V DIGITÁLNÍM SVĚTĚ

OTÁZKY A ODPOVĚDI: PRAVDA, NEBO NE?

Co je kritické myšlení? Čím se vyznačuje? Proč je potřebné?

Problém současné doby je, že pomluvy a nepravdy se nešíří jen mezi přáteli v úzkém kolektivu, ale v globalizovaném světě se po internetu mohou dostat i k širokému publiku. Ne každý, kdo šíří informace na internetu, má nezištné úmysly či se dokáže na věc dívat objektivně.

Kritické myšlení znamená schopnost nepodléhat prvnímu dojmu, obecnému mínění nebo naléhavosti nějakého sdělení. Rovněž znamená schopnost **naivně nepřebírat tradované názory či neprokázané mýty**. V moderním světě je třeba si od jakékoliv sdělené informace vytvořit odstup a připustit i odlišný pohled, popřemýšlet nad sdělením a nejlépe si je i **ověřit**. Ne všechny informace, které se k nám dostávají, jsou objektivní a ověřené. Kritické myšlení je důležité, protože v záplavě názorů a informací je třeba informace analyzovat, vyhodnocovat a vysvětlovat. Tím snižujeme riziko, že budeme přijímat povrchní informace, že budeme myslet a jednat na základě předsudků či stereotypů.

Jaké cíle mohou sledovat mediální sdělení na internetu?

Cílem každé informace samozřejmě není někoho pomlouvat. Nejčastějším účelem mediálních sdělení je **informovat** o událostech, které se právě dějí. Například o právě probíhající nehodě, tragédii, zločinu.

Na internetu najdeme věci, které nás mají **pobavit** – nejrůznější vtipy, humorné obrázky či videa. Existuje řada webů, které šíří zprávy se smyšleným obsahem, jenž má být zábavný. Ne vždycky jsou ale takto pochopeny – mnozí lidé je berou na základě titulku vážně, jako informaci. Je tedy nutné se řídit nejen nadpisy, ale celým obsahem.
Na internetu najdeme i mnoho sdělení, kterými někdo chce **přesvědčit** ostatní o své pravdě: třeba o škodlivosti očkování, o víře v posmrtný život, o týrání zvířat ve velkochovech. Tyto informace je třeba přijmout jako **názor**, nikoliv ihned jako fakt, a dále je zkoumat.

Jaký je rozdíl mezi fakty a názory?

Informace se na nás valí ze všech stran. Často dochází k zaměňování faktických informací a názorů. Rozdíl se zdá být jednoduchý. **Zpráva** by měla informovat, **co** se stalo, **kdy** se to stalo, **jak** se událost odehrála a **jaká opatření** jsou učiněna.

Příkladem může být počasí. Faktickou informací je, že je dnes venku 24 °C, slabý vítr, jasno, nulové srážky. Názorem je, že je venku hezky nebo ošklivě, protože každý z nás hezké počasí vnímá trochu jinak.

To samé se může týkat společenských témat nebo třeba politiky. **Seriózní weby rozlišují faktické a názorové články**, v tištěném tisku jsou zpravidla pro názorovou sekci určeny „sloupky".

Neseriózní weby naopak s oblibou faktické informace a komentáře nerozlišují a uvádějí pohromadě. Z příspěvku se tak stává míchanice, která však čtenáře často zaujme, protože autor příspěvku se cíleně snaží vyvolávat silné emoce jako strach nebo rozhořčení.

Kdo všechno může publikovat na internetu?

Internet je součástí životů nás všech. Stal se dostupným pro drtivou většinu obyvatel. Webové stránky si můžeme zřídit řádově za stokoruny ročně, pokud navíc máte dobrou čtenost, firmy pronajímající reklamní prostor za reklamu umístěnou na čteném webu s velkým dosahem rády zaplatí. Další příležitostí jsou sociální sítě nebo blogy, kde lze publikovat zcela zdarma. **Internet není nijak cenzurovaný a publikovat na něm může kdokoliv.** Každé sdělení tedy zdaleka nemusí být pravdivé jen proto, že je zveřejněné. Obsah však musí být **v souladu se zákony** a případně smluvními podmínkami platformy, na kterých daná osoba publikuje.
Společnosti vlastnící sociální sítě se snaží kontrolovat nahlášený obsah na sociálních sítích a vyvracet nejčastěji šířené hoaxy a konspirační teorie. Například společnost Facebook si na kontrolu faktů pro Českou republiku najala agenturu AFP. I přes to však na sociálních sítích kolují dezinformace, protože v silách editorů není kontrolovat všechna tvrzení a příspěvky.

Jak posoudit důvěryhodnost mediálních sdělení? Jak ověřovat věrohodnost obrázků a videí?

