

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

EVIDENČNÉ ČÍSLO: 102002/I/2021/36124048423657476

**VPLYV MODERNÝCH TECHNOLOGIÍ NA ŠÍRENIE
FALOŠNÝCH SPRÁV V DIGITÁLNOM PROSTREDÍ**

Diplomová práca

2021

Bc. Erik Regec

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

**VPLYV MODERNÝCH TECHNOLOGIÍ NA
ŠÍRENIE FALOŠNÝCH SPRÁV V DIGITÁLNOH
PROSTREDÍ**

Diplomová práca

Študijný program: Marketingový a obchodný manažment

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra marketingu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Martin Kuchta PhD., MBA

Bratislava 2021

Bc. Erik Regec

Čestné vyhlásenie:

Čestne vyhlasujem, že na tejto záverečnej práci som pracoval osobne a samostatne, a že práca je založená na mojich vlastných teoretických a praktických poznatkoch nadobudnutých počas štúdia a praxe, doplnených o štúdium iných zdrojov, ktorých zoznam je uvedený na konci tejto práce.

V Bratislave dňa

.....
Bc. Erik Regec

Pod'akovanie:

Na tomto mieste by som rád vyjadril pod'akovanie sa môjmu konzultantovi a vedúcemu práce, Ing. Martinovi Kuchtovi, PhD., MBA, za jeho čas, ochotu, odborné smerovanie a neoceniteľné rady.

Abstrakt

REGEC, Erik: Vplyv moderných technológií na šírenie falošných správ v digitálnom prostredí. Bratislava 2021 (Diplomová práca, 69 s.) Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta

Diplomová práca skúma vznik, evolúciu a súčasný stav falošných správ v digitálnom prostredí a ich šírenie prostredníctvom moderných technológií. Hlavným cieľom diplomovej práce je kategorizácia druhov falošných správ a identifikácia kanálov ich distribúcie medzi internetových používateľov a návrh odporúčaní pre spomalenie alebo úplne zastavenie ich šírenia. Parciálne ciele práce skúmajú stav oboznámenia prieskumnej vzorky s pojmom falošné správy a získavajú poznatky z akých zdrojov sú falošné správy najčastejšie zaznamenávané. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Obsahuje 18 grafov, ktoré boli použité v praktickej časti za účelom dosiahnutia hlavných a parciálnych cieľov. Prvá kapitola je venovaná vymedzeniu pojmov v rámci IKT, približuje problematiku falošných správ a hodnotí mediálnu gramotnosť. V ďalšej časti práce sa uskutočnil prieskum na respondentoch, ktorý pomohol naplniť hlavné a parciálne ciele práce. Záverečná kapitola sa zaoberá návrhmi a odporúčeniami na zlepšenie súčasnej situácie doma aj v zahraničí. Výsledkom riešenia danej problematiky je návrh postupov, ktoré majú potenciál zlepšiť vzdelanie a digitálnu gramotnosť.

Kľúčové slová: facebook, falošné správy, hoax, internet, sociálne siete,

Abstract

REGEC, Erik: The impact of modern technologies on the fake news spreading in a digital environment, Bratislava 2021 (Diploma thesis, 69 p.) University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce

The diploma thesis examines the origin, evolution and current state of false news in the digital environment and their dissemination through modern technology. The main goal of the diploma thesis is to categorize the types of fake news and identify the channels of their distribution among Internet users and to propose recommendations for slowing down or completely stopping their spread. The partial goals of the thesis examine the state of acquaintance of the survey sample with the concept of fake news and receive knowledge from what sources fake news are most often recorded. The diploma is divided into five chapters. Thesis contains 18 graphs, which were used in the practical part in order to achieve the main and partial goals. The first chapter is devoted to the definition of concepts within ICT, approaches the issue of fake news and rates media literacy. In the next part of the work, a survey was conducted on the respondents, which helped to fulfill the main and partial goals of the work. The final chapter deals with proposals and recommendations for improving the current situation at home and abroad. The result of solving this problem is the design of procedures that have the potential to improve education and digital literacy.

Keywords: facebook, fake news, hoax, internet, social networks,

Obsah

Úvod	8
1 Súčasný stav problematiky doma i v zahraničí.....	10
1.1 Informačno – komunikačné technológie.....	10
1.2 Stručná história vývoja výpočtovej techniky.....	11
1.3 Digitálne médiá.....	14
1.3.1 Sociálne siete	14
1.4 Problematika falošných správ	16
1.4.1 Informácia a jej kvalita	16
1.4.2 Digitálna informácia	18
1.4.3 Dezinformácia a typy dezinformácií.....	19
1.4.4 Motivácia vytvárania a šírenia <i>falošných správ</i>	26
1.4.5 Rola médií v šírení falošných správ.....	28
1.5 Hoax.....	33
1.6 Mediálna gramotnosť	34
2 Cieľ práce	38
3 Metodika práce a metódy skúmania	39
3.1 Prieskumná vzorka a spracovanie prieskumu.....	40
3.2 Tvorba dotazníka	40
4 Výsledky práce	42
5 Diskusia.....	62
Záver	65
Použitá literatúra	67

Úvod

Témou tejto diplomovej práce je problematika vplyvu moderných technológií na šírenie falošných správ v digitálnom prostredí. Autor práce si uvedenú tému vybral vzhľadom na to, že je aktívnym užívateľom výdobytkov modernej techniky a aktívne sa zaujíma o spoločenské dianie.

