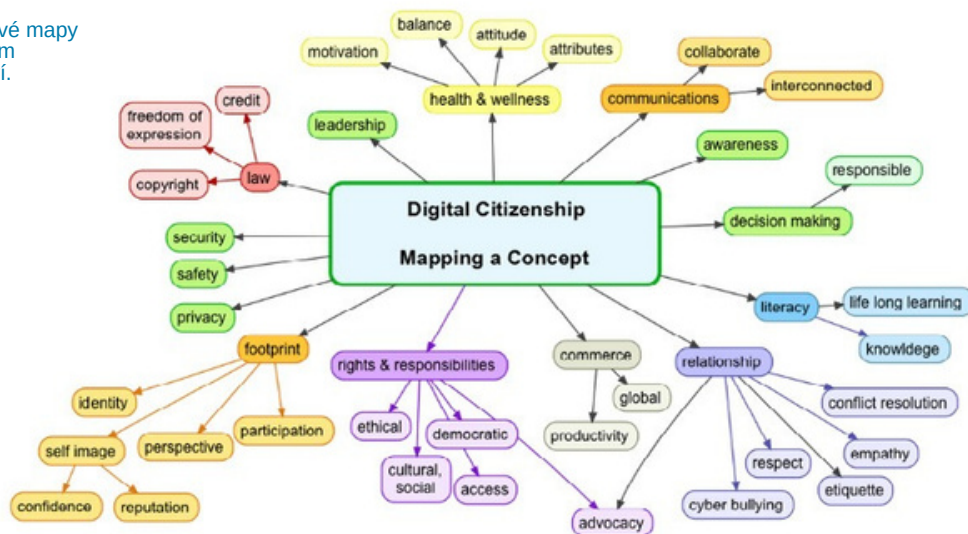
Jak to tedy funguje? Začněte **hlavním tématem** (slovem nebo obrázkem) uprostřed papíru/obrazovky. Od hlavního tématu vedte za-

křivené čáry (zakřivené kvůli stimulaci pravé hemisféry) k **dílčím tématům**. Z nich bude vycházet další, menší větvení atd. Doporučujeme používat **obrázky, symboly** a různé **barvy**. Myšlenkové mapy mají být stručné a jasné, proto nepoužívejte celé věty, ale pouze **klíčová slova, krátké nadpisy** nebo **fráze**.

Výhodou učení pomocí myšlenkových map je, že když si mapu nakreslíme, zároveň se vlastně učíme a při kreslení relaxujeme. Dá se říci, že jde o způsob učení přirozeným způsobem, který nevyvolává nechuť, jež může u některých lidí vznikat při tradičním učení.

Pro větší stimulaci mozku se doporučuje kreslit ručně, ale na internetu existují různé generátory myšlenkových map, které můžete rovněž použít (například <https://www.mindmup.com>). Jejich výhodou je, že pokud nejste dobří kreslíři, můžete si do nich nahrát i obrázky z internetu.

Příklad myšlenkové mapy s hlavním tématem digitální občanství.
Zdroj: DeWaard



Skládačková technika

Skládačková technika je efektivní alternativou k frontální výuce. Zahrnuje **peer-learningovou metodu** a **spolupráci v týmu** místo pouhého pasivního poslouchání prezentace školitele. Lze ji použít při různých činnostech, ať už jde o teoretický výzkum nebo praktické činnosti.

Obvykle **zpřijemňuje** výuku a **motivuje** účastníky, jelikož se aktivně podílejí na procesu učení.

Studenti jsou rozděleni do skupin a každý účastník (nebo dvojice) dostane ve skupině samostatný úkol (např. analyzovat jazyk článku, druhý zkontrolovat zdroje atd.). Po určitém samostudiu sestavte „expertní skupiny“, v nichž se sejdou členové se stejným úkolem z každé skupiny. Poté jim dejte nějaký čas na společnou diskusi o tématu a přípravu

prezentací na dané téma. Následně je pošlete zpět do jejich původních skupin a nechte je své téma představit. Vyzvete ostatní členy skupiny, aby kladli otázky. Tímto způsobem, například při analýze článku o manipulativních technikách, společně získají **úplnou analýzu** a **navzájem se od sebe učí**. Tím, že téma **vysvětlíme** i ostatním účastníkům, se nám také hlouběji upevní v paměti.

Školitel, který využívá tuto techniku, má spíše roli mentora než lektora. Měl by pomáhat a asistovat, pokud je to potřeba, ale zodpovědnost by měla být přenesena na účastníky.

Podpora dospělých v samostudiu s využitím ICT



40

Úspěšný kurz by měl studenty motivovat k dalšímu poznávání a sebevzdělávání. Při prohlubování úrovně znalostí a dovedností studentů bude v tomto ohledu klíčovým faktorem jejich **vlastní motivace**.

Účastníci by také měli z vašich kurzů odcházet s výčetem praktických nástrojů, které mohou v každodenním životě využít.

Pro podporu dalšího procvičování věnujte pozornost webové aplikaci Break the Chain a dynamickému demonstrátoru, které budou k dispozici v sedmi evropských jazycích.

Hybridní / online výuka



Ačkoli se vzhledem ke vzájemnému porozumění a psychologickému aspektu, na který je v této příručce poukazováno, důrazně doporučuje pořádat prezenční školení o dezinformacích, situace si může vyžádat i **distanční výuku**, jako tomu bylo v případě epidemie covid-19. Školitelé i studenti by tedy měli být připraveni na to, že může být třeba přistoupit k online školení, které by mohlo být pro dospělé 55+ a jejich školitele náročné, neboť někteří z nich s komunikačními technologiemi a distančním vzděláváním nemají zkušenosti.

Přinášíme několik tipů, které by mohly zabránit šoku z přechodu na digitální prostředí.

Formát a možnosti vašeho kurzu společně s dovednostmi účastníků určují, zda použít synchronní nebo asynchronní online výuku, případně obojí. **Synchronní výuka** znamená, že účastníci i školitel jsou zapojeni do výuky **ve stejnou dobu** a mohou **spolu komunikovat**. Typickým příkladem jsou webové konference nebo virtuální učebny. Mezi uživatelsky nejprůběžnější patří **Zoom**, **Google Meet** nebo **Microsoft Teams**. Odkaz na konferenční místnost lze zaslat e-mailem a účastníci se mohou připojit v podstatě několika kliknutími, takže to zvládnou i ti méně zdatní. Velkou výhodou synchronní výuky je, že školitel může účastníkům **pomáhat** při řešení různých problémů a **navigovat** je v online prostředí naživo prostřednictvím videohovoru nebo chatu. Skvělým nástrojem je také funkce **sdílení obrazovky**, pomocí které mohou školitelé zobrazovat předem připravené materiály a prezentace. Výhodou také je, že školení lze **nahrát** a je tak možné kdykoliv se k němu vrátit nebo jej sledovat opakovaně.

Další výhody synchronního učení jsou:

- interakce mezi účastníky;
- sdílení znalostí a zkušeností mezi účastníky;
- zpětná vazba pro instruktora v reálném čase;
- školení probíhá podle pevně stanoveného harmonogramu (Priscila, 2020).

Abyste předešli jednosměrné komunikaci mezi školitelem a účastníky během online výuky, ujistěte se, zda daná platforma umožňuje tzv. **breakout rooms** (menší diskuzní skupiny) – soukromé prostory určené pro skupinovou interakci. Podporují je aplikace Zoom, Google meets i MS Teams. Účastníky můžete rozdělit na menší týmy a nechat je pracovat odděleně. **Práce ve skupině** je z hlediska výuky důležitá a breakout rooms mohou sloužit jako **online náhražka skupinové diskuse**.

Výhody asynchronního učení:

- účastníci se mohou učit dle svých časových možností a programu;
- méně práce pro školitele;
- automatizované úkoly snižují počet opakujících se činností, jako je vedení online lekcí a hodnocení testů (Priscila, 2020).

Při **asynchronní výuce** naopak nedochází k interakci účastníků v reálném čase. Jedná se o předem vytvořený online obsah, ke kterému mají účastníci kdykoli přístup. Příkladem jsou systémy pro řízení výuky (LMS), jako je Moodle, kde lze vytvořit celý výukový plán.

V následující tabulce můžete porovnat různé formy synchronního a asynchronního vzdělávání:

Synchronní výuka	Asynchronní výuka
Klasická třída	Záznam výuky
Okamžité zasílání zpráv/chat	E-mail
Okamžitá zpětná vazba od školitele a kolegů	Zaslání dotazu a čekání na odpověď
Telefonát	Nahraná hlasová zpráva
Osobní školení	Školení online (bez přímého přenosu)
Webinář vysílaný živě	Předem nahraný webinář
Tempo určené skupinou	Individuální tempo
Stejný čas pro všechny	Libovolný čas

(Priscila, 2020)

Nejlepší možností pro dospělé 55+ bude pravděpodobně kombinace obou způsobů učení, synchronního i asynchronního – tzv. **hybridní** nebo **kombinované učení**. Jedná se o kombinaci živých lekcí/webinářů s předem nahranými přednáškami nebo prezentacemi, ke kterým lze přistupovat samostatně.



DEZINFORMACE PRAKTICKÁ ČÁST



PRAKTICKÁ ČÁST

Strategická komunikace: Jak předcházet konfliktům a mluvit s lidmi s odlišným názorem

Prevence konfliktů je důležitou součástí výbavy lektora při vstupu na půdu tématu dezinformací. Vzhledem k tomu, že v této problematice hraje zásadní roli emocionální aspekt, může debata snadno přerůst v bouřlivý konflikt. Nad emocemi studentů nemůžete mít úplnou kontrolu, ale měli byste být připraveni na to, že tyto situace mohou nastat. Následující tipy vám pomohou vyhrocení konfliktu zabránit.

SNAŽTE SE POROZUMĚT, NIKOLI PŘESVĚDČOVAT

Buďte z hlediska účelu školení strategičtí – cílem by mělo být porozumění, nikoli přesvědčování. Když víte, jak náročný a dlouhodobý proces je změnit něčí přesvědčení, měli byste snížit očekávání od svých lektorských superschopností a zaměřit se na vhodné podmínky, které pomohou studentovi otevřít dveře k jeho vlastnímu uvědomění.

DOBŘÝ VZTAH JE KLÍČOVÝ

I kdybyste studentům předložili sebevíc faktů, nebude to účinné, pokud se vám s nimi nepodaří navázat dobrý vztah. Je nutné projevit respekt k jejich názorům a vytvořit atmosféru důvěry. Buďte součástí skupiny a nedívejte se na názory a dovednosti studentů svrchu. Musí mít pocit, že to

není souboj vy versus oni, ale spíše my versus problém. Jednoduše je nevyzývejte k souboji, ale ke společnému hledání pravdy.

SVOBODA NAJÍT CHYBU

Znovu připomeňme, že snaha přesvědčit studenty, aby změnilí svůj názor pouze na základě faktů, které jim předložíte, bude málokdy účinná. Jejich neochota je často způsobena strachem, že jsou manipulováni k jinému názoru, takže pokud vám opravdu nedůvěřují, mohou mít problém přijmout to, co se je snažíte naučit. Ukažte jim, že důvěřujete jejich schopnostem, a nechte je, aby na chybu přišli sami, místo abyste je jen poučovali. Můžete je jemně nasměrovat tím, že je upozorníte na nesrovnalosti v jejich názoru a budete o nich diskutovat.

NEKÁZAT, ALE PTÁT SE

Protože předpokladem by vždy měla být snaha porozumět cílové skupině, vyhněte se poučování a místo toho se ptejte. Nepoužívejte otázky typu: „Proč...?“, které by mohly studenty stresovat, ale podpořte je, aby se nebáli vysvětlit své důvody. Požádejte je o bližší informace otázkami typu: „Co si myslíte o...?“ „Na čem je založena vaše domněnka?“ „Co by změnilo váš názor?“ Tímto dotazem také sami získáte možnost vyhodnotit situaci, upravit svá očekávání a přizpůsobit své metody.

HLEDEJTE SHODU

Vyzdvihování rozdílů a poukazování na neschopnost a nedostatek dovedností žáků povede jen k další frustraci. Začněte na pevné pů-

dě a najděte to, na čem se shodnete, např. „Svět internetu je nepřehledný a je těžké se v něm vyznat.“ nebo „Nikdo nechce být manipulován.“ Vaši studenti potřebují mít pocit, že s vámi mají něco společného. Abyste upevnili pole shody, můžete se vzdát svých vyhraněných postojů a připustit, že nic není jen černobílé.

ZLATÝ MOST

Je důležité, aby vaši studenti za žádnou cenu neztratili svou tvář a důstojnost. Ukažte jim, že není špatné změnit své přesvědčení a názor a že je přirozené se vzdělávat a růst.

NENALÉHEJTE

Změna přesvědčení vyžaduje spoustu času a úsilí, proto na nikoho netlačte. Můžete pouze nasměrovat a pomoci, ale konečné rozhodnutí musí učinit studenti sami.