- Je článek **podepsán konkrétní osobou**? Pokud ne, je to podezřelé. Člověk se obvykle za dobře odvedenou práci nestydí. Svou identitu skrývá, když se jedná o pomluvu.
- Je dohledatelný **vlastník webu**? V případě, že není, je to znepokojivé. Weby či projekty mohou být řízeny třeba firmou s vlastními podnikatelskými záměry, například vám vnutit nějaký produkt.
- Obsahuje článek (či příspěvek na sociálních sítích) **ověřené zdroje**? Každá zpráva by měla obsahovat zdroje, odkud informace čerpá. Nejlépe linky či tvrzení skutečných autorit v daném oboru.
- Důležitost zprávy by neměla být **uměle zvyšována bulvárními titulky.**
- **Zprávy a komentáře** jsou na webu jasně **oddělené**.
- Důležité rovněž je, aby **reklama** byla jednoznačně **odlišena** od redakčního obsahu.

Existují projekty, které zkoumají důvěryhodnost jednotlivých médií, mapují dezinformační weby apod. Viz Doporučené zdroje níže.

Proč někdo publikuje nepravdivé nebo zavádějící zprávy? Co k tomu lidi nejčastěji vede?

Důvodů zveřejňovat nepravdivý obsah je celá řada. Kupříkladu daná osoba chce být **zajímavá** a chce, aby její příspěvek sdílely tisíce lidí.
Dalším důvodem mohou být **podnikatelské zájmy**. To se týká například webů slibujících rychlé zbohatnutí. Lidem praktikujícím takové nekalé metody se začalo říkat „šmejdi", protože se často zaměřují na seniory nebo lidi v nesnázích (např. nabízejí rychlé půjčky).
Častou motivací je **zisk ve formě počtu přístupů**. Lákají své čtenáře na „šokující informace", aby byl web navštěvován. Na webu pak kromě nepravdivého obsahu najdete také **reklamy**. Čím více návštěv, tím vyšší příjmy z reklam.
A pak existují **politické zájmy**, které mohou například ovlivnit výsledek voleb, potažmo politiku daného státu. Na internetu najdeme i weby, které vyloženě hájí politiku zahraničních států. Příkladem může být Sputnik, který hájí zájmy Ruska, protože je řízen ruskou státní agenturou.

Co jsou deep fakes?

Deep fake je označení pro **realistickou úpravu videa,** především tváří zobrazených osob. V praxi tak můžeme osobám na videu vkládat do úst věty, které nikdy nepronesly, provádět záměny postav, obličejů atd. Deep fake využívá pokročilého počítačového zpracování dat s využitím umělé inteligence.
V českém prostředí se v květnu 2019 objevila dvě falešná videa s prezidentem Milošem Zemanem. V prvním předává Zeman starší čínské ženě svou hůl. V druhém mu obyčejný člověk pomáhá vstát a Zeman mu následně děkuje.
V zahraničí jsme mohli vidět například falešná videa Angely Merkelové nebo Donalda Trumpa. Velký rozruch vyvolalo falešné video Baracka Obamy, které je natolik věrohodné, že nad ním žasnou i odborníci. Výměna tváří je považována za neetickou a nebezpečnou. Odhaduje se, že v průběhu dvou až tří let může představovat velký problém. Sestavit výkonný software, který by dokázal falešná videa poznat, se zatím nepodařilo. Proto je potřeba o těchto manipulativních technikách vědět a být na ně připraven.

V jakých případech bych měl/a zpozornět?

Vždy je třeba si klást otázky, **kdo za informací stojí, zda jde o skutečnou osobu.** Nejen sociální sítě lákají tvůrce dezinformací. Běžně nejde zjistit, kdo za nimi stojí, protože mají například falešná jména nebo na stránce není uvedeno, kdo ji spravuje. Jména některých autorů byla náhodně rozkryta v lednu při chybě Facebooku.
Vždy je třeba se ptát:

- Má na svém profilu fotografie?
- Jedná se o nově založený profil, nebo existuje řadu let?
- Šíří informace jen z jednoho či dvou webů nebo se soustředí na jedno téma?
- Jaký slovník profil používá?
- Odpovídá profil na dotazy?
- V případě, že se jedná o stránku, je dohledatelné, kdo ji spravuje?
- Není stránka označena jako satirická?

To se samozřejmě netýká jen sociální sítě Facebook. Falešné profily jsou i na Twitteru nebo na Instagramu. Virálním prostředkem pro šíření dezinformací se poslední dobou stal i YouTube.

Hrozí za publikování nepravdivých nebo zavádějících informací nějaký postih?

