

Čo je nové v projekte HoDeKoProM?

www.vudpap.sk

Od januára 2023 do decembra 2024 sa vo VÚDPaP-e realizuje projekt Erasmus plus (KA210-YOU-Malé partnerstvá v sektore mládeže 2022-3-SK02-KA210-YOU000097190) s názvom „**Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy u mládeže**“. Tento projekt je zameraný na podporu malého kooperačného partnerstva medzi VÚDPaP v Bratislave a MUNI v Brne, ktoré majú obdobné oblasti činností a obe organizácie identifikovali potrebu hlbšieho poznania vplyvu hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy (ďalej v texte už len „HoDeKoPro“) v online prostredí na prežívanie mladých ľudí.



“

Čo je nové
v projekte
zameranom na
vnímanie hoaxov,
dezinformácií,
konšpirácií
a propagandy
u mladých ľudí?

Karin Belovičová

“

Doposiaľ sa nám podarilo vytvoriť medzinárodnú Platformu HoDeKoProM, vďaka ktorej prebehne na jeseň tohto roku séria fokusových skupín zrkadlovo v Českej a Slovenskej republike, ako aj online dotazníkové mapovanie v SR.

V rámci projektu, pomocou vyššie spomenutých metód sa pokúsime získať obraz o tom, čo mladí ľudia považujú za HoDeKoPro v online prostredí. Zistenia by mali byť prínosom pre kľúčových aktérov pôsobiacich v oblasti prevencie rizikových prejavov mládeže a v oblasti podpory duševného zdravia detí a mládeže. Vďaka vytvorenej platforme HoDeKoProM prinesieme do československého prostredia prehľad existujúcich nástrojov k eliminácii vplyvu HoDeKoPro na mládež a pripravíme odporúčania pre stakeholderov vo formálnom/neformálnom/mediálnom sektore.



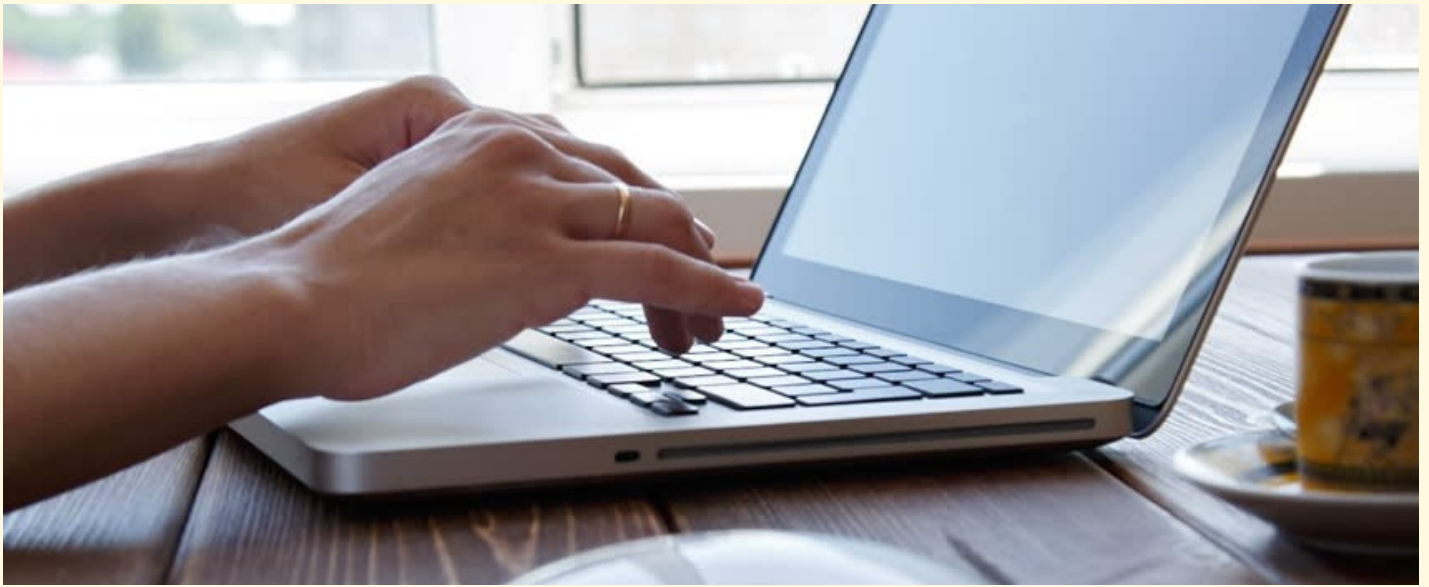
V úvode napĺňania jednotlivých aktivít projektu sme sa pokúsili zdefinovať terminológiu v HoDeKoPro tematike. V tomto príspevku si kladieme za cieľ bližšie popísať čitateľom, či výskumníci evidujú spúšťače k vzniku a šíreniu HoDeKoPro a ak áno, tak aké. V závere textu popíšeme aj pravdepodobné riešenia situácie, keď už niekto HoDeKoPro témam na internete podľahol, či preventívne opatrenia pre žiakov, ktorí ešte môžu HoDeKoPro témam na internete odolať. Výskumné štúdie uvádzajú, že rozdiel medzi hoaxami, konšpiráciami a propagandou spočíva v ich samotnej podstate, ako aj v cieľoch, ktoré napĺňajú. Nižšie uvádzame terminológiu používaných pojmov, ktoré navzájom opisujú veľmi podobné konštrukty, avšak s malými odlišnosťami (v tomto príspevku, ako aj v ďalších príspevkoch v súvislosti s projektom HoDeKoProM sa budú vyskytovať často):