JDĚTE PŘÍKLADEM

Buďte k sobě upřímní. Musíte se smířit s tím, že všichni podléháme kognitivnímu zkreslení a všichni děláme chyby, které jsou pro náš mozek přirozené. Přiznejte si, jak těžké je změnit to, čemu věříme nebo chceme věřit. Jsme na stejné lodi, jen naše míra otevřenosti je jiná. Jediné, co nás může v těchto neklidných vodách zachránit, je empatie a vědomí naší zranitelnosti. Vysvětlíte, co vás přimělo vytvořit si svůj názor a že jste ochotni své vlastní přesvědčení změnit.

Jak poznat fake news

Nezapomeňte zdůraznit, že neexistuje žádný zaručený recept na rozpoznání dezinformace, který by se dal využít ve všech případech. Situace se mění velmi rychle a dezinformátoři s pomocí technologií nacházejí nové způsoby, jak dezinformace maskovat. Mění se také témata, která reagují na palčivé problémy veřejné debaty. Kdyby to bylo snadné, fact-checkeři by nepotřebovali hodiny k ověřování faktů a dezinformace by nebyly tak rozšířené a efektivní. Existuje však několik tipů, jak kvalitní zprávy od falešných rozeznat.

SERIÓZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ	FAKE NEWS
Zprávy by měly odpovídat faktům, které byly potvrzeny svědky. Nemělo by se v nich objevovat žádné hodnocení, komentáře nebo spekulace reportéra. Pokud se jedná o reportáž zaměřenou na analýzu či hodnocení faktů, měla by být nejprve představena VŠECHNA fakta, nikoliv pouze jeden úhel pohledu.	Hodnocení, komentáře, spekulace, pouze jeden úhel pohledu.
Umožňuje nám, abychom si sami vytvořili svůj názor.	Názor nám vnucuje.
Jméno autora je uvedeno.	Anonymní (nikdo nechce být zodpovědný).
Zdroje jsou uvedeny a dohledatelné.	Nejsou uvedeny žádné zdroje nebo jsou zfalšované.
S informacemi pracují i jiná média.	Nejsou žádná jiná média, která by se danou informací zabývala.
Text je neutrální, informativní a obsahuje řádné argumenty.	Text obsahuje nálepkování, hanlivé výrazy, slabé nebo žádné argumenty a snaží se čtenáře přesvědčit.
Uvádí racionální argumenty.	Vyvolává silné emoce.
Fotografie jsou ve správném kontextu a je uveden autor.	Fotografie jsou upravené, v nesprávném kontextu a jejich původ je sporný.
Čtenáře k ničemu nenutí.	Vyzývá k akci.

5 OTÁZEK k posouzení mediálního obsahu



Největší nezisková lidskoprávní organizace v České republice, Člověk v tísní, propagátor a průkopník mediální gramotnosti na základních a středních školách, vytvořil praktickou pomůcku (JSNŠ, 2018), kterou jsme upravili pro účely této příručky. Pro posouzení mediálního obsahu je třeba zvážit **5 základních otázek**:

JAK?

Jak sdělení poutá pozornost čtenáře? Jaký je **jazyk** a **audiovizuální forma**? Jaké **emoce** vyvolává?

Zaměřte se na clickbaity a použité fotografie a videa. Jazyk dezinformací je emotivní, hodnotící a autor se obrací přímo na čtenáře.

KOMU?

Kdo je **cílová skupina** a jak se k ní sdělení dostane? Jak se šíří? Jak může ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?

Dezinformace se zaměřuje na konkrétní publikum. Obsah a forma jsou přizpůsobeny přesně jeho charakteristice, která je určena sběrem dat a algoritmy.

KDO?

Kdo je **autorem**? Lze o něm dohledat nějaké informace? Kdo je za zveřejnění zodpovědný?

Specializace autora (marketing, žurnalistika...) a osoba odpovědná za zveřejnění mediálního sdělení nám může pomoci určit souvislosti sdělení a možné důvody, proč bylo zveřejněno. Pokud autor skrývá svou identitu, měli bychom se mít před jejím obsahem na pozoru.

CO?

Jaký je **obsah** sdělení a jaké **názory** a **hodnoty** jsou v něm obsaženy? Chybí **další úhly pohledu**? Jsou uvedeny **zdroje** a jsou ověřitelné?

Účel sdělení by měl být zřejmý a rozlišitelný. Jedná se o zpravodajství, komentář nebo placenou reklamu? Zdroje by měly být vždy uvedeny, aby si mohl čtenář jejich věrohodnost ověřit. V opačném případě si může vymyslet kdokoli cokoli.

PROČ?

Proč byla zpráva vytvořena? Kdo z něj má **prospěch** nebo **zisk**?

Důvod, proč byla informace vytvořena, pomáhá pochopit důvody a cíle jejího autora. Přínos může být různý: reklamní trik, komerční zisk, upevnění postavení, vzdělávání atd.

Několik poznámek k obsahu příkladů dezinformací



Bud'te otevření potřebám svých studentů. Požádejte je, aby vám poslali/přinesli do výuky příklady dezinformací, na které narazili na internetu, nebo informace/příspěvky, které by si chtěli ověřit. Upevníte tak vztah se studenty a dáte najevo, že vaším hlavním záměrem je pomoci jim zorientovat se v internetové džungli.

I když je to lákavé, snažte se vyhnout příkladům dezinformací, které se týkají aktuálních kontroverzních politických témat zatížených bouřlivými emocemi. Vždy musíte být připraveni pracovat se studenty s různými názory a přesvědčeními, ale pokud máte například pocit, že by některá témata mohla přinést nežádoucí atmosféru, snažte se vybrat příklady z jiných témat. Doporučujeme zařadit i příklady klamavé reklamy, protože starší dospělí na ni mohou být náchylnější.

Na druhou stranu je motivace a uvědomění vyšší, pokud jsou informace pro publikum **relevantní** a nějakým způsobem se vztahují k **totožnosti** jeho členů. Lidé budou ochotnější diskutovat o informacích týkajících se bezpečnosti jejich rodiny než o politických tendencích na jiném kontinentu. Proto by váš výběr témat měl být **vyvážený, motivující**, ale **neměl by vyvolávat nepříjemné emoce**. Můžete zkusit začít reklamními dezinformacemi, které obvykle nejsou spojeny s žádným přesvědčením nebo názorem a kde mohou být techniky manipulace zřejmější.

Teprve později pak použijte stejné metody na další cíle dezinformací. Ve výukových plánech v druhé části této příručky využíváme příklady v angličtině, nicméně od školitelů se očekává, že si připraví vlastní příklady dezinformací v **rodném jazyce** účastníků, s ohledem na kulturní prostředí dané země a další charakteristiky skupiny.

Postarejte se o to, aby studenti pochopili, že tu nejste proto, abyste jim říkali, které informace jsou správné a které ne. Jste tu od toho, abyste jim předali znalosti technik a nástrojů, které dezinformátoři používají. Ze stejného důvodu zůstaňte objektivní a vyhněte se prosazování svých osobních názorů a postojů. Na druhou stranu však zůstaňte lidští a uznejte, že udržet krok s vynalézavostí a lstivostí dezinformátorů je skutečná výzva a že si vaši studenti za svou odvahu čelit dezinformacím zaslouží obdiv.

Hodnocení



K **ověření získaných znalostí**, ale i k dalším činnostem můžete využít **online kvízové platformy**. Ověřování znalostí formou kvízové hry není tak stresující jako testy a obvykle motivuje mladé i starší studenty k učení formou hry. Na platformách jako **Join a Quizizz** nebo **Kahoot** si můžete snadno připravit vlastní test nebo si vybrat z databáze kvízů na různá témata a v různých jazycích, včetně fake news a dezinformací.

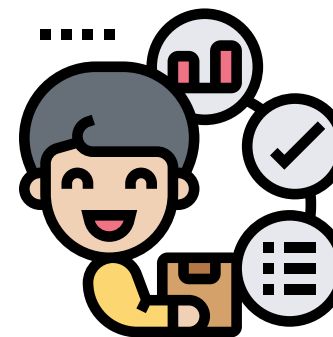
Chcete-li ověřit faktické znalosti, schopnost ověřovat fakta, identifikovat manipulativní strategie a efektivně používat digitální zařízení, můžete žákům zadat velmi podobné nebo stejné vstupní a závěrečné testy a zhodnotit pokrok.

Další metoda, která pomáhá studentům utřídit jejich znalosti a dovednosti a umožňuje školiteli ověřit pochopení problematiky ze strany studentů, se nazývá **3–2–1**. Na konci lekce jsou účastníci požádáni, aby si zapsali:

- **Tři věci, které se z této lekce nebo z textu naučili.**
- **Dvě otázky, které je ještě napadají.**
- **Jedna věc, která se jim na lekci nebo textu líbila.**

Odpovědi studentů použijte při rozhodování o způsobu další výuky. Mohou vám pomoci identifikovat oblasti učiva, které možná budete muset znovu zopakovat, nebo pojmy či aktivity, které studenty obzvláště zajímají.

Sdílení odpovědí 3–2–1 je také účinným způsobem, jak **podnítit diskusi** ve třídě nebo **zopakovat látku** z předchozí hodiny (Facing history and Ourselves, 2014).





VÝUKOVÉ PLÁNY A TIPY DO VÝUKY

Výukové plány a tipy do výuky

Další část příručky obsahuje několik tipů na výukové plány k nejdůležitějším tématům, které mohou být inspirací pro vaše kurzy. Obsahují taktéž odkazy na teoretickou část příručky, kdyby bylo třeba úkoly podpořit teoretickými poznatky.

Pořadí lekcí je pouze doporučené a lze je přizpůsobit vašim potřebám. Lekce fungují i samostatně, takže si je možné vybrat pouze jednotlivé části plánů.

Po absolvování školení účastník:



- Rozumí základním pojmům používaných v souvislosti s dezinformacemi a fake news a je schopen je vysvětlit.
- Chápe, proč se v dezinformacích používají negativní narativy.
- Chápe, jak stereotypy a konfirmační zkreslení ovlivňují naše rozhodování.
- Rozpozná, kdy dezinformátoři využívají stereotypy a konfirmační zkreslení.
- Chápe základy ověřování informací.
- Rozpozná cíle dezinformací a používané techniky.
- Aplikuje znalosti na samostatné ověřování informací.
- Chápe důsledky sdílení nepravdivých informací pro společnost i pro sebe sama.
- Ověří fotografii nebo video online.
- Rozpozná fotografii/video zobrazující odlišnou událost, čas a místo (v nesprávném kontextu).
- Chápe, jak lze fotografii upravit.
- Rozliší mezi názorem a faktem použitým ve zpravodajství.
- Chápe, jakou roli hrají fakta a názory ve fungující demokracii.
- Posoudí důvěryhodnost médií.
- Rozumí fungování bezplatných sociálních sítí.
- Je si vědom existence falešných účtů na sociálních sítích – trollů a botů.
- Je si vědom nebezpečí, které mohou sociální sítě představovat.
- Chápe, jak algoritmy ovlivňují to, co vidíme online.
- Je si vědom povahy řetězového rozesílání e-mailů.
- Rozumí tomu, jak reagovat na řetězové e-maily a dezinformace.
- Dále rozvíjí své kritické myšlení a analytické schopnosti pro posuzování mediálního obsahu.

DEZINFORMACE: ZÁKLADNÍ POJMY

ČAS:

Doporučený čas je orientační. Záleží na pracovním tempu účastníků a na materiálech/dezinformačních příkladech použitých v rámci lekcí. Cílem není pracovat co nejrychleji, ale vytvořit motivující pracovní prostředí.

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Předpokládáme, že budete při výuce používat elektronická zařízení (tablety, notebooky, mobilní telefony apod.), takže materiály, které budete s účastníky sdílet, budou již staženy do těchto zařízení, popř. se dohodnete na formě distribuce materiálů.

PŘÍKLADY DEZINFORMACÍ:

Předpokládáme, že budete pracovat s materiály ve vašem jazyce a kolujícími ve vaší zemi. Příručka byla vytvořena pro všechny projektové partnery, takže obsahuje pouze rámcové příklady v angličtině. Přizpůsobte si ji podle svých potřeb.

TÉMA: ÚVOD DO SVĚTA DEZINFORMACÍ – ZÁKLADNÍ POJMY

CÍLE VÝUKY:

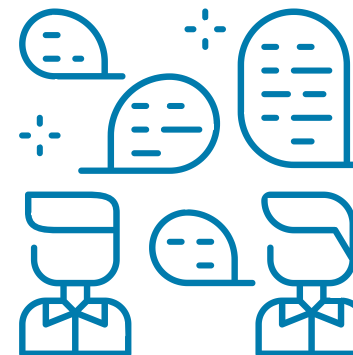
- Představit hravou formou téma dezinformací.
- Vytvořit příjemné motivující prostředí, kde je získávání nových znalostí zábavou.
- Dokázat pochopit a vysvětlit základní pojmy používané v souvislosti s dezinformacemi a fake news.
- Pro školitele: Ověřit stávající znalosti a postoje týkající se dezinformací.