Podstatným predpokladom správne fungujúcej demokracie je informovaná a racionálna spoločnosť, avšak tento predpoklad o dobre informovanej spoločnosti je skôr ilúziou než realitou, nakoľko vo všeobecnosti, ľudia nevenujú dostatočnú pozornosť politickým udalostiam a veľa informácií v mediálnom priestore nie sú podložené faktami.

Sme obklopení internetom, z ktorého čerpáme povedomie o okolitom svete. Tým, že sa celý komunikačný proces zrýchlil, vznikol priestor pre chyby a lživé informácie, ktoré mnoho ľudí nedokáže odhaliť a odlíšiť od reality. Správy, ktoré majú vizuálne znaky ako klasické spravodajstvo, ale nie sú fakticky podložené, sú označované ako falošné správy.

Uvedené slovné spojenie bolo vyhodnotené ako slovo roka 2017. Pre ľudské rozhodovanie nie sú dôležité dáta a čísla, ale emócie – teda rozhodujeme sa na základe toho, čo nám hovorí intuícia. Táto éra sa niekedy označuje ako doba postfaktická. Ocitli sme sa v situácii, keď sa rozhodujeme na základe emócií, a fakty pre niektorých jedincov nemajú žiadny význam. Fenomén falošných správ sa do všeobecného povedomia dostal počas prezidentských volieb v USA, keď Donald Trump uvádzal v rámci predvolebnej kampane veľké množstvo lživých informácií, pričom médiá, ktoré na tieto nepravdy upozorňovali, označoval za šíriteľov hoaxov. Avšak falošné správy sú celosvetovým fenoménom, Slovenskú republiku nevynímajúc.

Vedecky uchopiť falošné správy predstavuje značnú výzvu, pretože neexistuje všeobecne prijatá definícia, o čom bude reč v inej časti tejto diplomovej práce. Je problematické popísať, aký dopad majú falošné správy na našu myseľ a proces rozhodovania, v čom sa odlišujú od dezinformácií, hoaxov pod. Na druhej strane sa téme poplašných správ venuje mnoho pozornosti tak na slovenskej i medzinárodnej scéne, a to

či už zo strany politológov, žurnalistov, psychológov, sociológov, biológov alebo bezpečnostných špecialistov.

Hlavným cieľom diplomovej práce je kategorizácia druhov falošných správ a identifikácia kanálov ich distribúcie medzi internetových používateľov a návrh odporúčaní pre spomalenie alebo úplne zastavenie ich šírenia. Čiastkovým cieľom diplomovej práce je zistenie stavu oboznámenia prieskumnej vzorky s pojmom falošné správy. Taktiež je našim cieľom získanie poznatkov z akých zdrojov prieskumná vzorka zaznamenáva šírenie hoaxov v najväčšom rozsahu ako aj ich osobnú zainteresovanosť vo vyvracaní falošných správ v rámci svojho najbližšieho okolia.

Prvá, teoretická časť diplomovej práce sa bude zameriavať na historický vývoj výpočtovej techniky, druhy informácií, kritériami kvalitnej informácie, ale taktiež charakteristikou pojmu falošné správy, druhmi falošných správ, ako aj mediálnou gramotnosťou.

1 Súčasný stav problematiky doma i v zahraničí

1.1 Informačno-komunikačné technológie

Pojem IKT (informačné a komunikačné technológie) všeobecne zahŕňa technológie, systémy, aktivity a procesy, ktoré sa podieľajú na zobrazení, spracovaní, skladovaní a prenosi informácií a dát elektronickou cestou.

Samotný pojem IKT vznikol zo skratky anglického názvu *Information and Communication Technologies*. IKT vzniklo z IT, keď medzi sebou začali počítače a počítačové siete komunikovať vo veľkom. Vrcholom tejto komunikácie sa stal internet či mobilné telefóny.¹

Aj napriek skutočnosti, že o tom ešte bude reč, čo sa týka spoločenského presahu a významu IKT, vývoj IKT je v dnešnom digitalizujúcom sa globálnom hospodárstve zásadným predpokladom pre konkurencieschopnosť trhu Európskej únie (ďalej len ako „EÚ“). Napr. počas programovaného obdobia 2014-2020 bolo z Európskeho fondu regionálneho rozvoja (ďalej len ako „EFRR“) k dispozícii pre členské krajiny EÚ viac ako 20 miliárd EUR na investície v oblasti IKT.

Tieto investície mali zásadný význam pre to, aby Komisia splnila jeden zo svojich cieľov, a to pripraviť EÚ na digitálny vek.

