

ZAVÁDĚJÍCÍ A FALEŠNÉ ZPRÁVY

Žijeme v době bezprecedentního množství informací a prudkého nárůstu falešných zpráv (fake news), které kolují po internetu. Informace jsou všude a někdy je obtížné posoudit, nakolik jsou pravdivé, přesné nebo spolehlivé. To je důvod, proč se mediální gramotnost a rozvoj kritického hodnocení staly klíčovými dovednostmi. Obě tyto dovednosti je třeba rozvíjet již od útlého věku.



SHRNUTÍ

Tato aktivita může u účastníků podnítit rozvoj kritického myšlení a přivést je k uvědomění si vlivu médií na utváření našeho vnímání světa. Seznámí je s některými užitečnými nástroji pro ověřování informací a zjišťování důvěryhodnosti zpráv.

V rámci této aktivity účastníci:

- Prozkoumají, které informační zdroje používají, jak často a proč.
- seznámí se s pojmem zavádějící/falešné zprávy.
- naučí se rozpoznat zavádějící/falešné zprávy
- budou diskutovat o důsledcích šíření zavádějících/falešných zpráv.

VĚK

12+

POČET ÚČASTNÍKŮ

12–30

TRVÁNÍ

45–60 min

MATERIÁLY

kopie Přílohy 1, Přílohy 2a a 2b

INSTRUKCE

ÚVODNÍ AKTIVITA (VOLITELNÁ)

Každý z účastníků o sobě vymyslí 3 tvrzení, z nichž 2 by měla být pravdivá a 1 nepravdivé. Účastníci by pak měli začít chodit po místnosti. Pokaždé, když uslyší vaše tlesknutí, měli by se zastavit, otočit se k nejbližší osobě a vyměnit si tvrzení o sobě a určit, které tvrzení je nepravdivé. Jakmile uslyší vaše tlesknutí, pokračují v chůzi po místnosti.

TIP: Dvojice by si měly tvrzení vyměnit rychle, přibližně v 1 minutě.

KROK 1 (10 MIN)

Rozdejte účastníkům dva listy s články (PŘÍLOHA 1). Ti by si měli nejprve samostatně přečíst text a poté ve dvojicích diskutovat o tom, zda jsou články pravdivé, nebo nepravdivé.

Až skončí, požádejte je, aby zvedli ruce a vyjádřili svůj názor na pravdivost první a druhé zprávy. Zeptejte se jich: „Proč si myslíte, že je každý z článků pravdivý nebo nepravdivý? Jak jste to zjistili?“

Na tabuli si průběžně zapisujte jejich argumenty, ale v tuto chvíli neprozrazujte pravdivost či nepravdivost článků.

KROK 2 (10 MIN)

Rozdělte účastníky do skupin po čtyřech a rozdejte jim pracovní listy s fotografiemi (PŘÍLOHY 2a a 2b). Dvěma skupinám dejte po jedné fotografii stejné události, ale pořízené z různých úhlů (nebo upravené fotografie). Je důležité, aby si skupiny fotografie navzájem neukazovaly. Skupiny by si měly nejprve dobře prohlédnout svou fotografii a poté v rámci skupiny diskutovat o tom, kdo je osoba na fotografii a co dělá v okamžiku zachyceném na fotografii. Poté každá skupina napíše krátký článek (např. na půl stránky) o možné události na fotografii a dá mu název.

KROK 3 (15 MIN)

Vyzvěte účastníky, aby se posadili do kruhu. Zástupce každé skupiny by měl přečíst svůj článek a ukázat fotografii zbytku třídy. Po představení všech 4 článků odhalte účastníkům skutečné pozadí události. V tomto okamžiku jim také můžete prozradit pravdivost či nepravdivost článků, které četli v kroku 2.