Hoaxy

Hoaxy sú podľa Davida L. Millera (psychológ a spisovateľ, ktorý sa zaujíma o psychologické aspekty dezinformácií a iracionálnych presvedčení) **falošné správy alebo informácie, ktoré sa zámerne šíria s cieľom klamať, zmiast' alebo manipulovať verejnosť.** Tieto klamstvá a lži môžu byť vytvorené za účelom pobaviť (ako aprílový žart), alebo majú za cieľ šíriť dezinformácie a získať pozornosť, často bez závažných dôsledkov. Ide o nepravdivé tvrdenia, ktoré nemajú základ vo faktoch, a často ich ľudia šíria bez toho, aby overili ich pravdivosť a dôveryhodnosť. V literatúre sa zdôrazňuje, že pojem "hoax" nemusí byť použitý vo formálnej definícii alebo uvedený v slovníkoch, pretože ide skôr o neformálny výraz, ktorý sa vyskytuje v bežnom jazyku a ktorý je často používaný v komunikačnej praxi na popis klamlivých činov a podvodov.

Dezinformácie

Dezinformácie podľa Sander van der Lindena (sociálny psychológ, ktorý skúma psychologické faktory, ktoré ovplyvňujú šírenie dezinformácií a klamlivých správ) **sú úmyselne vytvorené a skreslené informácie,** ktoré sa navonok môžu zdať verejnosti ako spoľahlivé, no majú za cieľ zavádzať a zámerne pomýliť čitateľov. Oproti bežnej informácii, ktorá slúži na obohatenie vedomostí, **dezinformácie sa šíria za účelom vytvárania mylného obrazu.** Sú často využívané v súvislosti s informačnou vojnou (Just War), s „čiernou propagandou“, politikou a inými spoločenskými sférami, kde sa stávajú nástrojom pre politikov, pre opozíciu, alebo štátne a ideologické propagandistické združenia. Dezinformácie sa najčastejšie v literatúre pomenúvajú aj ako „**fake news**“, ide o modernejšie pomenovanie dezinformačných správ všeobecne.



Konšpirácie

Konšpirácie sú podľa Karen Douglasovej (britská psychologička, ktorá sa špecializuje na výskum dezinformácií, konšpiračných teórií a hoaxov a jej práca sa zameriava na pochopenie faktorov, ktoré ovplyvňujú šírenie dezinformácií a to, prečo niektorí ľudia veria v konšpiračné teórie) **presvedčenia alebo názory, ktoré sa zameriavajú na tvrdenie, že určitá skupina ľudí alebo organizácií sa tajne spolčuje za účelom manipulácie alebo kontroly**. Tieto teórie konšpirácie často postrádajú dôkazy a sú založené na neoverených informáciách a interpretáciách. Ľudia, ktorí veria v konšpiračné teórie, môžu ignorovať oficiálne vysvetlenia a zdôvodnenia v prospech svojich vlastných presvedčení.