Zlepšovanie prístupnosti, využiteľnosti a kvality IKT bolo taktiež jedným z 11 tematických cieľov politiky súdržnosti na obdobie 2014-2020. EFRR si ako priority stanovila:

1. rozširovanie nasadenia vysokorýchlostného internetu a zavádzanie vysokorýchlostných sietí;
2. vývoj produktov a služieb IKT a e-commerce (elektronického obchodu);
3. posilňovanie využitia IKT v nasledujúcich oblastiach: e-government (elektronizácia štátnej správy), e-learning (elektronizácia vzdelávacieho procesu), e-inclusion

¹ 2018. *Význam a obsah pojmu IKT*. [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné na internete: <https://pdf.truni.sk/e-ucebnice/iktv/data/981187c6-714f-4f65-a1f9-5eb21009e811.html?ownapi=1>

(elektronická integrácia), e-culture (elektronizácia kultúry) a e-health (elektronizácia zdravotníctva).²

Od roku 2000 Slovenská republika slovenský trh IKT zaznamenal s ohľadom na celosvetový vývoj pozoruhodný rast. Slovenská republika investuje podľa údajov OECD a IDC do informačných a komunikačných technológií porovnateľné množstvo prostriedkov ako je priemer EÚ (merané v percentách HDP). Slovenské spoločnosti už na bežnej báze prevádzkujú manažérske ERP (Enterprise Resource Planning), či CRM (Customer Relationship Management) informačné systémy. Vyspelé firmy sú odhodlané alokovať značné zdroje na realizáciu projektov v oblasti rozvoja a využitia IKT v rámci interných procesov, ako aj externe smerom ku klientom.

Taktiež, drvivá väčšina slovenských podnikateľských subjektov v súkromnej sfére má už implementované informačné systémy, ktoré sú porovnateľné s podobnými systémami používanými v ostatných krajinách EÚ. S ohľadom na skutočnosť, že nás IKT v súčasnej dobe takpovediac všeobjímajú, mal by sa život spoločnosti, ako aj jedinca ich možnostiam prispôbiť a naučiť sa tieto technológie správne ovládať a využívať, nakoľko IKT môžu ľuďom život uľahčiť ale naopak aj sťažiť, o čom pojednáva práve táto diplomová práca. S IKT je to totiž ako s ohňom – dobrý služobník, zlý pán.

1.2 Stručná história vývoja výpočtovej techniky

Prvým historickým výpočtovým zariadením, ktoré bolo vynájdené už v staroveku takmer pred 5000 rokmi, bola drevená doštička s kamienkami nazývaná Abakus. Bolo to prvé guľôčkové počítadlo, ktoré fungovalo na princípe preskupovania rôznych guľčiek v rôznych stĺpcoch.³

V priebehu dejín sa toto počítadlo postupne vyvíjalo cez Napierove kosti, ktoré vymyslel v roku 1614 anglický matematik John Napier cez logaritmické pravítko až po mechanický kalkulátor. John Napier zohral v histórii výpočtovej techniky kľúčovú úlohu, nakoľko tzv. Napierovými kostkami bolo desať kostených paličiek, na ktorých bola

² Európska komisia. 2020. *Priority na roky 2014 až 2020*. [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/how/priorities

³ DAVIS, H.A. (ed.) *História*. Bratislava: Ikar, 2009. 612 s. ISBN 978-80-551-2001-0.

vyrytá multiplikačná tabuľka (v uvedenom prípade sa jednalo o rýchle násobenie čísel aspoň jedným jednociferným číslom).

Postupným vylepšovaním, ktorým sa zaoberal najmä vynálezca Leonardo da Vinci, z ktorého dielne pochádza mechanická sčítačka (t.j. kalkulačka), bol v roku 1694 zostrojený nemeckým matematikom Gottfriedom Wilhelmom von Leibnizom počítačový stroj – tzv. krokový kalkulátor. Tento kalkulátor pracoval na princípe ozubeného valca, ktorým Leibniz nahradil skôr používané jednoduché ploché ozubené koleso. Kovový valec umožnil nastaviť akýsi pevný program, ktorý sa dal zmeniť výmenou daného valca. Kalkulátor už umožňoval zložitejšie matematické operácie ako násobenie, delenie, ako aj výpočet druhej odmocniny. Na valci boli umiestnené kovové štipce podobným spôsobom ako v orchestríone. Práve vtedy bol položený základ prvého mechanického programovateľného stroja.

Takýto systém počítania pretrval takmer do druhej polovice 19. storočia. V tejto dobe sa už hromadne vyrábali a používali mechanické kalkulátory zvané aritmomety, ktorý vynášiel roku 1820 Thomas de Colmar. Kalkulátor vedel štyri základné matematické operácie - sčítanie, odčítanie, násobenie a delenie. Ako sa ľudský um dokáže obrátiť proti ľuďom dokázalo následne využitie kalkulátora Merchant k vývoju prvej atómovej bomby v rámci amerického projektu Manhattan.

Z dôvodu automatizácie dlhých opakujúcich sa numerických výpočtov vznikli osobitne navrhnuté stroje, ktoré boli základom pre vznik prvých číslicových počítačov. Prvá generácia počítačov sa od ďalších generácií odlišovala určitými charakteristickými črtami. Zrejme najsignifikantnejšou črtou bola skutočnosť, že operačné inštrukcie zadávané do počítača boli tvorené na mieru podľa špecifickej úlohy, aký mal tento počítač plniť. Ďalším znakom bolo veľmi ťažké programovanie počítačov. Každý jednotlivý počítač mal svoj vlastný program zakódovaný v konkrétnom strojovom kóde, ktorý bol uložený prevažne na prenosných médiách. Používať počítač mohla vždy len jedna osoba. Hlavná pamäť mala menej ako 1000 bajtov a pamäť umiestnená na pevnom, nevymeniteľnom a otáčavom valci mala 40 až 50 kilobajtov.