Pokračujte v diskusi následujícími otázkami:

- *Jak často se vám stává, že zpráva je falešná? Jak se při tom cítíte?*
- *Z jakých zdrojů obvykle čerpáte informace?*
- *Proč se podle vás falešné nebo zavádějící zprávy objevují?*
- *Jak můžete rozpoznat falešnou zprávu?*
- *Jak často kontrolujete zdroj zpráv, které čtete? Zjišťujete informace o téže zprávě z více zdrojů?*
- *Jaký je hlavní důvod, proč se rozhodnete sdílet vybrané novinky se svými vrstevníky?*
- *Jaké jsou možné důsledky šíření zavádějících nebo falešných zpráv?*
- *Jak může každý z nás omezit šíření zavádějících nebo falešných zpráv?*

KROK 4 (10–15 MIN)

Dále představte několik pokynů a nástrojů, které studentům pomohou rozpoznat zavádějící a falešné zprávy. Jako představení můžete použít infografiku (Příloha 3a/ odkaz: <https://blogs.ifa.org/lpa/files/2017/01/How-to-Spot-Fake-News.pdf> nebo Příloha 3b https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/07/beyond-fake-news_COLOUR_WEB.pdf) a následně rozvést pokyny, které pro ně mohou být užitečné v každodenním životě.

DOPLŇUJÍCÍ NÁVRHY

- Účastníci mohou pracovat v malých skupinách a napsat falešný nebo skutečný článek, přičemž se snaží být co nejpřesvědčivější. Poté jej přečtou zbytku třídy, který má určit, zda je článek pravdivý, nebo nepravdivý.
- Jako následnou aktivitu můžete s účastníky shlédnout film o redakční práci.
- V další lekci pozvete externího hosta - redaktora nebo novináře - který může účastníkům ukázat, jak se informace před zveřejněním odborně kontrolují.

INFORMAČNÍ OKÉNKO

Užitečné nástroje k rozpoznání zavádějících a falešných zpráv:

- Ověřování faktů v angličtině: Snopes, FactCheck, Channel 4 Fact Check, OpenSecrets a AFP Fact Check, ve Slovinštině: Ne/Ja, Razbijalka Mitov and Oštro.
- Ověření pravosti fotografií od TinEye, podrobný návod k použití najdete v článku Bellingcat nebo ve videu How to Use Google Reverse Image Search to Fact Check Images (Common Sense Education, 2017).
- Ověřování pravosti videí: V prohlížeči Google Chrome můžete použít plugin Invid, který vám pomůže odhalit tzv. „falešné snímky“. Můžete ho využít k zachycení „deepfake“ videí. Další informace naleznete v části Vysvětlení: What Are Deepfakes? (WebWise) a Researcher Explains Deepfake Videos (WIRED, 2019).

Zavádějící a falešné zprávy: Úmyslné nebo neúmyslné dezinformace, smyšlené informace nebo neúplné informace jsou často označovány jako zavádějící zprávy, fake news, junk news, pseudozprávy, falšované zprávy. Je obtížné stanovit mezi nimi jasnou hranici, protože někdy není snadné určit motivaci k vytvoření takové zprávy. Šíří se prostřednictvím tradičních médií (tisk, televize, rozhlas, webové portály) a online platform sociálních médií. Ačkoli zavádějící a falešné zprávy existovaly vždy, s rozvojem celosvětové sítě a online médií došlo k jejich explozi. Zprávy tradičně získáváme z důvěryhodných / známých zdrojů, od novinářů a médií, která jsou vázána kodexy. Internet však otevřel zcela nový způsob publikování, sdílení a konzumace zpráv, včetně zpráv, které

berou malý nebo žádný ohled na novinářské a redakční standardy. Zavádějící a falešné zprávy často „soutěží“ s ověřenými zprávami o pozornost publika.