VÝCHODISKA:

Cílem lekce není přimět dospělé, aby se naučili pojmy nazpaměť. Je však důležité, aby rozuměli jejich významu a dokázali je přiřadit k příkladům. Doporučujeme, aby si účastníci seznam pojmů uschovali jako osobní pomůcku a použili jej, kdykoli to bude potřeba.

ČAS:

45–60 min. v závislosti na diskusi



PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Křížovka na téma dezinformací – použijte některý z uživatelsky přívětivých online generátorů křížovek (např. <https://crosswordlabs.com>), a dále příklady z reálného života demonstrující pojmy, které lze promítnout na plátno, jmenovky, psací potřeby apod.



Úvedení do tématu

Frontální

- Přivítejte své publikum v rychle se měnícím světě technologií a médií.
- Ujistěte je, že při tomto tempu rozhodně není žádná ostuda nesledovat všechny změny. Existuje však několik zásad, které jim pomohou neztratit se v zahlcujícím přívalu informací a omezit negativní vliv dezinformací.
- Nabídněte jim, abyste si společně prošli nejdůležitější pojmy z oblasti dezinformací a pochopili, co znamenají.
- Pokud se účastníci navzájem neznají, použijte jmenovky, dokud si jména nezapamatujete.

Expozice / zkušenost

Skupiny

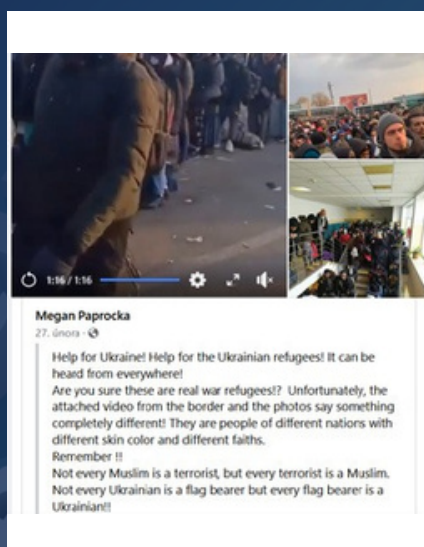
- Rozdělte účastníky do skupin.
- Každému dejte k dispozici křížovku.
- Dejte všem prostor, aby si indicie nejprve individuálně přečetli a pokusili se křížovku vyluštit, poté ji společně prodiskutovali a zkontrolovali ve skupinách.
- Monitorujte činnost a v případě potřeby pomáhejte.

Reflexe / Zobecnění

Třída / Frontální

- Vyžádejte si od účastníků odpovědi a společně je zkontrolujte.
- Pro lepší pochopení a lepší zapamatování použijte tabuli a pojmy si zapište do myšlenkové mapy.
- Společně zkontrolujte výsledky a vyvolejte diskusi o tom, jak studenti pojmům rozumí. Vyzvěte je, aby uvedli příklady, se kterými mají zkušenosti.
- Doporučujeme mít předem připravenou prezentaci příkladů demonstrujících znaky jednotlivých pojmů. Čím více smyslů zapojíme, tím lépe si informace zapamatujeme. Pokud jsou pojmy propojeny s příklady z reálného života, diskuze se může zajímavě rozvinout.

53



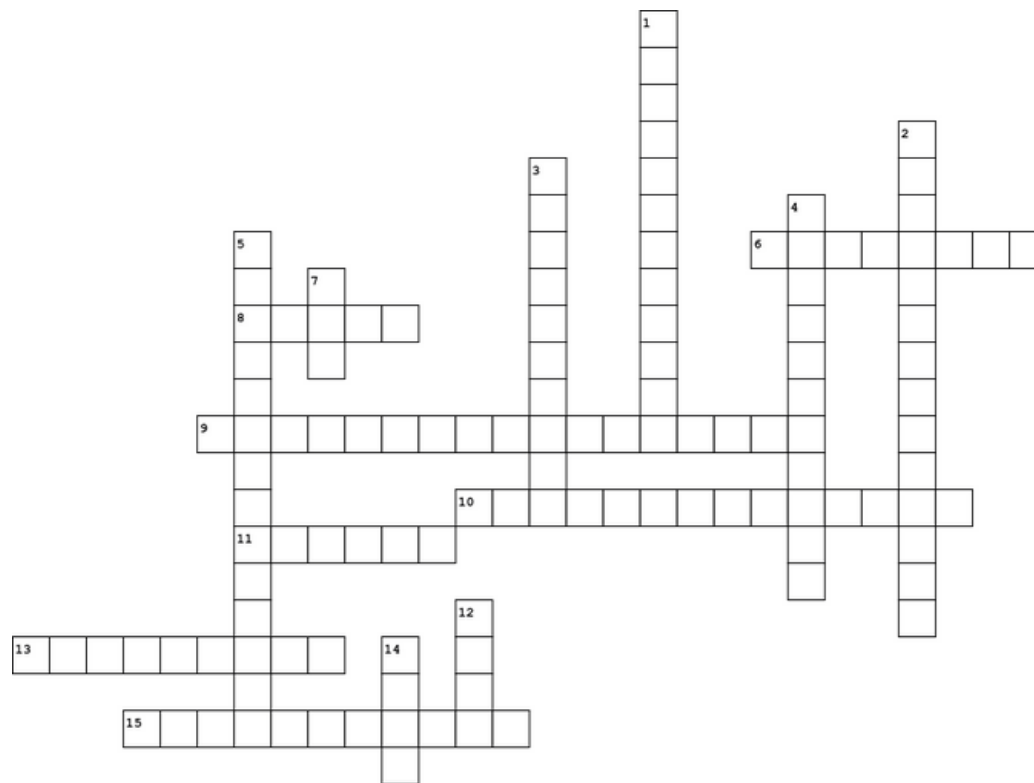
Zdroj příkladů: Facebook, Demagog

**Nová zkušenost /
Reflexe / Zobecnění**

**Skupiny /
Frontální**

- Promíchejte účastníky ve skupinách a každé skupině nabídněte sadu příkladů dezinformací (clickbaity, spam, fake news, klamavá reklama, příspěvky trollů na sociálních sítích atd.).
- Vyzvěte je, aby si zapsali rysy těchto příkladů a společně je pojmenovali.
- Ověřte si porozumění. Neptejte se: „Rozumíte tématu?“, ale použijte konkrétní otázky ověřující porozumění obsahu lekce, například: „Jaký je rozdíl mezi dezinformací a mylnou informací?“

Ukázka křížovky v češtině:



Vodorovně

6 – Nový termín pro druh dezinformace, která napodobuje obsah zpravodajských médií. Částečně se opírá o věrohodné informace, takže vypadá důvěryhodně, ale tón je spíše senzační.

8 – Osoba, která se účastní internetových diskusí a vyvolává spory, provokuje a uráží ostatní diskutující, odvádí pozornost od tématu a šíří cynismus a nedůvěru ve vše. Obecně je cílem manipulovat veřejným míněním a poštvat občany proti sobě. Někteří to dělají pro zábavu, někteří jsou za tuto činnost placeni.

9 – Teorie, která vysvětluje nějakou událost nebo soubor okolností jako výsledek tajného spiknutí elitních orgánů, například vlády, tajných služeb nebo ekonomických skupin.

10 – Jakákoli reklama nebo propagace, která zkresluje povahu, vlastnosti, kvalitu nebo zeměpisný původ zboží, služeb nebo obchodních aktivit. Klamavá nebo nepravdivá reklama může vést spotřebitele k nákupu výrobků, které jsou ve skutečnosti padělané, vadné, nebo dokonce nebezpečné.

11 – Skupiny lidí, které vznikly v kyberprostoru jako reakce na činnost a vliv trollů. Ověřují informace a bojují proti dezinformacím jejich vyvracením. Na rozdíl od trollů farem není jejich činnost placená.

13 – Senzační titulek nebo text, který vyvolává emocionální odezvu, někdy doprovázený provokativní nebo lákavou fotografií/videem. Jeho cílem je upoutat pozornost a přimět lidi ke kliknutí na odkazy na konkrétní webové stránky, které často obsahují reklamu.

15 – Organizované skupiny trollů, jejichž hlavním úkolem je produkovat obrovské množství dezinformací a zahlcovat kybernetický prostor.

Svisle

1 – Dezinformace vytvořená a sdílená se záměrem úmyslně oklamat čtenáře/posluchače a cílem zmanipulovat nebo zmást veřejné mínění.

2 – Nepravdivá informace sdílená bez záměru oklamat. Typickým příkladem jsou městské legendy – lidové humorné nebo děsivé příběhy, které se staly „známému známého“. Záměrem je sdílet vzrušující příběh se snahou upoutat pozornost, nikoliv oklamat a manipulovat čtenáře/posluchače.

3 – Šíření informací s cílem záměrně formovat myšlení, postoje a chování veřejnosti tak, aby reakce byly v souladu se záměry a potřebami propagandisty. Zatímco bílá propaganda (= *public relations*) využívá pravdivé a objektivní informace k ovlivnění veřejného mínění (např. očkovací kampaň), nástroji černé propagandy jsou dezinformace nebo skandalizace se záměrem pošpinit nebo oslabit protivníka.

4 – Osoba, jejímž úkolem je ověřovat faktické informace, zejména v publikovaných materiálech.

5 – Hromadně přeposílaný e-mail, jehož obsah obvykle tvoří dezinformace, hoaxy, propaganda nebo komerční nabídky a vyzývá k dalšímu přeposílání. Řetězové e-maily mohou obsahovat přílohy s nebezpečnými počítačovými kódy (viry, trojské koně) a e-mailové adresy příjemců mohou být zneužity.

7 – Počítačový program, který automaticky vytváří falešné profily na sociálních sítích a může být naprogramován tak, aby samostatně šířil, sdílel a komentoval příspěvky.

12 – Nevyžádaná zpráva, obvykle e-mail, masově šířená na internetu. Původně komerční, nyní může obsahovat nejrůznější manipulativní obsah.

14 – Příklad dezinformace v podobě poplašné řetězové zprávy, která vybízí čtenáře k jejímu dalšímu rozeslání nebo sdílení.

TIPY:

- Pokud z analýzy potřeb vyplývá, že znalost problematiky je velmi nízká, zvažte nejprve představení a prodiskutování příkladů a teprve poté přejděte ke křížovce. Důvodem je, že pro některé účastníky může být frustrující, když jsou konfrontováni s tolika novými pojmy najednou.
- V závislosti na úrovni znalostí účastníků připravte křížovku s nápovědou nebo bez nápovědy (tj. se seznamem pojmů, ze kterých si mohou vybrat, nebo bez něj). U cílové skupiny 55+ ji doporučujeme pro snazší orientaci do úkolu zařadit.
- Zdůrazněte pojem záměru jako rozdíl mezi dezinformací a mylnou informací.
- Připomeňte studentům, že rozhodně není nutné, aby si pojmy a definice pamatovali nazpaměť. Naopak by měl seznam sloužit jako pomůcka, ke které se studenti mohou v průběhu školení vracet. Vyzvěte je, aby si seznam odnesli domů a mohli ho v případě potřeby použít jako slovníček.



POZITIVNÍ NARATIVY

**TÉMA: NAVÁZÁNÍ DOBRÉHO
VZTAHU, POSÍLENÍ DŮVĚRY
A MOTIVACE ŽÁKŮ K BOJI
S NEGATIVNÍMI NARATIVY**

CÍLE VÝUKY:

- Motivovat účastníky, aby se k vám přidali v boji za společný cíl.
- Pochopit, proč se negativní narativy používají v dezinformacích.

VÝCHODISKA:

Výukový plán je inspirován tzv. veřejným narativem, praxí pro rozvoj leadershipu, kterou vyvinul Marshall Ganz (Narrative Arts, 2021). Sociální aspekt je zjevný: bohužel někdy i nedostatek komunikace může vést dospělé k náchylnosti k dezinformacím. Skupina najde společný pozitivní narativ a pochopí, jak by se dal využít v boji proti dezinformacím, které běžně obsahují negativní narativy.

ČAS :

90 min (+ 30 min) – lze rozdělit

PŘÍPRAVA UČITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Flipchart/obrazovka, předem připravený námět na aktivitu: „kontroverzní“ událost nebo situace v historii, která byla zneužita k šíření dezinformací (např. původ covidu-19, síť 5G atd.).

Uvedení do tématu

TIP:

Tuto lekci můžete zařadit jak na začátek, tak i v průběhu celého kurzu. Výhodou jejího využití jako úvodní aktivity je **navázání kontaktu** a **motivace** účastníků, zatímco pozdější využití, příp. v závěru kurzu, po nabytí určitých znalostí o dezinformacích, dává účastníkům větší příležitost uvědomit si dopad dezinformací na naše chování.