Vďaka prebiehajúcej druhej svetovej vojne bol vývoj počítačov veľmi urýchlený. Silné vládne mocnosti sa začali o vývoj počítačov nesmierne zaujímať. Preto vlády začali

investovať do tohto odvetvia nemalé peniaze, aby nezaostávali za nepriateľom či konkurentom. Vynálezom a zostrojením prvého moderného počítača v 40. rokoch 20. storočia sa ľudstvo významne posunulo vpred. Vývoj výpočtovej techniky sa stal doménou Spojených štátov amerických, avšak počiatky moderných počítačov nájdeme v Nemecku. Roku 1938 zostrojili nemeckí inžinieri Konrad Zuse a Helmut Schreyer prototyp mechanického programovateľného počítača s názvom Z-1, ktorý pracoval v binárnej aritmetike (počítač pracoval s číslami s plávajúcou desatinnou čiarkou, ktoré majú šesťnásťbitový MANTIS, bitový exponent a znamienkový bit).⁴

Za prvý automatický počítač je považovaný MARK I, ktorý odštartoval nultú generáciu počítačov. MARK I bol v roku 1943 zostrojený a uvedený do prevádzky americkým vedcom Howard H. Aiken spolu s tímom pracovníkov na Harvardskej univerzite a nemalou podporou firmy IBM, ktorá bola popredným výrobcom výpočtovej techniky. Avšak počítač MARK I svojou veľkosťou zaberal niekoľko miestností a vyžadoval stále chladenie (bol takmer šesťnásť metrov dlhý, tri metre vysoký, vážil päť ton, obsahoval trištvrte milióna súčiastok a cez osemsto kilometrov drôtových spojov). Prevádzka MARKA I taktiež vyžadovala denné chladenie niekoľkých tonami ľadu. Následne prešiel vývoj počítačovej do prvej generácie, ktorej najznámejším zástupcom bol elektrónkový počítač menom ENIAC.⁵

V polovici 20. storočia vznikla druhá generácia počítačov založená na tranzistoroch, vďaka ktorým sa počítače začali zmenšovať, pričom rapidne zmenšovanie až do úrovni praktickej využiteľnosti bežnými členmi spoločnosti nastalo po zostrojení integrovaného obvodu v roku 1965, čo odštartovalo tretiu vývojovú generáciu. Až po roku 1980 s integráciou mikroprocesorov a miniatúrnych čipov bola odštartovaná štvrtá generácia počítačov, ktorá trvá do dnešných dní. Počítače a mikroprocesory sa dnes zmenšili natoľko, že ich môžeme nosiť v malej príručnej batožine alebo dokonca vo vrecku nohavíc. Ich výkon je neuveriteľný a poznáme ich pod názvami notebook, tablet a mobilný telefón (smartfón). V dnešnej dobe predstavujú tieto zariadenia prostredníctvom celosvetovej siete internetu prakticky neobmedzený zdroj informácií z každej oblasti ľudského vedenia. Avšak okamžitý prístup k neobmedzenému zdroju

⁴ NAUMANN, F. *Dějiny informatiky*. Praha: Academia, 2009. 424 s. ISBN 97-8802-0017-30-7.

⁵ SEAS.UPENN.EDU. *Celebrating Penn Engineering History: ENIAC*. [online]. [cit. 2021-03-29] Dostupné na internet: <https://www.seas.upenn.edu/about/history-heritage/eniac/>

informácií je ľahko zneužitelný jedincami, ktorí chcú ovplyvniť verejnú mienku neobmedzeného počtu prijímajúcich adresátov, a teda tak ako v celej histórii moderných civilizácií, sa pokrok človeka dokáže obrátiť proti nemu samotnému.

1.3 Digitálne médiá

Označenie digitálne médiá sa viaže k platforme mediálnych technológií, založených na digitálnom, teda numerickom spracovaní dát. V širšom slova zmysle koncept digitálnych médií zahŕňa celé pole výpočtových, computerových technológií a s nimi spojených dátových obsahov. V užšom slova zmysle sa potom vzťahuje len k počítačovo, teda digitálnou technológiou mediovanej komunikácii.⁶

1.3.1 Sociálne siete

Keď sa pozrieme na totálne celosvetové štatistiky môžeme skonštatovať, že pokračoval trend nárastu počtu užívateľov sociálnych sietí. Tento vývoj bol zároveň výrazne urýchlený protipandemickými opatreniami, zavedenými v krajinách po celom svete, ktoré obmedzili aktivity ľudí mimo ich domovov. V dôsledku toho vzápätí výrazne narastala ich onlinová aktivita, a to predovšetkým v prostredí sociálnych sietí, ktoré sa stali ešte dôležitejším prostriedkom na udržiavanie kontaktu s rodinou a priateľmi.