Kdo má zájem? Přestože, jak bylo uvedeno výše, je někdy těžké stanovit jasnou hranici, důležitým faktorem, který je třeba vzít v úvahu, je motivace. Jestli je to zisk nebo přímý prospěch - klamavé zprávy mají obvykle přínést prospěch těm, kteří je produkují a šíří. Výhody mohou být různé: vydělávání peněz, vyvolávání zmatku, poškozování druhých, diskreditace atd. Pro (komerční) média je zásadní, aby jejich obsah přitahoval publikum - čím více lidí si článek přečte, tím vyšší jsou příjmy z reklamy. Inzerenty zajímá především to, kolik lidí vidělo jejich reklamu, která se objeví vedle, před nebo během mediálního obsahu. Senzacechtivé, neupřímné nebo zcela smyšlené titulků se často používají ke zvýšení čtenosti, sledovanosti a poslechohosti. Ty nalákají čtenáře, diváky, posluchače, aby následovali webový odkaz. Zveřejnění příběhu se zavádějícím obsahem, který přitahuje uživatele, je výhodné pro inzerenty a samozřejmě i pro médium, protože zvyšuje příjmy z reklamy. Zavádějící zprávy proto mohou být velmi výnosným byznysem. Na vytváření a šíření zavádějících zpráv se pravidelně podílí i řada politických subjektů, zejména v předvolebním období. K nárůstu zavádějících nebo falešných zpráv přispívá také informační přetížení a neznalost fungování webu (algoritmů atd.).

Jaké typy zavádějících zpráv známe?

(Převzato z [Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News, Media Literacy for Citizenship](#) (EAVI), 2024)

- **Propaganda:** přijaté vládami, politiky, nevládními organizacemi a korporacemi. Mohou být prospěšné nebo škodlivé.
- **Dezinformace:** směs faktického, lživého nebo částečně lživého obsahu. Jinak pravdivá informace je zasazena do jiného kontextu nebo vytržena z pravého kontextu, aby získala jiný význam. Nebo příběhy, které nejsou zcela nepravdivé, ale jsou zkreslené zavádějícími nebo senzacechtivými titulky. Tento typ zpráv se může na sociálních sítích rychle šířit, protože v takzvaných zpravodajských kanálech se zobrazují pouze titulky a

krátké úryvky celého článku. Nebo informace obsahující přizpůsobený/změněný obsah: manipulace se skutečnými informacemi nebo obrázky, jako je upravená fotografie nebo video.

- **Clickbait:** příběhy, které jsou úmyslně vymyšlené, aby přilákaly více návštěvníků na webové stránky a zvýšily příjmy z reklamy. Titulky těchto příběhů jsou často velmi senzacechtivé.
- **Bogus/fake news:** zcela vymyšlený obsah, motivovaný příjmy z reklamy, politickým vlivem nebo obojím. Používá taktiky partyzánského marketingu - boty, komentáře, padělanou značku.
- **Pseudo věda:** zkresluje skutečné vědecké studie přehnanými nebo nepravdivými tvrzeními; propaguje greenwashing, zázračné léky, boj proti očkování nebo popírání klimatu.
- **Konspirační teorie:** snaží se jednoduše vysvětlit složité skutečnosti jako reakci na strach nebo nejistotu; odmítá odborníky/autority; důkazy, které vyvracejí konspiraci, jsou považovány za důkaz této konspirace.
- **Stranické/zaujaté zprávy:** ideologické a zahrnují interpretaci faktů, ale mohou se vydávat za nestranné, upřednostňují fakta, která odpovídají narativu, zatímco jiná opomíjejí. Mnoho lidí přitahují zprávy nebo příběhy, které potvrzují jejich přesvědčení nebo předsudky, a zprávy mohou těchto předsudků využívat. Algoritmy sociálních médií mají tendenci zobrazovat zprávy a články, o kterých se předpokládá, že nás přitahují nebo se nám líbí, a to na základě našich předchozích aktivit.
- **Falešné zdroje:** falešné, fiktivní zdroje se vydávají za pravé nebo imitují způsob, jakým prezentují obsah. Díky tomu se informace, které mohou být zcela smyšlené, tváří, že pocházejí z důvěryhodného zdroje.
- **Sponzorovaný obsah:** reklama, která se tváří jako redakční článek
- **Chybná/nedbalá žurnalistika:** někdy se může stát, že novináři zveřejní příběh s nespolehlivými informacemi nebo bez ověření všech faktů. POZOR! Nejedná se o falešné zprávy, ale často tak vypadají.
- **Satira, hoax a parodie:** mnoho webových stránek zveřejňuje falešné zprávy, ale jejich cílem je kriticky a zábavně komentovat politiku a společnost. (tuto tradici mají dokonce i tištěná média, např. ve Slovinsku Mladinamit).