56

Skupiny / Třída

- Podle počtu účastníků diskutujte buď v malých skupinách, nebo jako třída nad následujícími tématy:
- *Co je to konspirační teorie?*
- *Znáte nějaké příklady?*
- *Proč si myslíte, že se konspirační teorie mohou stát úspěšnými? Jaké techniky konspirátoři používají?*
- Diskutujte společně. Měli byste se dostat k tématu negativních a pozitivních narativů.

Zkušenost

- Pokud máte pocit, že se vaši studenti stále ostýchají mluvit před celou třídou, začněte s menšími skupinami a pak diskutujte společně.

OSOBNÍ PŘÍBĚH

- Posad'te se do kruhu a dejte účastníkům minutu na rozmyšlenou:
- „Z jakého důvodu tady vy osobně jste?“ (V jiném prostředí než ve třídě se můžete zeptat: „Proč jste byli povoláni k tomu, k čemu jste byli povoláni?“)
- Každý má nějaký příběh k vyprávění a zkušenost, která ho k tomu vedla. Je důležité naučit se naslouchat příběhům druhých lidí a toto cvičení vybízí posluchače, aby se s vypravěčem propojili.
- Doporučujeme si odpovědi zapsat pro využití v dalších krocích.

NÁŠ PŘÍBĚH

- Ve druhé fázi vytváříte společný příběh, který lze také popsat jako „sdílené záměry, cíle a vize“.
- Nechte účastníky, aby kolektivní příběh definovali společně: „Proč jsme tady?“
- Můžete také vést debatu o hodnotách, kterými se chtějí řídit. S největší pravděpodobností budou jmenovány ty pozitivní (bezpečí, svoboda, mír atd. – základní lidské potřeby).
- Tento krok vytváří pocit sounáležitosti důležitý pro budování důvěry.

PŘÍBĚH SOUČASNOSTI

- Ve druhé fázi vytváříte společný příběh, který lze také popsat jako „sdílené záměry, cíle a vize“.
- Nechte účastníky, aby kolektivní příběh definovali společně: „Proč jsme tady?“
- Můžete také vést debatu o hodnotách, kterými se chtějí řídit. S největší pravděpodobností budou jmenovány ty pozitivní (bezpečí, svoboda, mír atd. – základní lidské potřeby).
- Tento krok vytváří pocit sounáležitosti důležitý pro budování důvěry.

PROPOJENÍ PŘÍBĚHŮ

- Poslední fází této aktivity je propojení příběhů.
- Každá osoba nyní bude mít svůj pozitivní narativ, který bude obsahovat unikátní osobní příběh a také příběh kolektivní.
- Tento veřejný narativ se může časem měnit, například v závislosti na výzvách, kterým vaše skupina čelí – tento proces je přínosný proto, že cílem není vytvořit konečný a neměnný scénář, ale spíše se tento postup naučit. Poté můžete narativy vytvářet znovu a znovu v závislosti na svých potřebách.

Třída

Reflexe

Třída

- Zauvažujte a prodiskutujte, co se při předchozí aktivitě dělo.
- Vyzvěte účastníky, aby vyjádřili, jak se v jednotlivých fázích cítili.

Zobecnění

Třída

- Vraťte se ještě jednou k tématu negativních a pozitivních narativů. Na základě zkušeností z této lekce by si účastníci měli uvědomit, jaké výhody přinášejí narativy do našeho života a jak mohou dezinformátoři a konspirátoři této skutečnosti zneužít.

Nová zkušenost

Skupiny / Třída

- Vyberte „kontroverzní“ událost nebo situaci v historii, která byla zneužita k šíření dezinformací (např. vznik covidu-19, síť 5G atd.).
- Účastníci budou mít za úkol prohledat internet a najít článek, který o této události informuje.
- Jedna skupina (příp. více skupin) se zaměří na vyhledání článku založeného na pozitivních narativích a druhá skupina (skupiny) se zaměří na sdělení využívající negativní narativy.
- Po dokončení je požádejte, aby články prezentovali.
- Výsledky společně porovnejte a vystihněte rozdíly. Diskutujte o tom, jak může to, co čteme, ovlivnit naše jednání.

Nová zkušenost (nastavbová aktivita – dle kapacit studentů)

Skupiny / Individuální (např. zadáno jako domácí úkol)

- Lekci můžete zakončit kreativním a zábavným úkolem, ale protože by to pro účastníky mohlo být náročné, ujistěte se, že účel této aktivity chápou.
- Stejně jako v předchozí fázi rozdělte studenty do skupin, které budou mít na starosti buď pozitivní, nebo negativní narativy.
- Zadejte jedno téma, např. přistání na Měsíci.
- Požádejte účastníky, aby napsali krátký článek – jedna skupina použije negativní narativ, druhá skupina pozitivní narativ. (Pokud máte pocit, že by psaní bylo pro studenty příliš náročné, můžete je instruovat, aby pouze články na dané téma rozebrali a zhodnotili, zda jsou použity pozitivní nebo negativní narativy, jak již znají z výuky.)
- Čtěte, diskutujte a bavte se 😊.

STEREOTYPY A KONFIRMAČNÍ ZKRESLENÍ

**TÉMA: LIDSKÁ NÁCHYLNOST
K ROZHODOVÁNÍ ZALOŽENÉMU
NA STEREOTYPECH A KONFIRMAČNÍM
ZKRESLENÍ**

CÍLE VÝUKY:

- Pochopit, jak stereotypy a konfirmační zkreslení ovlivňují naše rozhodování.
- Umět rozpoznat, kdy dezinformátoři zneužívají stereotypů a konfirmačního zkreslení.
- Rozvíjet kritické a analytické myšlení k posouzení mediálního obsahu.

VÝCHODISKA:

Naše rozhodování je ovlivněno mnoha faktory. Stereotypy a konfirmační zkreslení, které nám obvykle pomáhají orientovat se ve složitém světě, často zneužívají dezinformátoři, protože vědí, jak náš mozek funguje. Lekce má ukázat, že uniknout vlivu stereotypů a konfirmačního zkreslení není snadné, nicméně povědomí o těchto jevech pomáhá omezit jejich negativní důsledky.

ČAS:
90 min

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Snímky obrazovky/články/video s dezinformacemi využívajícími stereotypy, plátno/tabule/flipchart

Uvedení do tématu



60

Frontální / Třída

- Vyvolejte diskusi o stereotypech.
- *Co jsou to stereotypy? K čemu slouží? Jsou dobré nebo špatné? V čem mohou být škodlivé?*
- Jako příklad můžete vytvořit myšlenkovou mapu a vyjmenovat stereotypy o určitém národě, např. o Čechách.

Zkušenost /
Reflexe

Skupiny

- Rozešlete několik příkladů/snímků obrazovky/videí **stereotypů** v dezinformacích, např. o imigrantech v Evropě, jak je uvedeno ve vyvrácené zprávě níže. Můžete použít jeden příklad (jednodušší verze) nebo může každá skupina pracovat na jiném (složitější verze).
- Vyzvěte je, aby článek rozebrali a našli příklady, kdy byly stereotypy zneužity k **vyvolání nenávisti**.

61



In Sweden, Swedish women have no protection from sexual assault by men of colour. Raping Swedish women is becoming a right for men of colour. Swedish women are afraid to report rapes because they might be accused of hate crimes by the police just because they denounced sexual assault by a man of colour.

The Swedes are such sheep that they reelect governments that favor immigrant invaders over ethnic Swedes.

Zdroje příkladů dezinformací: EU vs. Disinfo, Demagog.cz

Zobecnění

Frontální / Třída

- Požádejte skupiny, aby se podělily o svá zjištění.
- Diskutujte o využití **stereotypů v dezinformacích** a pokuste se najít další příklady, se kterými se účastníci setkali.
- Vysvětlíte, že stereotypy jsou mimo jiné posilovány konfirmačním zkreslením. V další části lekce se účastníci dozvědí, co to je a jak to souvisí s danou problematikou.

Expozice / Zkušenost

Frontální / Skupiny

- Rozdělte žáky do skupin nebo pracujte všichni společně.
- Začněte malou **hrou/hádkou na zaměřenou na řešení problémů**. Řekněte účastníkům, aby doplnili posloupnost čísel a uhodli pravidlo, kterým se posloupnost řídí:

2	4	8	?	?	?
---	---	---	---	---	---

- Dejte jim chvíli, aby si odpověď promysleli ve skupinách nebo samostatně.
- Vyžádejte si odpovědi. Nejprve se zeptejte na čísla. Potvrďte je slovem ANO nebo zamítněte slovem NE. Ve většině případů bude odpověď potvrzující. Poté se zeptejte na pravidlo (řekněte jim, aby si dali s odpovědí pozor) – a opět potvrďte nebo zamítněte.
- Pravidlo je velmi jednoduché: *Každé číslo musí být větší než to před ním.* Většina dospělých na základě svých zkušeností přijde se složitější odpovědí: Každé číslo je dvojnásobkem čísla předchozího. A pak udělají klasickou **psychologickou chybu**. Neočekávají, že uslyší odpověď „ne“. Někdy mohou být reakce plné emocí. Nechte je hádat, dokud někdo pravidlo neuhodne správně nebo dokud to třída nevzdá.
- Pro anglicky mluvící je hádanka k dispozici také online zde.
- Můžete také navrhnout (třeba jako domácí úkol) vyzkoušet si testy Mahzarin Banaji, pokud jsou ve vašem jazyce k dispozici (online zde). Jedná se o všeobecně uznávané testy implicitních asociací neboli IAT, které pomáhají poukázat na „otisk dané kultury v našem mozku“.

Reflexe / Zobecnění

Třída / Frontální

- Reakce vázaná na okamžik, kdy odpověď zní „ne“, se nazývá konfirmační zkreslení. Lidé obecně více věří informacím, které odpovídají jejich již existujícím představám, a je také pravděpodobnější, že budou takové informace vyhledávat. Ukazuje to také, jak se rozhodujeme na základě svých předchozích zkušeností. V tomto cvičení se drtivá většina lidí přiklání spíše k potvrzení své teorie, než aby se ji snažila vyvrátit. Rozhodujeme se pod vlivem svých již existujících představ – konfirmační zkreslení (*confirmation bias*). Není na tom nic špatného, ale měli bychom si uvědomit, že existují i jiné názory, třeba protichůdné.
- Diskutujte s celou třídou o procesu našeho rozhodování. Vysvětlete, co se stalo během řešení hádanky a jak funguje konfirmační zkreslení.
- Vyvolejte poté diskusi o tom, jaké ponaučení bychom měli z těchto poznatků vyvodit, tj.: Když chceme nějakou teorii ověřit, nemůžeme hledat pouze příklady, které ji potvrzují. I když si myslíme, že máme pravdu, musíme se ujistit, že klademe otázky, které mohou přinést i odpověď „ne“.
- Pokud víte, že téma covid-19/očkování nebude vaši třídu rozrušovat, použijte ho jako příklad a poukažte na to, jak dezinformační scénu podněcovaly obě znepřátelené strany, zatímco každá z nich měla tendenci hájit svůj postoj tím, že se soustředila pouze na výběr argumentů, které postoj podpořily.

63

Nová zkušenost

Skupiny / třída

- Rozdělte účastníky do skupin a rozdejte jim články/příspěvky, které záměrně využívají stereotypy. Vyzvěte je, aby vyhledali příklady stereotypů.
- Požádejte je, aby popsali, jaký typ čtenáře by byl ochoten na tento článek kliknout a uvěřit jeho obsahu.
- Společně diskutujte.

NÁZORY vs. FAKTA

**TÉMA: ZAMĚŇOVÁNÍ NÁZORŮ
ZA FAKTA JAKO METODA
MANIPULACE MEDIÁLNÍHO
OBSAHU**

CÍLE VÝUKY:

- Rozlišit názor a fakt používaný ve zpravodajství.
- Rozvíjet kritické a analytické myšlení pro vyhodnocování mediálního obsahu.
- Pochopit, jakou roli hrají fakta a názory ve fungující demokracii.

VÝCHODISKA:

Veřejnost často považuje názory za fakta a dezinformátoři této situace zneužívají. V demokratické společnosti nemůže být díky svobodě slova nikdo za své názory trestán. Pokud však dezinformace záměrně vydává názor/zkreslenou realitu za fakta a publikum je tak chápe, musíme to vnímat jako formu manipulace. V této lekci si účastníci procvičí rozlišování názorů a faktů v mediálním obsahu.

ČAS:

60 min

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Příklady názorů a faktů

Uvedení do tématu

Frontální / Třída

- Vybídněte k diskusi nad těmito tématy:
- *Co je to žurnalistika? Má názor v žurnalistice místo?*
- Zdůrazněte rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou.



Zkušenost

Skupiny



- Skupinám rozdejte příklady názorů a faktických tvrzení, smíchané dohromady:

Lidé potřebují k přežití kyslík. × Kyslík je nejdůležitější prvek.

Hlavním městem Itálie je Řím. × Řím je nejhezčí město v Itálii.

Lidé chovají kočky jako domácí mazlíčky. × Kočky jsou nejlepší domácí mazlíčci.