Sociálne siete v roku 2020 navštevovalo celosvetovo 3,23 miliardy používateľov, čo predstavuje 80,7 % používateľov internetu

Facebook

Sociálnu sieť Facebook používalo v roku 2020 1,9 miliardy používateľov. Oproti roku 2019 bol zaznamenaný nárast o 8,7 %. Pandémia ochorenia COVID-19 pomohla zvýšiť počet používateľov vo všetkých svetových regiónoch a dočasne odvrátila pokles

⁶ *Digitálne médiá.* [online]. [cit. 2021-03-10] Dostupné na internete: <https://kvvnovamedia.files.wordpress.com/2018/11/digite3a1lnc3ad-mc3a9dia-a-digite3a1lnc3ad-umc49bnc3ad.pdf>

vo viacerých krajinách. Najširšiu používateľskú základňu má India, avšak tromi najrýchlejšie rastúcimi trhmi sú: Nigéria, Egypt a JAR.⁷

Twitter

Twitter, ktorého používateľská základňa mala podľa predpokladov dosiahnuť svoje maximum v priebehu roka 2019 (keďže mladší používatelia už smerujú skôr na Instagram či Snapchat), taktiež „vyťažil“ z pandémie COVID-19 výrazný nárast a celkovo je za tento rok odhadovaných 314,9 milióna jeho používateľov. Z hľadiska počtu užívateľov patrí tejto platforme štvrtá pozícia medzi sociálnymi sieťami. Najväčším trhom pre Twitter (okrem USA) je Japonsko a Brazília.

Instagram

V roku 2020 dosiahol Instagram 1 miliardu používateľov a zaznamenáva konštantný nárast. Opäť najmä vďaka protipandemickým opatreniam prebehol vývoj pôvodne odhadovaný na niekoľko rokov. V porovnaní s rokom 2019 bol odhadovaný výrazný nárast 22,9 %, čo predstavuje 186,3 mil. nových používateľov. Používateľská základňa je aj naďalej približne polovičná oproti Facebooku, avšak v Japonsku, Južnej Kórei a Rusku bude mať Instagram v tomto roku viac používateľov ako jeho sesterská aplikácia.⁸

⁷ PODHRADSKÝ, Jakub. 2020. *Aký bol rok 2020 pre najpopulárnejšie sociálne siete?*. [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné na internete: <https://blog.mindshare.sk/2020/12/18/socialne-media/aky-bol-rok-2020-pre-najpopularnejšie-socialne-siete/>

⁸ PODHRADSKÝ, Jakub. 2020. *Aký bol rok 2020 pre najpopulárnejšie sociálne siete?*. [online]. [cit. 2021-03-04]. Dostupné na internete: <https://blog.mindshare.sk/2020/12/18/socialne-media/aky-bol-rok-2020-pre-najpopularnejšie-socialne-siete/>

1.4 Problematika falošných správ

1.4.1 Informácia a jej kvalita

Pojem informácia je široko používaným pojmom v každodennom živote moderného človeka, a teda každý z nás má intuitívnu predstavu o tom, čo je informáciou. Ľudské činnosti súvisia so spracovaním a použitím materiálov, energie a informácií. V súlade s tým sa vyvíjali vedecké a technické odbory, ktoré odrážali problematiku vedy o materiáloch, energii a informatike. Hodnota informácií v živote spoločnosti rýchlo rastie, spôsoby práce s informáciami sa menia a rozsah uplatnenia nových informačných technológií sa rozširuje. Zložitosť fenoménu informácií, ich rôznorodosť, rozsah pôsobnosti a rýchly vývoj sa odráža v neustálom vzniku nových informácií.

M. K. Buckland prišiel s asi s najrozsiahlejšou filozofickou diskusiou o povahe a obsahu informácie. Vymedzil tri náhľady na pojem informácia, ktorými sú:

- informácia ako proces,
- informácia ako znalosť a
- informácia ako vec (information as a thing).⁹

Ak jedinec získa informáciu, dôjde k zmene jeho doterajších vedomostí. V načrtnutej súvislosti je tak informácia považovaná za procesom informovania – oznamovania vedomostí, resp. správ o nejakej skutočnosti alebo udalosti.

Slovo informácia sa taktiež používa na označenie toho, čo je vnímané ako informačný proces: znalosti oznámené o nejakom konkrétnom fakte, predmete alebo udalosti.

Nakoniec, pojem informácia sa používa aj pre označenie predmetov, ktorými sú údaje a dokumenty, ktoré sú považované za informačné, pretože sú schopné odovzdávať znalosti resp. poskytujú informácie.

Každý jedinec potrebuje obrovské množstvo informácií, ktoré však môžu mať a ako bude ukázané v ďalších častiach tejto diplomovej práce aj majú rôznu úroveň kvality. Možno tvrdiť, že cennosť informácií spočíva práve v kvalite tejto informácie. Je

⁹ BUCKLAND, Michael. Information as Thing. Journal of the American Society of information Science. In Journal of the American Society for information science. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 1991, roč. 42, č. 5. ISSN 2330-1635. s. 352.

potrebné sa tak zamerať na charakteristiku vlastností informácie, ktoré priamo ovplyvňujú jej kvalitu.

Kvalitná informácia by mala disponovať nasledujúcimi vlastnosťami:

- aktuálnosť a včasnosť,
- úplnosť a zrozumiteľnosť,
- pravdivosť a relevantnosť,
- presnosť a konzistencia,
- objektívnosť a kontinuita, atď.¹⁰

Nakoľko každý z nás ľudí uspokojuje odlišné potreby, kvalita informácií je posudzovaná v závislosti na tom aké vlastnosti informácie sú schopné uspokojiť konkrétneho jedinca.