Propaganda

Propagandu Steve Reicher (britský sociálny psychológ, ktorý sa zaujíma o psychologické faktory, ktoré ovplyvňujú prijímanie propagandy a jej vplyv na skupinové správanie) nazýva „**systematickým a zámerne zavádzajúcim šírením informácií, ktoré majú ovplyvniť verejné názory, presvedčenia a správanie, s cieľom dosiahnuť politické, ideologické alebo komerčné ciele**“. Propaganda môže využívať emocionálnu manipuláciu, skresľovanie reality, vynechávanie dôležitých informácií a ďalšie taktiky na získanie priaznivej/pozitívnej reakcie od cieľovej skupiny.

Spúšťače k vzniku a šíreniu HoDeKoPro

Podľa Uscinskeho vieme identifikovať a pomenovať niekoľko hlavných spúšťačov a faktorov, ktoré prispievajú k vzniku a šíreniu HoDeKoPro. Jedným z nich môže byť napr. „...**finančný zisk alebo politický profit** z takýchto lživých správ. Tí, ktorí šíria dezinformácie, môžu využiť reklamy, kliky alebo podporu pre ich obsah, čo ich motivuje k vytváraniu kontroverzných alebo zavádzajúcich informácií“.





Hoaxy a dezinformácie sa podľa Uscinskeho často „...používajú aj na **podporu istých ideológií**, alebo politických postojov. V čase polarizovaného politického obdobia môže lživý a klamlivý obsah pritiahnúť a posilniť určité skupiny ľudí a podkopávať tak dôveru v iné politické prúdy, alebo inštitúcie“.

Sociálne siete a online platformy zohrávajú dôležitú úlohu pri šírení dezinformácií. Algoritmy týchto platforiem môžu preferovať kontroverzný obsah alebo HoDeKoPro témy ako také, pretože prilákajú viac pozornosti a väčšie pridávanie sa užívateľov napr. do dezinformačných skupín. Tým sa bohužiaľ často vytvára začarovaný kruh, tzv. filter bubbles (**ide o fenomén, ktorý sa vyskytuje v súvislosti s internetovými médiami a sociálnymi sieťami. Ide o situáciu, kedy online algoritmy a personalizované filtre selektívne zobrazujú obsah užívateľom na základe ich predchádzajúcich vyhľadávaní, prehliadania a interakcií. Týmto spôsobom sú užívateľom prezentované informácie, ktoré sú v súlade s ich existujúcimi názormi, preferenciami a presvedčeniami, a zároveň sú eliminované alebo minimalizované informácie, ktoré by mohli viesť k diverzifikácii názorov alebo vyvolávaniu kontrastných perspektív - (Yochai Benkler, Robert Faris, Hal Roberts, 2018)**), kde sú hoaxy ešte viac šírené a dostávajú sa k omnoho väčšej mase ľudí.

Mnohí ľudia môžu veriť a šíriť dezinformácie aj preto, že nemajú dostatočnú schopnosť kriticky zhodnotiť informácie, ktoré konzumujú. Inými slovami povedané, **nedostatok mediálnej gramotnosti** môže viesť k tomu, že ľudia sa stanú ľahkými obeťami HoDeKoPro webov. Internet a sociálne siete umožňujú okamžité šírenie informácií po celom svete. **Okamžité a nekontrolovateľné šírenie** môže byť samozrejme pozitívne, ale aj negatívne pre ľudstvo. HoDeKoPro témy môžu zasiahnuť širokú verejnosť rýchlo a efektívne, čo zvyšuje škodlivosť dopadov šírenia HoDeKoPro. Z výskumov vyplýva, že niektorí ľudia môžu byť náchylnejší veriť v HoDeKoPro, pretože sa cítia neistí (či už kvôli nejakým osobným, alebo kvôli celospoločenským krízam, ktoré ich obklopujú), alebo nedôverujú existujúcim inštitúciám a autoritám v danej spoločnosti celkovo. Hoaxy však



Čo je však riešením a ako asi odolávať HoDeKoPro?

môžu oslovovať napríklad aj takých ľudí, ktorí hľadajú jednoduché odpovede na zložité otázky, alebo len potrebujú potvrdiť svoje už existujúce presvedčenie. Oblasť výskumu v téme HoDeKoPro sa v poslednom desaťročí vyskytuje v omnoho väčšej miere, než predtým. Autori sa zväčša snažia porozumieť HoDeKoPro témam a ich šíreniu, alebo sa snažia dať čitateľom návod na to, ako rozpoznávať hoaxy, či dokonca priamo popisujú spôsoby, ako proti HoDeKoPro témam bojovať. Tieto a viaceré ďalšie zdroje nám poskytnú hodnotné informácie o najnovších poznatkoch, metodikách a prístupoch k riešeniu problému HoDeKoPro témy v tejto digitálnej dobe. Je dôležité pripomenúť, že dezinformácie a hoaxy nie sú novým fenoménom, ale v digitálnej dobe sú omnoho ľahšie šíriteľné a dokážu zlákať omnoho väčšie množstvo ľudí.