Silvestr je 31. prosince. × Silvestr vám dává šanci změnit svůj život.

V roce 2021 využívalo denně internet 95 % mladých lidí v EU. × Teenageři používají internet k tomu, aby marnili čas na sociálních sítích.

Zákonný věk pro konzumaci alkoholu je 18 let. × Zákonný věk pro pití alkoholu by měl být snížen na 16 let.

- Jednodušší verzí je uvést varianty na stejné téma jako ve výše uvedených příkladech. V obtížnější verzi použijte odlišná témata.
- Vyzvěte účastníky, aby rozhodli, zda je tvrzení faktem, nebo názorem, a proč si to myslí.

Reflexe / Zobecnění



Třída



Zdroj příkladů dezinformací: Facebook / Twitter

- Zkontrolujte výsledky společně. Nechte studenty definovat, jak můžeme fakt od názoru odlišit. Zde je nápověda:

NÁZORY:

Používání hodnoticích výrazů (nejlepší, lepší, dobrý, nejhorší, špatný, bezcenný apod.).

Používání podmiňujících výrazů (vždy, mohlo by se zdát, nemělo by, nikdy apod.).

FAKTA:

Lze je prokázat nebo předvést.

Lze ověřit důvěryhodnými dokumenty nebo svědky.

- Pro lepší pochopení a propojení s žurnalistikou můžete uvést příklady dezinformačních článků založených na názorech a zpravodajství založeného na faktech a diskutovat o tom, zda jsou použita fakta nebo názory.

Nová zkušenost

Dvě skupiny

- Navrhnete účastníkům, aby si zahráli krátkou hru s názvem Reportéři a komentátoři. Rozdělte je do dvou skupin.
- Požádejte je, aby na základě klíče z předchozí aktivity napsali krátký článek do novin. Téma bude stejné, ale reportéři vytvoří zpravodajskou zprávu, zatímco komentátoři publicistický článek. Účastníci mohou samozřejmě čerpat informace z internetu.
- Zadejte jedno téma, například CO JSOU CHEMTRAILS.
- Požádejte obě skupiny, aby své články přečetly nahlas. Rozved'te o nich diskuzi.

67



TIP:

Lekce je také skvělým odrazovým můstkem pro diskusi o svobodě projevu.

- Můžeme o komkoli říci cokoli, i když je to jen náš názor?
- Existují v demokratické společnosti nějaké hranice svobody projevu?



CÍLE A TECHNIKY DEZINFORMACÍ

TÉMA: ROZPOZNÁVÁNÍ CÍLŮ A TECHNIK DEZINFORMACÍ V MEDIÁLNÍM OBSAHU

CÍLE VÝUKY:

- Porozumět základům ověřování informací.
- Porozumět cílům dezinformací a používaným technikám.
- Procvičit si dovednosti potřebné pro samostatné a kritické posuzování mediálního obsahu.
- Porozumět důsledkům sdílení nepravdivých informací pro společnost i pro sebe sama.

VÝCHODISKA:

Zejména starší lidé, zvyklí na určitou úroveň morálky ve společnosti, často namítají: „Proč by to dělali? Proč by lhali?“ Z toho důvodu považujeme za důležité vést diskusi o motivech a cílech, které dezinformátoři mohou mít. Mediální obsah lze manipulovat tolika způsoby, že není možné shrnout všechny techniky do jednoho principu. I když to pro studenty může znít jako příliš náročná výzva, je důležité uklidnit je tím, že jim nabídneme možnost zaměřit se na jednotlivé techniky zvlášť s využitím přehledné příručky.

ČAS:

90–120 min + 30 min doplňkový úkol

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Články/video, ve kterých budou účastníci schopni identifikovat různé dezinformační techniky, shrnutí cílů a technik (obsaženo v této příručce – odkazy ve výukovém plánu).

TIP:

Doporučte účastníkům, aby používali příručku s **5 otázkami** do té doby, než se budou cítit dostatečně sebejistí, aby dokázali obsah posoudit bez nápovědy.

Frontální / Třída

68

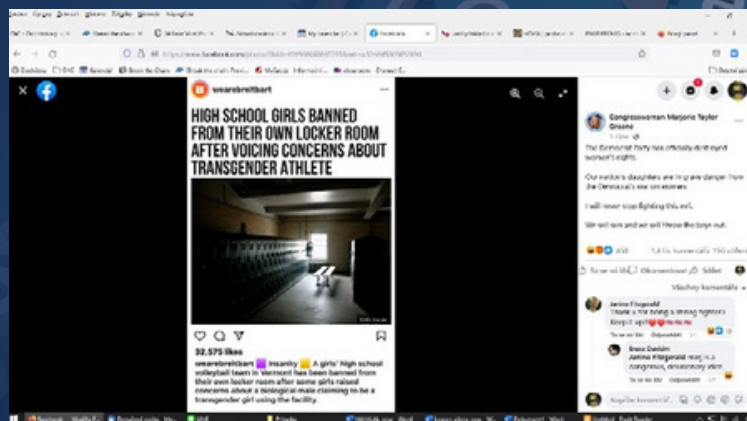
Uvedení do tématu

- Lekci uveďte diskuzí o motivech a cílech, které mohou obecně vést k vytváření falešných zpráv a dezinformací.
- Uveďte příklady a ve vizuální podobě vytvořte seznam možných důvodů.
- Vysvětlete, proč může být ověřování informací obtížná práce, a diskutujte o profesi fact-checkerů.
- Představte nástroje, které mohou účastníci k ověřování informací využít. Nasměrujte je na shrnutí 5 otázek v příručce.

Zkušenost

Skupiny

- Rozdělte ve skupinách **příklady dezinformačního mediálního obsahu**.
- Požádejte skupiny, aby hledaly **podezřelé techniky**, které by mohly signalizovat **manipulativní obsah**.
- Vyzvěte je, aby si informace ověřily z **jiných zdrojů**, na mapách Google apod. v závislosti na typu obsahu.
- U příspěvků na sociálních sítích nezapomeňte obrátit pozornost účastníků na komentář toho, kdo příspěvek sdílel, zejména pokud se jedná o veřejně známou osobu. Dezinformátoři sdílejí dezinformace s konkrétním záměrem, a to rozhodně ne pouze informovat.



Zdroj příkladů dezinformací: Facebook / Twitter



Reflexe

Třída

- Ukázky dezinformací promítněte, aby je všichni mohli vidět a rozebrat společně.
- V průběhu ověřujte porozumění a vysvětľujte nové pojmy.
- Vyvolejte diskusi:
Jaký by podle vás mohl být cíl autora článku? Proč si to myslíte?

Zobecnění

Třída

- Představte názorný seznam technik a triků a společně si je projděte. V případě potřeby vysvětlete a uveďte další příklady.

70

Nová zkušenost

Individuální

- Tento úkol může být součástí výuky nebo domácím úkolem.
- Pověřte účastníky, aby vytvořili článek/příspěvek s využitím dezinformačních technik a triků. Svůj článek mohou opatřit obrazovým materiálem.
- Téma může být náhodné nebo můžete zadat jedno stejné, např: *Skupina dospělých se pravidelně schází na....* (doplňte název místa, kde školení probíhá).
- Odvážnější se mohou o své výstupy podělit se třídou. Obvykle se jedná o zábavnou aktivitu.

ZDROJE

**TÉMA: KRITÉRIA KVALITY
PŘI POSUZOVÁNÍ SERIÓZNÍ
ŽURNALISTIKY VE SROVNÁNÍ
S NESPOLEHLIVÝMI ZDROJI**

CÍLE VÝUKY:

- Umět posoudit důvěryhodnost médií.
- Seznámit se s kritérii spolehlivých zdrojů.

VÝCHODISKA:

Přestože se může jednat o otázku přesvědčení či víry, je nezbytné se studenty probrat téma důvěryhodnosti médií. V běžném životě si lidé obvykle neověřují každou jednotlivou informaci, ale spoléhají se na konkrétní zdroj, který považují za důvěryhodný a nezávislý. I když to nemusí být vždy jednoduché odhalit, existují znaky, které by nás měly varovat, že daný zdroj je spíše subjektivní a manipulativní než objektivní a informativní. Tato lekce pomůže dospělým tento rozdíl rozpoznat.

Můžete také poznamenat, že otázkou hodnocení médií se zabývají zastánci seriózní, kvalitní a objektivní žurnalistiky v Evropě, což může studentům posloužit jako doporučení. (Odkazy na hodnocení médií najdete v závěru příručky.)

ČAS:
45 min

PŘÍPRAVA MATERIÁLY:

Odkazy na spolehlivé i nespolehlivé/objektivní zdroje ve vaší zemi, shrnutí kritérií spolehlivých zdrojů (součástí příručky).

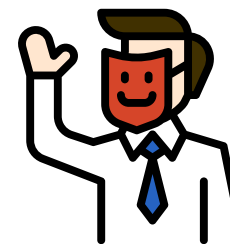
ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ

Uvedení do tématu

Dvojice / Třída

TIPY:

V případě zájmu můžete poukázat na **celosvětový index svobody tisku**, který zpracovávají **Reportéři bez hranic**, na jejich webových stránkách [zde](#).



- Začněte diskusí ve dvojicích (účastníci se mohou ve dvojicích vyměnit, pokud je chcete navzájem seznámit nebo posílit vztahy).
- *Jaká média/platformy používáte ke sledování zpráv?*
- *Jaká další média čtete/sledujete/posloucháte?*

Zkušenost

Skupiny

- Rozdejte **odkazy na webové stránky médií** působících ve vaší zemi. Pro lepší srovnání doporučujeme dát každé skupině dva odkazy – jeden na seriózní kvalitní média a druhý na méně seriózní nebo dokonce dezinformační platformy.
- Vyzvěte skupiny, aby stránky zhodnotily a vyjádřily se, zda považují média za **důvěryhodná a proč**. Pracujte s předpokladem, že nic není černobílé, a zatímco spolehlivé zdroje nemusí vždy splňovat VŠECHNA kritéria, nespolehlivé mohou některá z nich splňovat. Je tedy na nás, abychom dospěli k závěru, které charakteristiky převažují.
- V případě, že víte, že úroveň dovedností je nízká, můžete účastníkům nabídnout **shrnutí kritérií spolehlivých zdrojů** již v této fázi. Pokud má být úkol náročnější, můžete shrnutí nechat na fázi zobecnění.

Reflexe

Skupiny

- Požádejte skupiny, aby se pokusily o reflexi a představily média ostatním skupinám.

Zobecnění

Frontální / Třída

- Projděte si společně shrnutí kritérií spolehlivých médií. Použijte mediální platformy z výuky k názorné demonstraci jejich vlastností.
- Poukažte na rozdíl mezi tradičními masmédií a sociálními sítěmi – algoritmus je věnována samostatná lekce.

FOTOMONTÁŽ A MANIPULACE FOTOGRAFIEMI

TÉMA: OVĚŘOVÁNÍ FOTOGRAFIÍ A VIDEÍ ONLINE

CÍLE VÝUKY:

- Být schopen ověřit fotografii nebo video online.
- Rozeznat fotografii/video zobrazující jinou událost, čas a místo (v nesprávném kontextu).
- Pochopit, jak lze fotografii upravit.
- Vyzkoušet si peer-learningovou metodu v malých skupinách.

VÝCHODISKA:

Zejména účastníci s nižší úrovní dovedností v oblasti informačních a komunikačních technologií si jen stěží dokáží představit, jak účinné nástroje technologie využívají k manipulaci fotografiemi/videy a k úpravě fotografií/videí. Technologický pokrok a možnost sdílet fotografie a videa vytržená z původního kontextu nás všechny činí náchylnými k manipulaci. Po lekci by si účastníci měli být vědomi toho, jaké nástroje mají dezinformátoři v rukou a jakými způsoby můžeme obsah fotografií/videí ověřit. Vzhledem k tomu, že videa nejsou pro dezinformace tak častým prostředkem, pracujeme ve výukovém plánu primárně s fotografiemi, které však lze nahradit videem.

ČAS:

60–90 min

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Ukázky fotomontáže/videomontáže a manipulace fotografiemi/videem, příp. zásuvný modul InVid pro ověřování videí nainstalovaný na zařízeních.

Uvedení do tématu / Zkušenost / Reflexe

Třída

73

- Najděte příklady fotomanipulace a promíchejte je s objektivní fotožurnalistikou. Na str. 75 uvádíme několik příkladů. Mezi zajímavé online nástroje patří třeba generování falešných (neexistujících) obličejů – <https://thispersondoesnotexist.com> nebo hra, ve které je úkolem poznat, zda je obličej falešný, nebo pravý – <http://www.whichfaceisreal.com>.
- Zorganizujte hlasování o věrohodnosti fotodokumentace. Promítejte fotografie a/nebo umožněte účastníkům prohlížet si fotografie na svých zařízeních.
- Hlasujte – buď tradičně, aby se účastníci trochu protáhli, nebo pokud rádi využívají technologie, použijte online nástroje pro hlasování, např. Slido.
- Společně zkontrolujte odpovědi.
- Vyvolejte diskusi o tom, proč si účastníci myslí, že fotografie a videa mohou být nebezpečným zdrojem dezinformací.
- Cílem této aktivity je kromě prolomení ledů ukázat, že bez ověření není možné pouhým okem zjistit, zda fotografie je nebo není podvrh.