Pre posúdenie kvality informácií je možné riadiť sa pravidlom 10C, ktoré znamená splnenie nasledujúcich kritérií: content, creditability, critical thinking, copyright, citation, continuity, censorship, connectivity, compatability and context, teda: obsah, dôveryhodnosť, kritické myslenie, autorské práva, citácie, kontinuita, cenzúra, konektivita, kompatibilita a kontext.¹¹

Záverom tejto podkapitoly možno uviesť, že veľa autorov sa pokúša o vymedzenie najrôznejších kritérií kvality informácií, pričom niektoré kritériá sa u mnohých autorov opakujú. Avšak žiadny zo zoznamov kritérií nemožno považovať za úplný a všeobecne platný. Vzhľadom k tomu je potrebné vyššie vymenované zoznamy vlastností kvalitnej informácie považovať len za zdroj inšpirácie pre uskutočnenie vlastného výskumu.

¹⁰ BRUCKNER, Tomáš a kol. Tvorba informačních systémů. Praha: Grada Publishing a.s., 2012. 357 s. ISBN 978-80-247-4153-6.

¹¹ KLENÁK, Vilém. Data, informace, znalosti a Internet. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN 978-80-717-9409-7. s. 380.

1.4.2 Digitálna informácia

Rozoznávame nasledujúce základné vlastnosti digitálnej informácie zohľadňujúc rozdiely oproti informácii analógovej:

- manipulovateľnosť,
- sieťovateľnosť,
- koncentrovateľnosť,
- komprimovateľnosť,
- nestrannosť.¹²

Manipulovateľnosť znamená schopnosť digitálneho média prispôbiť sa potrebám svojho používateľa. Či už sa jedná o notebook, tablet alebo smartfón, užívatelia si vedia pomerne ľahko nastaviť im vyhovujúce používateľské rozhranie, ktoré tvorí základ pre príjem informácií.

Sieťovateľnosť predstavuje publikáciu, zdieľanie, ako aj šírenie digitálnych informácií u niekoľkých užívateľov súčasne, čo predstavuje základ internetu (www). Uvedená vlastnosť naopak neexistuje pri analógových médiách.

Koncentrovateľnosť predstavuje istý moment pohodlnosti pre prijímateľov digitálnej informácie. Digitalizovaním médií dochádza k strate ich fyzickosti, čo znamená, že prevodom do binárneho kódu sa niekoľkonásobne zmenšia na malý priestor a stávajú sa ľahko prenosnými a pri uchovávaní vyžadujú minimálny priestor. Napr. čo sa týka smartfónu alebo tabletu – je možné si zaobstarat' niekoľko aplikácií dennej tlače, resp. knižných titulov, pričom všetky tieto zdroje informácií je možné prehliadať na týchto kompaktných a malých zariadeniach.

Komprimovateľnosť je vyšší stupeň koncentrovateľnosti, nakoľko v súčasnosti existujú ľahko dostupné možnosti aj pre bežných užívateľov ako napr. zmenšiť veľkosť uložených digitálnych súborov.

Posledné charakteristickou vlastnosťou digitálnych informácií je ich nestrannosť v tom význame, že digitálne informácie sú vždy reprezentované číselným kódom a majú

¹² BEDNÁŘ, Vojtěch. Mediální komunikace pro management. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-7385-8.

rovnaké vlastnosti, či už sa jedná o obraz alebo zvuk, a teda sa stávajú neutrannými a multimediálnymi (môžu byť rôzne kombinované), nakoľko digitálny kód môže byť nositeľom akéhokoľvek obsahu.

1.4.3 Dezinformácia a typy dezinformácií

Dezinformácie sú Európskou komisiou definované ako preukázateľne nepravdivé alebo zavádzajúce informácie, ktoré sú vytvorené, prezentované a šírené za účelom získania ekonomického prospechu alebo úmyselného oklamania verejnosti, ktoré môžu spôsobiť verejnú ujmu.

Na margo uvedeného poznamenávame, že Európska únia aktívne bojuje proti dezinformáciám už od roku 2015. V nadväznosti na rozhodnutie Európskej rady z marca 2015 o potrebe čeliť pokračujúcim dezinformačným kampaniam zo strany Ruska bola v rámci Európskej služby pre vonkajšiu činnosť (ESVČ) zriadená pracovná skupina East StratCom. V roku 2016 bol prijatý spoločný rámec pre boj proti hybridným hrozbám, na ktorý roku 2018 nadviazalo spoločné oznámenie s názvom Zvyšovanie odolnosti a posilňovanie spôsobilostí na riešenie hybridných hrozieb. V apríli 2018 Komisia načrtla európsky prístup a samoregulačné nástroje na boj proti dezinformáciám na internete. Spoločnosti Facebook, Google, Twitter a Mozilla, ako aj obchodné združenia zastupujúce online platformy, reklamný priemysel a zadávateľov inzercie podpísali v októbri 2018 kódex postupov.¹³