● **Jak rozpoznat zavádějící zprávy?**

Vezměte v úvahu následující body:

- Kdo zprávy zveřejňuje a sdílí? Většina veřejně známých osobností a médií má u svých ověřených účtů modrý odznak nebo zatržítka. To může zvýšit pravděpodobnost (i když ne vždy), že zveřejněná zpráva nebo její obsah jsou důvěryhodné.
- Zkontrolujte zdroj zpráv! Poznáváte tuto webovou stránku? Je to důvěryhodný/spolehlivý zdroj? Pokud stránku neznáte, zjistěte si o ní více informací.
- Přečtěte si víc než jen titulek! Mnoho zavádějících a falešných zpráv používá senzační nebo šokující titulky, často psané velkými písmeny a vykřičníky. Přečtěte si celý článek.
- Zkontrolujte další zdroje! Existují i jiné důvěryhodné zdroje, které o zprávách informují? Pokud jsou ve zprávách uvedeny zdroje, ověřte si, zda jsou důvěryhodné nebo zda vůbec existují.
- Zkontrolujte data! Zavádějící a falešné zprávy často obsahují nesprávná data nebo změny v načasování událostí. Je také dobré zkontrolovat, kdy byla zpráva zveřejněna - jedná se o aktuální nebo starou zprávu?
- Zkontrolujte si své zaujatosti! Ovlivňují váš úsudek vaše vlastní názory nebo přesvědčení?
- Jedná se o vtip? Někdy není zcela jasné, zda zpráva není vtipem nebo parodií. Podívejte se na webovou stránku, která zprávu zveřejnila: jedná se o satirický web?

ZDROJE

- [Explained: What is False Information \(Fake News\)?](#) WebWise, 2024.
- [Fact-Check.](#) Be Media Smart, 2023.
- [The Media Manipulation Casebook.](#) Technology and Social Change project (TaSC), 2023.
- [AFP Factual.](#) AFP, 2024.
- Lačan, I., Libnik, V. (2021). [How one of the most viral fake news from Slovenia spread around the world.](#) N1 SLO, 2021.
- [Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News,](#) Media Literacy for Citizenship (EAVI), 2024)
- [Viral Pic Of Prince William 'Giving The Middle Finger' Isn't At All What It Seems.](#) The Sun, 2020.
- [Real or fake – Exercise 1: Proving your story is real.](#) BBC, 2020.
- [Exercise 2: Same but Different.](#) BBC, 2020.



Financováno Evropskou unií. Vyjádřené názory a stanoviska jsou však pouze názory a stanoviska autorů a nemusí nutně odrážet názory a stanoviska Evropské unie nebo Evropské komise pro vzdělávání a kulturu. Výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA), Evropská unie ani agentura EACEA za ně nenesou odpovědnost.

PŘÍLOHA 1: PRACOVNÍ LIST SE DVĚMA ČLÁNKY

ÚKOL 1: přečtěte si oba články. Jsou PRAVDIVÉ nebo FALEŠNÉ? Proč? Napište svůj názor.