Zobecnění

Frontální

- Vysvětlíte, že nejjednodušší způsoby ověření fotografie je zpětné vyhledávání obrázků ve službě Google (Google Reverse Search) nebo TinEye.
- Na příkladu studentům vysvětlíte, jak mají postupovat.
- Po nahrání fotografie do vyhledávacího panelu Google nezapomeňte zmínit tlačítko Nástroje, které umožňuje vyhledávat různě velké verze fotografie.
- TinEye dokáže vyhledat i upravené verze fotografií. Doporučte studentům, aby pro vyhledání původní fotografie použili možnost Největší obrázek, protože každá úprava zmenšuje velikost a ovlivňuje kvalitu fotografie.
- Pro ověření videí nejprve vyzvěte účastníky, aby se zaměřili na podezřelé znaky – zkreslené proporce, stíny, zda čísla aut, nápisy obchodů a názvy ulic odpovídají městu, ve kterém mají být natočeny, můžete také zkontrolovat místo pomocí funkce Street View na Google Maps (platí i pro fotografie), zjistit počasí pro konkrétní čas a místo pomocí archivů webových stránek s předpovědí počasí (např. Weather Underground).
- Chcete-li najít původní video, můžete použít nástroj Amnesty International YouTube Data Viewer, který umožňuje určit přesné datum a čas nahrání a ověřit, zda bylo video na platformě YouTube zveřejněno již dříve.
- Předvedte účastníkům, že je možné pořídít také snímky obrazovky z videa a pak použít stejný postup jako u obrázků.
- Pokročilejší studenti si mohou do svých zařízení nainstalovat také doplněk InVid, který poskytne nejrozsáhlejší informace o videu, včetně informace, kdy bylo zveřejněno.

74

Nová zkušenost

Skupiny

- Rozešlete články v digitální podobě s obrázky, které je třeba ověřit.
- Každé skupině můžete dát stejnou fotografii (jednodušší varianta) nebo použít různé (obtížnější).
- Instruuje skupiny, aby obrázky ověřily.
- Monitorujte průběh a v případě potřeby pomáhejte.

Reflexe

Třídní diskuze

- Požádejte každou skupinu (či jejího mluvčího), aby představili své výsledky a popsali kroky, které provedli. Umožněte jim, aby se k procesu ověřování vyjádřili.
- Prověřte porozumění. Neptejte se: „Rozumíte tématu?“, ale použijte konkrétní otázky ověřující porozumění obsahu lekce, např.: „Jak a proč lze manipulovat s fotografií?“.

Příklad manipulace fotografií **PŘED** pořízením fotografie:

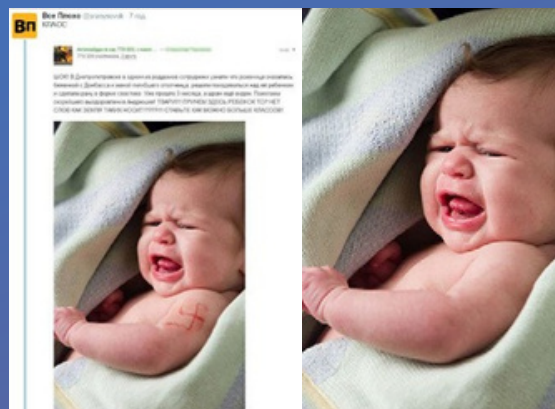
- Úprava scény/prostředí, různé úhly – pohled shora, pohled zdola, přiblížení nebo oddálení apod.



Ukázka toho, jak záleží na **perspektivě**. Zatímco z jednoho pohledu se zdá, že princ William ukazuje prostředníček, ve skutečnosti ukazoval, že je nyní otcem tří dětí.

Příklad manipulace fotografií **PO** pořízení fotografie.

- Úprava fotografií - ořez, úprava barev, retuš, fotomontáž (spojení více fotografií do jedné) apod.



Příklad **fotomontáže**. Příspěvek, který byl sdílen s popiskem: „Šok! Personál jedné z porodnic v Dněpropetrovsku se dozvěděl, že rodička je uprchlice z Donbasu a manželka mrtvého milicionáře. Rozhodli se udělat dítěti na ruce řez v podobě hákového kříže. Po třech měsících je jizva stále vidět.“ Druhý obrázek ukazuje originál, který lze snadno najít na internetu.

Dalším příkladem **fotomontáže** je tento virální obrázek (což znamená, že se rychle a masově šíří od jednoho uživatele internetu k druhému) zobrazující zamrzlé Benátky. Ledová plocha ve skutečnosti pochází z jezera Bajkal v Rusku.

75

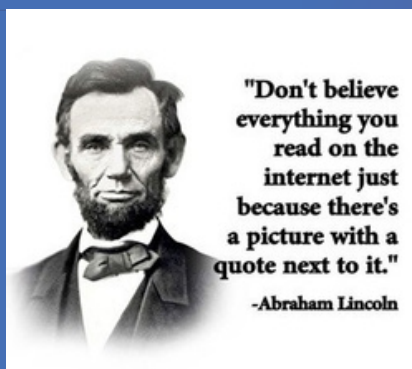


Zdroj fotografií: E-bezpeci.cz, Global Investigative Global Network, Facebook, Twitter.

- Příklad **kontextové manipulace fotografií**: skutečná fotografie v jiném kontextu – v jiném čase, na jiném místě nebo při jiné příležitosti, použití neobjektivní ilustrační fotografie apod.



Koláž z českého Facebooku, která tvrdí, že imigranti byli z Německa vyhnáni do jednoho z českých měst. Zároveň příspěvek obviňuje Českou televizi, že o této skutečnosti neinformuje a tají to před veřejností. Jedná se o ukázkou **fotomontáže** a **nesprávného kontextu** – vedle si můžete prohlédnout původní fotografie – na první je prázdné nádraží v Chebu, druhá fotografie byla pořízena v Indonésii.



Textové memy jsou oblíbené hlavně na sociálních sítích. Není nic jednoduššího než vzít obrázek a spojit ho s textem, který je vymyšlený, nebo se slovy, která vyobrazená osoba nikdy nevyslovila.

I když může být složité najít původní fotografii, připomeňte studentům, že pokud najdou dřívější použití z **jiné situace**, pak je zřejmé, že mají co do činění s dezinformací a měli by být obezřetní.

Zdroje fotografií: E-bezpeci.cz, Global Investigative Global Network, Facebook, Twitter.

Tato fotografie se šířila před Dnem ukrajinské státní vlajky v roce 2015 s článkem nazvaným Den otoka. Ve skutečnosti byla pořízena v roce 2010 v Tádžikistánu a voják líbající vlajku je tádžický celník. Ukrajinská vlajka na jeho rukávu byla přidána později v programu na úpravu fotografií a fotografie byla horizontálně převrácena pomocí zrcadlového efektu.



TIPY:

- Přestože je cílem naučit studenty ověřovat fotografie online, upozorněte je na to, že někdy to není snadná práce, která vždy končí uspokojivým výsledkem. Internet je neustále se měnící prostor a dezinformátoři i technologie jsou den ode dne důmyslnější.
- Chcete-li ušetřit čas a energii, doporučte studentům, aby používali **stránky pro ověřování faktů** (seznam doporučení pro jednotlivé země je v příloze). **Profesionální fact-checkeréři** mají pokročilé schopnosti a nástroje pro důkladnou analýzu dezinformací.

ŘETĚZOVÁ POŠTA

TÉMA: ŘETĚZOVÉ SDÍLENÍ DEZINFORMACÍ PROSTŘEDNICTVÍM E- MAILU NEBO SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

CÍLE VÝUKY:

- Uvědomit si podstatu řetězové pošty.
- Chápat, jak reagovat v případě, že řetězové e-mailu obdržíme.
- Porozumět důsledkům sdílení nepravdivých informací pro společnost i pro sebe sama.

VÝCHODISKA:

I když řetězové e-mailu nejsou tak časté jako před rozmachem sociálních sítí, stále mezi lidmi kolují, zejména mezi těmi, kteří nemají účet na sociálních sítích. Považujeme proto za důležité tuto problematiku do vaší výuky zařadit, zejména pokud víte, že účastníci řetězové e-mailu čtou. Nebezpečí spočívá v tom, že čtenáři mohou nejen přebrat úlohu algoritmů, ale mohou být také ještě náchylnější k dezinformacím, protože v tomto případě pocházejí od osoby, kterou většinou osobně znají. V posledních několika letech začali lidé sdílet tento typ zpráv také na komunikačních platformách, jako jsou WhatsApp a chaty sociálních sítí. Pozornost je tedy třeba věnovat především formě zpráv, aby je účastníci byli schopni identifikovat na různých platformách.

ČAS:

45 min

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Příklady řetězových zpráv,
obrazovka/tabule/flipchart.

Uvedení do tématu

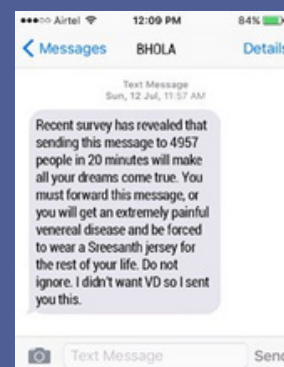
- Uvedte výuku diskuzí o zkušenostech účastníků s přijímáním e-mailů:
- *Kdybyste se podívali do své poštovní schránky, jaký typ e-mailů byste tam našli?*
- *Myslíte si, že někdy dostáváte nebezpečné řetězové e-mailu? Od koho je dostáváte? Jak na ně reagujete?*

Frontální / Třída

Zkušenost

- Představte několik příkladů **řetězových mailů/zpráv** včetně mylných informací nebo dezinformací.
- Poskytněte nějaký čas na jejich přečtení.
- Poukažte na to, že obsah je třeba vždy **ověřit**, stejně jako to platí u každého jiného mediálního obsahu.

77



Reflexe

Skupiny

- Rozdělte účastníky do skupin a požádejte je, aby diskutovali o tom, jaká by měla být správná reakce na řetězovou poštu:

- a) v případě, že nám na odesílateli záleží;
- b) v případě, že nám na odesílateli nezáleží.

Zobecnění

Třída/ Frontální

- Požádejte skupiny o odpovědi a společně diskutujte.
- Vysvětlete, proč bychom se měli řídit následující radou:

a) **Empatická reakce** – snažte se spíše pochopit, než argumentovat fakty a protiargumenty. V případě, že odesílatel kvůli obsahu panikaří, pokuste se mu nabídnout emocionální podporu. Záměr přeposlání obvykle není špatný, osobní dialog zpravidla nutný, důvěřujte v dobré úmysly známých, ale mějte pochybnosti o úmyslech pachatelů, doporučte označení za spam/dezinformaci.

b) **NESDÍLET = PŘERUŠENÍ ŘETĚZCE**

- Upozorněte, že toto jednoduché, ale účinné pravidlo je nejlepší radou týkající se reakce na dezinformace.

TIPY:

Nejlepší jsou příklady ze života. Jako zdroj můžete použít svou poštovní schránku nebo schránku účastníků, ale dejte pozor, aby bylo všem zřejmé, že **NESMÍ OTEVÍRAT ŽÁDNÉ NEZNÁMÉ PŘÍLOHY!**

SOCIÁLNÍ SÍTĚ A UMĚLÁ INTELIIGENCE

TÉMA: JAK FUNGUJÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ (ALGORITMY, TROLLOVÉ A BOTI, CLICKBAITY)

CÍLE VÝUKY:

- Pochopit fungování bezplatných sociálních sítí.
- Být si vědom existence falešných účtů na sociálních sítích – trollů a botů.
- Být si vědom nebezpečí, která mohou sociální sítě představovat.
- Porozumět důsledkům sdílení nepravdivých informací pro společnost i pro sebe sama.
- Pochopit, jak algoritmy ovlivňují to, co vidíme na internetu.

VÝCHODISKA:

Protože pojem umělé inteligence může být pro dospělé zajímavý, ale také těžko pochopitelný. Pokuste se proto vysvětlit pouze nejtypičtější a nejdůležitější rysy, aniž byste zacházeli do velkých podrobností a vyvolali tak zmatek. V této lekci je k tématu trollů, botů a clickbaitů, tedy jednodušších pojmů, použita badatelsky orientovaná metoda, aby byla podpořena motivace dospělých k vlastnímu zkoumání. Výsledkem lekce by měl být seznam rad, jak se chovat na sociálních sítích zodpovědně.

ČAS:

60–90 min

PŘÍPRAVA ŠKOLITELE/POTŘEBNÉ MATERIÁLY:

Obrazovka/flipchart, zařízení s připojením k internetu pro tři skupiny.