Dňa 10.9.2020 Európska komisia uverejnila hodnotenie implementácie a účinnosti Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií. Hodnotenie ukázalo, že kódex sa ukázal ako veľmi cenný nástroj, na svete prvý svojho druhu a poskytol rámec pre štruktúrovaný dialóg medzi príslušnými zúčastnenými stranami s cieľom zabezpečiť väčšiu transparentnosť politik, ktoré platformy využívajú na boj proti dezinformáciám v rámci EÚ. Hodnotenie však ukázalo taktiež potrebu väčšej snahy, zodpovednosti a transparentnosti zo strany signátorov Kódexu. Vysoká predstaviteľka a podpredsedníčka Komisie Federica Mogheriniová v tejto súvislosti uviedla: „*V zdravej demokracii*

¹³ Európska komisia, 2018. [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail /sk/IP_18_66_47

prebieha otvorená, slobodná a spravodlivá verejná diskusia. Je našou povinnosťou chrániť tento priestor a nikomu nedovoliť, aby šírili dezinformácie, ktoré podnecujú nenávisť, nezhody a nedôveru v demokraciu. Ako Európska únia sme sa rozhodli konať spoločne a posilniť našu odpoveď, presadzovať naše zásady a zvyšovať odolnosť našich spoločností tak v rámci našich hraníc, ako aj v našom susedstve. To je európsky spôsob reagovania na jednu z hlavných výziev našich čias.“¹⁴

Z vyššie uvedenej definície dezinformácie zo strany Európskej komisie vyplývajú základné znaky dezinformácií, a síce nepravdivosť, ako aj účelovosť ich vytvárania a šírenia v rámci spoločnosti.

Dezinformácie nie sú novým nástrojom politického vplyvu, avšak ITK rozširujú možnosti a rozsah ich vplyvu.

V súvislosti s pojmom dezinformácia je potrebné rozlíšiť pojem propaganda, ktorý sa aktuálne používa na prejav pôsobenia cudzej moci a pojem masinformácia, v prípade ktorej sa jedná o neúmyselne podanú nesprávnu informáciu.

Kľúčovou formou dezinformačných metód je:

- filtrovanie informácií (selektívne užívanie pravdivých informácií s cieľom falošného zdania o skutočnosti),
- svätá pravda (pravdivá informácia, ktorá je však vnímaná ako nepravdivá vďaka spôsobu podania, voľbe komunikačného kanála a povahe informácie),
- negatívna dezinformácia (nepravdivá zavádzajúca informácia, ktorá je šírená prostredníctvom vhodného kanála; je však možné ju spoľahlivo vyvrátiť),
- symptómy (náznaky novej informácie, ktoré podmieňujú tvorbu mylného názoru),
- Sionskí mudrci (dezinformácie sú odhalené, avšak autorstvo bude priznané príjemcovi tejto dezinformácie).

Rozširovanie škály zavádzajúcich dezinformácií v online priestore núti aktívnu spoločnosť hľadať nové druhy nástrojov na obranu. Rovnako rýchlo však narastajú výzvy, ktoré ohrozujú úspech zápasu.

¹⁴ Európska komisia, 2018. *The EU step up action against disinformation*. [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/slovakia/news/the_eu_steps_up_action_against_disinformation_sk

Falošné správy

Fake news (v preklade: nepravdivé/lživé správy) nepredstavujú v rámci spoločnosti verejného prostredia ako takého žiadny nový fenomén. Ohováranie, fámy a rôzne dezinformácie ovplyvňujú náš civilizovaný svet dlhé desaťročia. Dezinformácie boli účinným nástrojom v manipulácii verejnou mienkou napr. už počas druhej svetovej vojny.

Za aktuálny nárast používania slovného spojenia, resp. súslovia *falošné správy* vďaka volebnej kampani pred prezidentskými voľbami v Spojených štátoch amerických (ďalej len ako „USA“) v roku 2016, avšak pre uvedené slovné spojenia neexistuje univerzálne prijateľná definícia.¹⁵

Aby sme lepšie pochopili, čo sa pod falošnými správami skrýva, je dôležité najskôr definovať ich pôvodnú formu, teda tzv. *real news*. News (v preklade správy/spravodajstvo/novinky) majú byť založené na pravde, respektíve na faktickom základe, a teda označenie *falošné správy* vlastne predstavuje oxymoron^{16, 17}

V online prostredí je toto slovné spojenie definované ako typ online publikácie, ktorá úmyselne šíri lživé informácie, resp. ako novinové články, ktoré sú cielene a preukázateľne lživé a mystifikujúce. Sociálna sieť Facebook v rámci svojho osobitného prehlásenia k šíreniu lživého obsahu definovala falošné správy ako informácie, ktoré je možné zameniť s pravdivým spravodajstvom, a ktoré sú preukázateľne nepravdivé.¹⁸

Nepravdivé informácie sa na internetovej sieti pomenúvajú rôznym spôsobom – používajú sa pojmy ako úmyselne nepravdivé správy, false news, satirické správy,

¹⁵ ZHOU, X. – ZAFARANI, R., 2018. „*Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities*. [online]. [cit. 2021-03-14] Dostupné na: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

¹⁶ Pozn.: Oxymoron (z gréckeho oxys = ostrý, inteligentný + moros = tupý, pomalý, hlúpy) je spojenie slov protirečiaceho si významu, obyčajne podstatného mena a prídavného mena. Napr. výrečné mlčanie, zdravý nemocný, chudobný boháč, totalitná demokracia.