Riešením podľa Stephana Lewandowskeho je zvýšiť povedomie o mediálnej gramotnosti, rozvíjať v ľuďoch kritické myslenie a zvýšiť informovanosť verejnosti, ako aj zlepšiť spôsob, akým sociálne siete a online platformy šíria obsah. Taktiež je dôležité, aby aj samotní užívatelia prispeli k boju proti dezinformáciám, a to napríklad tým, že sa pokúsia overiť si informácie ešte pred tým, než ich budú šíriť ďalej. **Dôležité je naučiť žiakov v školách, ale aj mladých ľudí všeobecne - AKO rozpoznať hoaxy a dezinformácie.** Môžete im napríklad poradiť, aby si overili informácie, ktoré dostanú, aby skontrolovali viacero zdrojov a porovnali ich. Je tiež dobré zdôrazniť dôraz na kritické myslenie a schopnosť položiť otázky k informáciám, ako napríklad: Kto to hovorí? Aký je zdroj informácie? Je to dôveryhodný zdroj? a pod. Taktiež je dôležité povedať žiakom, že ak majú napríklad pochybnosti o nejakej informácii, môžu sa poradiť s dospelými, učiteľmi alebo rodičmi, ktorí im môžu pomôcť rozpoznať pravdivé informácie od hoaxov a dezinformácií.

Existuje veľké množstvo preventívnych a intervenčných programov či workshopov, ktoré sa zameriavajú na rôzne odporúčania ako mladým ľuďom jednoducho vysvetliť, aby boli informovaní, aké nástrahy na nich číhajú v online priestore a ako sa voči nim brániť. V konečnej fáze projektu poskytneme aj prehľad takýchto programov v Slovenskom kontexte. Avšak, čo považujeme za zaujímavé, máloktorý zdroj popisuje aj efektivitu alebo životnosť týchto preventívnych a intervenčných programov.



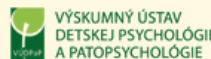
Zhrnutie

Hoaxy sú teda podľa vyššie uvedeného: nepravdivé informácie, ktoré sa šíria za účelom klamaní alebo zábavy. Konšpirácie sú presvedčenia o tajných plánoch, alebo manipulácii určitých skupín. Propaganda je systematické zavádzanie, s cieľom ovplyvniť verejné názory a správanie v prospech istej agendy. Všetky tieto javy môžu byť patologické, pretože môžu prispieť k dezinformovaniu osôb a narúšaniu verejnej diskusie, ako aj k narúšaniu dôvery v informačné zdroje.

Je však dôležité si uvedomiť, že vnímanie dezinformačných správ v online priestore môže byť rôznorodé a závisí od jednotlivca. Niektorí mladí ľudia môžu byť kritickí, zodpovední a môžu sa aktívne snažiť overovať si informácie, zatiaľ čo iní sa môžu nechávať ovplyvňovať dezinformáciami bez kritického uvažovania. Ako už bolo spomenuté, mediálna gramotnosť a vzdelanie vo všeobecnosti, sú zrejme dôležitými faktormi pri boji proti šíreniu dezinformácií v online priestore a podporovaní zodpovedného používania internetu. Na záver by sme radi dodali, že v online priestore je nesmierne dôležité **byť kritickým** voči informáciám a **overovať si zdroje**, aby sme minimalizovali účinky dezinformácií a nechali sa ovplyvňovať len dôveryhodnými a overenými informáciami.

V prípade záujmu, viac
informácií o projekte nájdete
TU a literatúru u autorky na:
karin.belovicova@vudpap.sk

Projekt „HoDeKoProM - Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi“ je podporený programom Erasmus + v rámci kľúčovej akcie „KA2 - Malé partnerstvá v sektore mládeže“.



Projekt je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+ v spolupráci s NIVAM.