Uvedení do tématu

Skupiny / Třída

- Vyzvěte účastníky, aby ve skupinách hovořili o následujících tématech:

1. *Jaké jsou vaše koníčky a zájmy?*
2. *Koho byste mohli na internetu zajímat a jak vás může oslovit?*
3. *Jaké mohou být důvody?*

- Požádejte skupiny o odpovědi a nasměrujte diskusi k tématu online marketingu.

- Co nejjednodušším způsobem rozeberte, jak fungují algoritmy, a zmiňte jejich výhody a nevýhody. Poukažte na personalizovaný online zážitek a také na personalizovanou reklamu. Pokud mají účastníci potíže s pochopením (ANO, JE TO KOMPLEXNÍ OTÁZKA), můžete si pro lepší názornost pustit některá výuková videa na YouTube, například [zde](#).
- Vybídněte k diskusi o tom, jak jinak lze sociální stránky využít k manipulaci s veřejností. Otevřete téma trollů, botů a clickbaitů.

Zkušenost /
Reflexe

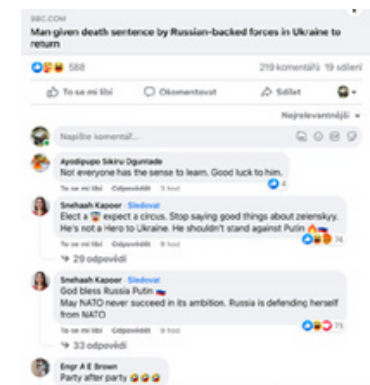
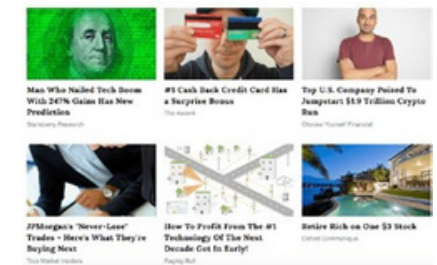
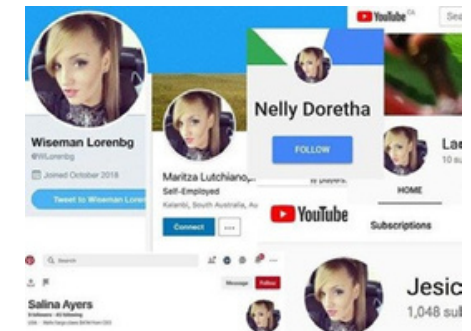
Skupiny

Zobecnění

Třída

- U této aktivity můžete využít badatelsky orientovanou metodu.
- Rozdělte účastníky do tří skupin a každé zadejte téma:
 1. *Kdo je troll a jaké jsou jeho typické znaky?*
 2. *Co je to bot a jaké jsou jeho typické znaky?*
 3. *Co je to clickbait a jaké jsou jeho typické znaky?*
- Instruuje skupiny, aby provedly průzkum a připravily krátkou prezentaci pro své spolužáky. Pokročilejší účastníci si mohou připravit také vizuální materiál, například plakát nebo prezentaci v Powerpointu/Keynotes/Google slides.
- Pro anglicky mluvící je skvělým zdrojem informací webová stránka [DW zde](#).

- Skupiny vystoupí s prezentacemi a školitel v případě potřeby poskytne komentář a vysvětlení.
- Diskutujte o tom, zda technologie sama o sobě může účinně šířit dezinformace.



Nová zkušenost

Skupiny / Třída

- Na základě poznatků z dnešní lekce zahajte brainstorming na téma, jak bychom se měli chovat na sociálních sítích a čeho bychom si měli být vědomi.
- Vypracujte vizuální znázornění odpovědného chování na sociálních sítích, např. myšlenkovou mapu.
- Tímto způsobem si školitel také ověří porozumění probíranému tématu.



Doporučené odkazy



V ANGLIČTINĚ:

- **AFP FACT-CHECK** – evropský program boje s dezinformacemi, fact-checking v reálném čase u hlavních fake news týdně, přístup k výzkumu dezinformací prováděnému akademiky, návod, jak individuálně vyvracet fake news pomocí dostupných nástrojů a postupů, k dispozici v 6 jazycích. <https://factcheck.afp.com>
- **BAD NEWS** – bezplatná online hra, ve které se hráči ujímou role podvodného zpravodajského magnáta. Nyní k dispozici v 18 jazycích! <https://www.getbadnews.com/books/english>
- **CEDMO (Central European Digital Media Observatory)** – nezávislé nestranné multidisciplinární centrum, jehož cílem je odhalovat, vyšetřovat a omezovat šíření dezinformací a využívat umělou inteligenci k rychlejšímu a efektivnějšímu ověřování faktů. <https://cedmohub.eu>
- **EUvsDISINFO** – projekt European External Action Service's East StratCom Task Forces. Hlavním cílem je zvýšit informovanost veřejnosti a porozumění dezinformačním operacím Kremlu a pomoci občanům v Evropě i mimo ni rozvíjet odolnost vůči digitálním informacím a mediální manipulaci. Služby monitorování médií v 15 jazycích. EUvsDisinfo identifikuje, shromažďuje a odhaluje případy dezinformací pocházející z prokremských médií, které se šíří v zemích EU a Východního partnerství. <https://euvsdinfo.eu>
- **GET YOUR FACTS STRAIGHT** – soubor nástrojů pro pedagogy a školitele, výsledek evropského projektu zaměřeného na vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti prostřednictvím seminářů na téma dezinformací pro mladší generace a jejich rodiče, který je k dispozici v 9 jazycích. <https://www.alldigitalweek.eu/get-facts>

- **STOP FAKE** – novinářská iniciativa zaměřená na ověřování faktů a vyvracení ověřitelných nepravdivých informací o Ukrajině, které se objevují v médiích, a na analýzu kremelské propagandy. K dispozici ve 14 jazycích. <https://www.stopfake.org/en/main>
- **STREET EPISTEMOLOGY** – způsoby, jak pomoci lidem zamyslet se nad kvalitou jejich uvažování prostřednictvím občanské konverzace. Nabízí nástroje, jak diskutovat o nejobtížnějších tématech a lépe porozumět názorům druhých a možná pomoci někomu změnit názor. <https://streetepistemology.com>
- **THE GLOBAL DISINFORMATION INDEX** – Webový nástroj, který hodnotí zpravodajské kanály na základě „pravděpodobnosti výskytu dezinformací v konkrétním médiu“. <https://www.disinformationindex.com>

BULHARSKO:

- **CENTRE FOR THE STUDY OF DEMOCRACY** – fact-checking se zvláštním zaměřením na dezinformace týkající se politiky. <https://csd.bg>
- **THE MEDIA LITERACY COALITION** – usiluje o zvýšení mediální gramotnosti v bulharské společnosti a o začlenění příslušných opatření do vzdělávacího procesu. <https://gramoten.li>

KYPR:

- **ANTIBODIES TO MISINFORMATION (Open University Cyprus)** – projekt zaměřený na koncepci, vývoj a aplikaci modelového zážitkového programu mediální výchovy proti dezinformacím na pilotních školách. <https://misinfoantibodies.cyi.ac.cy>

- **YOUTH MYTHBUSTERS (YMB)** – projekt zaměřený na podporu zapojení mladých lidí a osob ohrožených sociálním vyloučením do demokratického a občanského života; cílem je rovněž rozvíjet jejich kritické myšlení a mediální gramotnost za účelem posílení demokracie a boje proti manipulaci, propagandě a fake news. <https://www.youthmythbusters.eu>

ČESKÁ REPUBLIKA:

- **ČEŠTÍ ELFOVÉ** – občanská iniciativa a internetová skupina, jejímž cílem je boj proti zahraničním dezinformačním kampaním a ruské propagandě v českém kyberprostoru. Mezi jejich aktivity patří potírání a odhalování trollů na sociálních sítích, analýzy a pravidelné zprávy, databáze dezinformačních řetězových e-mailů a popularizace problematiky dezinformačních kampaní mezi novináři, politiky a širokou veřejností. <https://cesti-elfove.cz>
- **DIGIKOALICE** – propojuje svět škol a ICT v oblasti digitálního vzdělávání se zaměřením na rozvoj digitálních dovedností dětí i dospělých. <https://digikoalice.cz>
- **FAKESCAPE** – výuka mediální gramotnosti a kritického myšlení prostřednictvím atraktivních online nebo offline her. <https://www.fakescape.cz>
- **JSNS (Člověk v tísní)** – vzdělávací program největší české neziskové organizace zaměřený na základní a střední školy. Vytvořili vlastní výukové materiály k mediální gramotnosti a kritickému myšlení, poskytují podporu a vzdělávání učitelům. <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>
- **OBČANKÁŘI** – sdružení učitelů společenských věd, jehož cílem je zvyšovat kvalitu vzdělávání na českých školách. <https://www.obcankari.cz>

- **PROJEKT FAKT?** – realizovaný v rámci programu Active Citizens Fund, jehož cílem je podpora občanské společnosti a posílení kapacity neziskových organizací. Spolupráce organizací Elpida, věnující se vzdělávání seniorů, a Transitions, která se snaží posilovat nezávislost a profesionalitu investigativní žurnalistiky. Mediální, digitální a občanské vzdělávání seniorů a starších dospělých, příprava a organizace kurzů. <https://medialka.elpida.cz>

- **ZVOLSI.INFO** – skupina studentů, absolventů a pedagogů Masarykovy univerzity. Platforma pro boj proti dezinformacím. Pořádají přednášky o mediální gramotnosti a vydali knihu *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích*. <https://zvolsi.info>

- **PROJEKT NELEŽ.CZ** – upozorňuje inzerenty, že jejich reklama se může objevit v negativním kontextu a ohrozit tak pověst samotné inzerované značky. Cílem je nefinancovat dezinformační a manipulativní weby, jejichž obsah rozděluje společnost. <https://www.nelez.cz>

- **HOAX.CZ** – informuje uživatele o nástrahách, se kterými se mohou denně setkat na internetu a které mohou znepříjemňovat nebo ohrožovat běžné používání internetu. <https://hoax.cz/cze>

- **NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY** – nezávislé hodnocení důvěryhodnosti českých zpravodajských webů na základě dodržování novinářských standardů. Záměrem je poskytnout přehled o tom, jak analyzovaná média zpracovávají a předávají informace čtenářům, a také vodítko pro firmy inzerující v konkrétních médiích (jejich nástroj Media Rating rozděluje česká média do několika kategorií včetně Market-driven médií a Antisystémových médií). <https://www.nfnz.cz/rating-medii>

FRANCIE:

- **ARCOM** – zabývá se podpůrnými vzdělávacími činnostmi: vypracovává zprávy a doporučení pro informační platformy, poskytuje také online zdroje prostřednictvím stránky „Mediální vzdělávání“. <https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique#collapseQR3962>

- **DISINFO** – bezplatné a otevřené nástroje pro posílení všech veřejných, soukromých a občanských subjektů bojujících proti manipulaci s informacemi, včetně regulačních orgánů, které se snaží zajistit snížení zranitelnosti velkých soukromých subjektů. <https://disinfo.quaidorsay.fr/fr>

- **EVROPSKÁ KOMISE** (Les Décodeurs de l'Europe) – sleduje a dohledává nepravdivé informace o Evropské unii a uvádí je na pravou míru pomocí přehledných článků. https://france.representation.ec.europa.eu/les-decodeurs-de-leurope_fr

- **LA FRANCOPHONIE** – online platforma s názvem „ODIL: La plateforme francophone des initiatives de lutte contre la désinformation“ uvádí všechny iniciativy pro boj proti fake news (akce, nástroje atd.) vyvinuté mezi členy La Francophonie. <https://odil.org>. Ve spolupráci s ministerstvem školství poskytují výukovou sadu pro pedagogické pracovníky o mediální gramotnosti. <https://www.csa.fr/Proteger/Education-aux-medias-et-a-l-information-EMI/Ressources-pedagogiques>

- **Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI)** – Posláním je školit učitele v oblasti mediální a informační gramotnosti, vytvářet nebo spoluprodukovat vzdělávací zdroje a podporovat mediální gramotnost ve školách. <https://www.clemi.fr>

NIZOZEMÍ:

- **DUTCH MEDIA LITERACY NETWORK** (Netwerk Mediawijsheid) – síť, která usiluje o zvýšení mediální gramotnosti prostřednictvím znalostí a rozvoje potřebných dovedností. Jedná se o vládní iniciativu, která pomáhá dětem, mladým lidem, rodičům a pedagogům bezpečně a zodpovědně používat média, a to prostřednictvím víceúrovňového přístupu, který sdružuje různé odborné organizace a podporuje jejich spolupráci. <https://netwerkmediawijsheid.nl/over-ons/about-dutch-media-literacy-network>
- **SLO** (Stichting Leerplan Ontwikkeling) – kontinuální vzdělávání v oblasti digitální gramotnosti, které věnuje pozornost mediální gramotnosti, informační gramotnosti, počítačovému myšlení a základním dovednostem v oblasti IT. <https://www.slo.nl>