Český trestní zákoník obsahuje několik paragrafů, které jdou použít i proti nepravdivým zprávám. Například § 184 postihuje lidi, kteří **šíří** o někom **nepravdivé údaje** natolik závažné, že značnou měrou **ohrozí jeho vážnost** u spoluobčanů.
Paragraf 357 hovoří o tom, že může být potrestán ten, kdo **úmyslně způsobí nebezpečí** vážného **rozšiřování nepravdivé poplašné zprávy**.
Rovněž je možné na některé nepravdivé zprávy aplikovat paragrafy týkající se **nenávistných projevů nebo ideologií**.
V těchto případech se můžete obrátit na **Policii České republiky**, případně **státní zastupitelství**. V případě poškození dobrého jména se může dotyčný člověk obrátit na **civilní soud** formou žaloby. Oběti chrání **občanský zákoník**, kde je stanoveno, že každý má právo hájit své jméno, vážnost, čest, soukromí a důstojnost.

Kontrolují vyhledávače, zda jsou zobrazované informace pravdivé?

U vyhledávačů se liší přístupy. Vyhledávač Google je známý tím, že se snaží weby pravidelně šířící dezinformace upozaďovat a zvýhodňovat naopak projekty odhalující hoaxy. Společnost Seznam.cz taková opatření nedělá.
Proti dezinformacím více či méně úspěšně bojují sociálně sítě. Velmi aktivní v tomto boji je Twitter, snahu vyvíjí i Facebook. Kromě již zmíněné editační činnosti a kontroly faktů nárazově odstraňuje falešné profily či stránky šířící dezinformace. I přesto však musíme být na sociálních sítích ostražití.

Co můžu dělat, když zjistím, že je nějaký článek či informace nepravdivá?

Na sociálních sítích je většinou možné diskutovat pod příspěvkem. Vložením poznatků, které se vám podařilo zjistit, se o ně jednak podělíte s ostatními pozornými čtenáři, jednak tím kontaktujete autora. Stejně tak můžete příspěvek nahlásit správci nebo přímo sociální síti.

Autora je možné kontaktovat i u webu, pokud má uvedeny kontaktní údaje. V obou případech rovněž můžete o příspěvku dát vědět projektům kontrolující fakta jako www.hoax.cz nebo www.manipulatori.cz. Podobné projekty existují i v zahraničí.

Co jsou to média veřejné služby?

Veřejnoprávní média jsou média, která mají příjem především z veřejných peněz (koncesionářských poplatků) a právně definovaný rozsah a povinnosti. Cílem jejich provozování je **bránit zneužití médií politickými stranami a podpora médií jako čtvrtého pilíře demokracie**. Obecně lze říci, že jsou důvěryhodnější než média soukromá, protože mají několik stupňů ověřování informací a následné kontroly obsahu. U veřejnoprávních médií je kladen zvláštní důraz na jejich povinnost poskytovat vyvážené, stranicky neutrální a objektivní zpravodajství. Mají rovněž veřejně dostupný etický kodex. Na vyváženost zpravodajství dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, na Český rozhlas Rada Českého rozhlasu a na Českou televizi Rada ČT. Tyto instituce rovněž projednávají stížnosti občanů.

Odpovědi vypracoval: Jan Cemper, Manipulátoři.cz

Odkazy:

Otevřená učebnice mediálního vzdělávání
http://svetmedii.info/

Jeden svět na školách, mediální vzdělávání
https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani

Průvodce ověřování faktů v digitálním světě
http://www.factczech.cz/

Veřejnoprávní zpravodajství:

ČT24
www.ct24.cz

Český rozhlas
www.irozhlas.cz

ČTK
www.ceskenoviny.cz

Weby upozorňující na dezinformace:

Hoax.cz
www.hoax.cz

Manipulátoři.cz
www.manipulatori.cz

Hate Free
https://www.hatefree.cz/blo/hoaxy

Hodnocení médií:

Rating médií: Nadační fond nezávislé žurnalistiky
https://rating.nfnz.cz/

Databáze dezinformačních webů
https://www.konspiratori.sk/

Ověřování věrohodnosti obrázků: aplikace Images
https://images.google.cz

Ověřování pravdivosti videí, návod jak na to
http://www.factczech.cz/materials/18

Příklady deep fakes s Milošem Zemanem
https://youtu.be/_ZxikZUYaxs

https://video.aktualne.cz/zeman-fake/r~297c93fe78a011e9b38a0cc47ab5f122/

Článek o chybě na Facebooku, díky které byla náhodně rozkryta jména některých dezinformátorů

https://manipulatori.cz/chyba-facebooku-odkryla-kdo-spravuje-dezinformacni-profily/

Doporučená literatura:

GREGOR M., VEJVODOVÁ P.: Nejlepší kniha o fake news. Computer press, 2018.

KARTOUS B.: No future: Vezeme děti na parním stroji do virtuální reality? 65. Pole, 2019.

NUTIL P.: Média, lži a příliš rychlý mozek, Průvodce postpravdivým světem. Grada, 2018.

TÁBORSKÝ J.: V síti dezinformací, Proč věříme alternativním faktům. Grada, 2018.

Poslední aktualizace: 3/2020