ČÍŇANCE BOUCHLA V ÚSTECH PETARDA, SPLETLA SI JI S BONBONEM

Žena z čínského města Čcheng-tu se při sledování televize dostala do potenciálně velmi nebezpečné situace, když v ústech rozkousla petardu. Zmátl ji obal i tvar, a tak si myslela, že jde o cukrovinku, kterou měla ráda v mládí. Čínská média informovala o nakonec našťásti úsměvném incidentu, jehož ústřední postavou je žena označovaná pouze příjmením Wuová a žijící ve městě Čcheng-tu ve střední Číně. Ta si totiž na začátku února chtěla smlsnout na cukrovínce, ale ve skutečnosti si do úst vložila petardu. Později vysvětlila, že se zrovna dívala na televizi, když její bratr domů přinesl nějaké občerstvení, ale s ním i balení petard, respektive něčeho, co by se silou exploze dalo označit spíše za slabé bouchací kuličky. Tvarem, velikostí i blistrovým balením však připomínaly cukrovinky s pastou taro, které žena měla ráda od dětství. A protože v místnosti bylo v té době jen chabé osvětlení, nevěšela si, že ve skutečnosti bonbony nejde, sáhla po balení, jeden kousek vyloupla a vložila si jej do úst. Když však skousla, ucítila v ústní dutině výbuch a následně silný zápach střelného prachu. Petarda byla našťásti jen velmi slabá, takže nenapáchala prakticky žádná zranění. Wuová tedy vyvázla jen s dočasným znečištěním a drobnými popáleninami na dásních. K poškození zubů ani čelistí nedošlo, takže nakonec ani nevyhledala lékařskou pomoc, informoval web Global Times. Později si však ještě v lokálních médiích postěžovala, že způsob balení petard je značně matoucí. A souhlasí s ní i celá řada uživatelů internetu, kteří zároveň upozorňují, že splést si petardy s cukrovinkami mohou zejména malé děti, u nichž by následky takového omylu mohly být podstatně závažnější.

JE TO LIKVIDACE, VALÍ SE KRITIKA. EU CHCE OMEZIT CHOV NĚKTERÝCH DRUHŮ ZVÍŘAT

Likvidace chovů. Nesmyslná buzerace. Jen těžko hledají chovatelé slova v případě novinky prosazované západními aktivisty, již se aktuálně zabývá Evropská komise a která by mohla brzy platit v celé Evropě. Jde o takzvané pozitivní seznamy zvířat, jež by regulovaly obchod s volně žijícími a | exotickými zvířaty. Ty by měly pro chovatele (nejen) v České republice likvidační dopad. Pořídít si domů hada, papouška, pavouka či jiného mazlíka by nově bylo velmi komplikované, výběr by byl minimální. „Pozitivní seznam by se v případě jeho zavedení týkal každého chovatele. Výjimku by měly pouze certifikované zoo a záchranné stanice. Zavedením pozitivního seznamu by hrozil zákaz chovu většiny druhů živočichů a majitelé takových zvířat by je již nemohli rozmnožovat, obchodovat s nimi ani je vystavovat. Vlastněné exempláře by si mohli nechat pouze na „dožití. Tímto krokem by byly zcela zlikvidovány například i veškeré výstavy a burzy,“ varuje Český svaz chovatelů (ČSCH). Protesty proti tomuto kroku v ČR rostou, nesouhlas vyjadřovali i lidé na sobotních Zoo trzích v Plzni, kde se podpisy plnil jeden arch s názvem „Odmítavé stanovisko k zavedení pozitivních seznamů“ za druhým. „Zvířata, která nebudou na pozitivním seznamu, bude v podstatě zakázáno chovat, takže je to likvidace zájmového chovu. Bohatě by stačilo, kdyby se dodržovaly zákony CITES. Soukromí chovatelé mají spoustu druhů, které ani v zoologických zahradách nevidíte. Díky nim přežívají, zatímco v přírodě vymírají,“ řekl Deníku organizátor trhů a pracovník plzeňské zoo Zdeněk Bríza.

ČLÁNEK 1: Číňance bouchla v ústech petarda

ČLÁNEK 2: Je to likvidace, valí se kritika

ÚKOL 2: Diskutujte se svým partnerem.