ŠPANĚLSKO:

- **BE CRITICAL** – vzdělávací program pro rozvoj mediálních kompetencí a kritického myšlení, který nabízí Educaixa. Obsahuje pedagogickou příručku pro studenty prvního a druhého stupně povinného středoškolského vzdělávání. <https://educaixa.org/es/programa-becritical>
- **FUNDACIÓN LUCA DE TENA** – výzkumné a vzdělávací aktivity zaměřené na studium a potlačení vlivu dezinformací. <https://fundacionlucadetena.org>
- **ALFA-MEDIA** – nezisková asociace složená z odborníků profesní a akademické sféry v různých technologických, vzdělávacích, právních a komunikačních oblastech, jejímž hlavním cílem je podpora a spolupráce při rozvoji iniciativ souvisejících s mediální a informační gramotností. <http://alfamedia.es>

- **EXPERTCLICK** – školicí program, jehož cílem je poskytnout starším lidem potřebné nástroje, které jim umožní plně využívat nové technologie ke zvýšení kvality života. <https://expertclick.org>
- **VERIFICA2** – program nadace Fundación Cibervoluntarios ve spolupráci s Newtral Educación zaměřený na boj proti dezinformacím a fake news. Bezplatné školení v oblasti počítačových technologií, jehož cílem je zvýšit povědomí veřejnosti, poskytnout potřebné nástroje k ověřování informací a zastavit viralizaci nepravdivého obsahu na sociálních sítích. <https://www.cibervoluntarios.org/en/news/post/verifica2-launched-eng>
- **LEARN TO CHECK** – vzdělávací a informační projekt, jehož cílem je reflexe dezinformační scény a snaha přiblížit společnosti digitální ověřování a mediální vzdělávání. Kromě školení pro všechny skupiny nabízí veřejnosti otevřené zdroje. <https://learntocheck.org>

Fact-checking v jednotlivých zemích



BULHARSKO:

- **FACT-CHECK.BG** – nezávislá platforma pro ověřování faktů, která vznikla z iniciativy Asociace evropských novinářů. <https://factcheck.bg>

ČESKÁ REPUBLIKA:

- **DEMAGOG.CZ** – kontrola faktických tvrzení politické elity. <https://demagog.cz>
- **MANIPULATORI.CZ** – hlavní činností je fact-checking, vyvracení hoaxů, výroků politiků a dalších dezinformací, dále upozorňování na podvody (falešné soutěže, podvodné e-shopy a produkty), pravidelný monitoring dezinformační scény, mediální vzdělávání a další iniciativy zabývající se mediální gramotností a bojem s dezinformacemi. <https://manipulatori.cz>
- **STOP FAKE** – novinářská iniciativa zaměřená na ověřování faktů a vyvracení ověřitelných dezinformací o Ukrajině, které se objevují v médiích, a analýzu kremelské propagandy. <https://www.stopfake.org/cz/domu>
- **CEDMO** (Central European Digital Media Observatory) – nezávislé nestranické multidisciplinární centrum, přičemž cílem tohoto mezinárodního projektu je odhalovat, prověřovat a omezovat šíření dezinformací a využívat umělou inteligenci k rychlejšímu a efektivnějšímu fact-checkingu. <https://cedmohub.eu/cs>

NIZOZEMÍ:

- **EDMO** (European Digital Media Observatory) – mezinárodní síť center, v nichž odborníci v oblasti dezinformací spojují své síly a sdílejí znalosti, odborné dovednosti a různé výzkumné a publikační výstupy. <https://edmo.eu>
- **NIEUWSCHECKERS.NL** – studentský projekt působící na univerzitě v Leidenu, jehož náplní je ověřování faktů ve zpravodajských článcích. <https://nieuwscheckers.nl>
- **NUCHECKT** – iniciativa nizozemské zpravodajské agentury NU.nl zaměřená na ověřování faktů. <https://www.nu.nl/nuclecheck>

ŠPANĚLSKO:

- **IBERIFIER** – středisko pro sledování digitálních médií ve Španělsku a Portugalsku, podporované Evropskou komisí a propojené s Evropskou observatoří digitálních médií (EDMO), zabývající se výzkumem médií a ověřováním faktů. <https://iberifier.eu>
- **LA CHISTERA** – blog deníku El Confidencial zaměřený na fact-checking, ověřují pravdy, lži a kouzelnické triky hlavních protagonistů aktuálního politického a společenského dění. <https://blogs.elconfidencial.com/espana/la-chistera>
- **NEWTRAL** – fact-checking, kurzy mediální gramotnosti pro dospělé. <https://www.newtral.es/zona-verificacion/fact-check>

Zdroje



- BARRADAS, Samara, 2021. Elaboration Likelihood Model: Influence on Persuasive Appeals. In: *Medium* [online]. 28. května 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://sbarradas.medium.com/elaboration-likelihood-model-influence-on-persuasive-appeals-ea9a69349d51>
- BRENTZEN, Naja, 2019. Online disinformation and the EU's response. In: *European Parliamentary Research Service* [online]. Únor 2019 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA\(2018\)620230_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA(2018)620230_EN.pdf)
- BLUE, Charles, 2021. Debunking Misinformation and Confronting Conspiracy Theories. In: *Association for Psychological Science* [online]. 26. února 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.psychologicalscience.org/observer/debunking-misinformation>
- CARTHY, Sarah, 2021. Lessons learnt from alternative narrative campaigns. In: *European Union* [online]. 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2022-03/ran_lessons_learned_from_alternative_narrative_campaigns_032022_en_1.pdf
- Disinfo database, 2021. Disinfo: In Sweden raping women is becoming a right for men of colour. In: *EU vs. Disinfo* [online]. 5. května 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://euvsdisinfo.eu/report/in-sweden-raping-women-is-becoming-a-right-for-men-of-colour#>
- European Education and Culture Executive Agency, 2020. Teaching media literacy and fighting disinformation with eTwinning. In: *Publications Office of the European Union* [online]. 20. září 2020 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://data.europa.eu/doi/10.2797/268>
- Facing history and ourselves, 2014. 3-2-1. Facing history and ourselves. In: *Facing History* [online]. 14. února 2014 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.facinghistory.org/resource-library/3-2-1#overview>
- MONCK, Adrian, FLEMING, Melissa, SMOLKIN, Rachel a WARDLE, Claire, 2022. Tackling disinformation – how can we combat the lies that go viral? In: *World Economic Forum Podcast Club* [online]. 30. září 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/tackling-disinformation-agenda-dialogues>
- GONZÁLEZ, Miguel, 2022. Actores autoritarios, ataques híbridos, integridad territorial y otras claves del nuevo Concepto Estratégico de la OTAN. In: *El País* [online]. 29. června 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://elpais.com/internacional/2022-06-29/actores-autoritarios-ataques-hibridos-integridad-territorial-y-otras-claves-del-nuevo-concepto-estrategico-de-la-otan.html>
- Government Communication Service, 2021. RESIST: Příručka pro boj s dezinformacemi. In: *Government Communication Service* [online]. Naposledy upraveno 11. ledna 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://gcs.civilservice.gov.uk/publications/resist-2-counter-disinformation-toolkit>, český překlad dostupný z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/ke-stazeni-resist-prirucka-pro-boj-s-dezinformacemi.aspx>
- GREGOR, Miloš, a kol., 2018. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Brno: CPress.
- HOLT, Jared, 2021. #StopTheSteal: Timeline of Social Media and Extremist Activities Leading to 1/6 Insurrection. In: *Just Security* [online]. 10. února 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.justsecurity.org/74622/stopthesteal-timeline-of-social-media-and-extremist-activities-leading-to-1-6-insurrection>
- Hořejš, Nikola a kol., 2022, Feb 7). Desatero pro lepší porozumění a členění dezinformací. In: *Ústav mezinárodních vztahů Praha* [online]. 7. února 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.iir.cz/desatero-pro-lepsi-porozumeni-a-celeni-dezinformaci>
- iCan Dream Center, 2021. Can you repeat that? How repetition enhances learning outcomes. In: *iCan Dream Center* [online]. 27. ledna 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://icandreamcenter.com/can-you-repeat-that-how-repetition-enhances-learning-outcomes>

- iCmedia, 2022. Global Report. Break the Chain. In: *Break the Chain* [online]. 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: https://www.break-the-chain.eu/data/files/globalreport_final.pdf
- JSNŠ (Člověk v tísni), 2018, Aug). 5 klíčových otázek. In: *JSNŠ* [online]. Srpen 2018 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/clk_5_otazek_srpen_2018_02.pdf
- MATÉ, Gábor, 2018. *In the Realm of Hungry Ghosts*. London: Ebury Publishing.
- MCGWIN, Kewin, 2018. National Geographic admits skeletal polar bear-global warming link ,went too far'. In: *Arctic Today* [online]. 3. srpna 2018 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.arctictoday.com/national-geographic-admits-skeletal-polar-bear-global-warming-link-went-far>
- MCLEOD, Saul, 2017. Kolb's Learning Styles and Experiential Learning Cycle. In: *Simply Psychology* [online]. Naposledy upraveno 2017 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.simplypsychology.org/learning-kolb.html>
- Narrative Arts. What is public narrative and how can we use it? In: *Narrative Arts* [online]. [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://narrativearts.org/article/public-narrative>
- Neuroandragogy against exclusion, 2019. Neuroandragogy in the Education of Adults from Groups at Risk of Exclusion: Materials for Educators Working with Adult Learners. In: Erasmus+ project *Neuroandragogy against Exclusion* [online]. 2019 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: http://www.neuroandragogy.eu/wp-content/uploads/2018/10/neuro_io2_en_lekki.pdf
- NICKERSON, Charlotte, 2022. Elaboration Likelihood Model. In: *Simply Psychology* [online]. 24. dubna 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: www.simplypsychology.org/elaboration-likelihood-model.html
- NOOR, Iqra, 2020. How Confirmation Bias Works. In: *Simply Psychology* [online]. 10. června 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: www.simplypsychology.org/confirmation-bias.html
- OXFORD REFERENCE, 2011. Thomas Theorem. In: *Oxford Reference* [online]. 2011 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803104247382>
- PALUMBO, Rocco a kol., 2021. When twice is better than once: increased liking of repeated items influences memory in younger and older adults. In: *BMC Psychology* [online]. 6. února 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://bmcp psychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-021-00531-8>
- PLÜSS, Jessica Davis, 2022. WHO slams baby milk industry for rampant manipulative marketing. In: *Swissinfo* [online]. 23. února 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.swissinfo.ch/eng/who-slams-baby-milk-industry-for-rampant--manipulative--marketing/47369706>
- POSETTI, Julie a kol., 2020. Disinfodemic: deciphering COVID-19 disinformation. In: *UNESCO* [online]. 10. 2. 2020 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416>
- POSOLDA, Václav. Myšlenkové mapy. In: *Paměť a učení* [online]. [Cit. 27. února 2023.] Dostupné z: <https://pametauceni.cz/clanek-3880-myslenkove-mapy>
- Priscilla, 2020. Synchronous vs. asynchronous learning: what's the difference. In: *Easy LMS* [online]. 22. července 2020 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.easy-lms.com/knowledge-center/learning-training/synchronous-vs-asynchronous-learning/item10387>
- RAHIMI, Fatima a kol., 2022. Konspirationalita: svět konspiračních teorií a influencerské spirituality. In: *Radio Wave* [online]. 29. srpna 2022 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: https://wave.rozhlas.cz/konspirationalita-svet-konspiracnich-teorii-a-influencerske-spirituality-8815702?player=on&fbclid=IwAR1aLjGzASt2tRWlPITt1Dw6ZwEJfVs612ynRa_ia9Pny0uXZvPsqlE
- RASH, Wayne, 2021. Disinformation Propelled by Social Media and Conspiracy Theories Led to Insurrection. In: *Forbes* [online]. 19. ledna 2021 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/waynerash/2021/01/19/disinformation-propelled-by-social-media-and-conspiracy-theories-led-to-insurrection/?sh=3aa6f61f34e0>
- SÁDABA, Charo, a SALAVERÍA, Ramón, 2022. Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. In: *Revista Latina de Comunicacion Social* [online]. 2. ledna 2023 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/articulo/view/1471>
- The European Parliament and the Council of the European Union, 2006. Misleading and Comparative Advertising Directive. *European Commision* [online]. 12. prosince 2006 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/misleading-and-comparative-advertising-directive_en
- WARDLE, Claire, 2019. Understanding Information Disorder. In: *First Draft* [online]. 22. září 2020 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder>
- WILSON, Edward O., 2009. *Goodreads Quotes* [online]. 2009 [cit. 27. února 2023]. Dostupné z: <https://www.goodreads.com/quotes/9770741-the-real-problem-of-humanity-is-the-following-we-have>

Sledujte vývoj projektu



Web: <https://www.break-the-chain.eu>



Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100077920479913>



Twitter: <https://twitter.com/breakchain4>