¹⁷ TANDOC, E. C. – LIM, Z. W. – LING, R., 2018. *Defining Fake News*. [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

¹⁸ SLATE.COM. 2016. *Mark Zuckerberg says fake news on facebook had no impact on election*. [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <https://slate.com/technology/2016/11/mark-zuckerberg-says-fake-news-onfacebook-had-no-impact-on-election.html>

misinformácie, rumors (fámy, ohováranie), pričom vo všetkých prípadoch sa jedná nepodložené, resp. prekrútené fakty, ktoré neslúžia na informovanie užívateľov.

Zhou a Zafarini navrhujú dve definície falošných správ. Prvá hovorí, že fake news sú falošné správy (false news), čo môže zahŕňať rozličné vyhlásenia, verejné vystúpenia, príspevky na sociálnych sieťach atď. Širšia definícia zahŕňa aj úmyselnú a overiteľnú faktickú nesprávnosť informácie.¹⁹

Tandoc rozlíšil šesť variantov *falošných správ*, a to spravodajskú satiru, spravodajskú paródiu, vymyslené správy, manipuláciu s fotografiou, inzerciu a PR a propagandu.²⁰

Spravodajská satira

Prvým variantom je spravodajská satira, ktorá predstavuje dôležitú súčasť spravodajského ekosystému (v USA: The Daily Show, v SR: Pumpa).

Nevyhnutnou vlastnosťou spravodajskej satiry je humor, ktorým sa zviditeľňuje a zároveň kritizuje politická, ekonomická, resp. spoločenská sféra spoločnosti. Na druhej strane sa často stáva, že obsah takýchto relácií je nepochopený a následne odsúdený ako príliš vulgárny alebo sarkastický.

Spravodajská paródia

Druhým bodom je spravodajská paródia, ktorá sa zakladá podobne ako satira na humore, ale prezentuje sa ako skutočné spravodajstvo (najmä po vizuálnej stránke). Zároveň sa nemusí jednať len o celé portály, ale obsahom paródie môžu byť aj tzv. kanadské fóry. V slovenskom prostredí aplikácie Instagram vznikajú ako na bežiacom páse profily, ktoré dokonca parodujú aj tzv. alternatívne spravodajské portály (napr. stránka @Zomri)

¹⁹ ZHOU, X. – ZAFARANI, R., 2018. „*Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities*. [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

²⁰ TANDOC, E. C. – LIM, Z. W. – LING, R., 2018. *Defining Fake News*. [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Vymyslené správy

Vymyslené správy nemajú humorný aspekt. Cieľom šírenia vymyslených správ nie je spoločnosť informovať, ale rozšíriť obsah medzi čo najväčšie publikum. Takémuto obsahu dodáva legitimitu jeho vizuálna stránka, ktorá má základné atribúty spravodajstva, avšak články nie sú fakticky podložené. Medzi najznámejšie vymyslené správy patrí z minulosti napr. správa o tom, že pápež František podporil v prezidentskej kampani kandidáta a neskoršieho prezidenta USA – p. Donalda Trumpa, pričom uvedená správa dosiahla na sociálnej sieti Facebook 30 miliónov zdieľaní. S ohľadom na finančné alebo politické motivácie autorov sa k šíreniu takýchto vymyslených správ využívajú tzv. boti.²¹

Manipulácia s fotografiou

Manipulácia na internete nemusí mať vždy textovú formu, ale môže sa manipulovať aj prostredníctvom fotografií. Často využívaným spôsobom manipulácie sa na sociálnych sieťach stávajú tzv. memes, čo predstavuje kombináciu fotografie alebo obrázku a pripísaného textu – sloganu alebo citátu. K šíreniu lživého obsahu sa často využívajú fotografie slávnych osobností. V prostredí SR sa jedná napr. o viaceré medializované kauzy, keď boli zneužité podobizne a osoby intelektuálov a glosátorov - p. Milana Lasicu, a Borisa Filana a prisudzovali sa im vymyslené vyjadrenia neznámych autorov.

Napr. začiatkom januára 2016 sa internetom šírila text s názvom *Lasicův názor na Havla*, ktorý bol pamfletom proti niekdajšiemu československému a českému prezidentovi Václavovi Havlovi. Neznámy autor v ňom kritizuje Havla. "*Důfam, že jeho meno zapadne prachom a o několik roků si nikdo nespomenie na tohto průměrného člověka z prostředí kaviarenských bohémů a tzv. disidentů. Tento člověk nevynikal takmer ničím.*" Text šírila napriek upozorneniam, že to nie je text Lasicu, pochybná česká stránka Rukojmí.cz. Text stiahli až keď sa prípadom začala zaoberať Česká televízia. Sám Milan Lasica sa vyjadril na margo takéhoto zneužitia jeho mena nasledovne: „Ja to

²¹Pozn.: Bot je počítačový program, ktorý pre svojho majiteľa opakovane vykonáva určitú rutinnú činnosť na internete - obvykle zbiera dáta, odosiela a spracováva požiadavky na služby vzdialených serverov.

považujem za istý druh *mediálneho terorizmu*. Pretože, keď vaše meno takto zneužijú, nemôžete sa brániť,"²²

K ďalším manipulatívnym operáciám s obrazom patrí upravovanie fotografií, vytváranie fotokoláží, resp. ak sa fotografie používajú v inom kontexte, než aký bol ich pôvodný účel.

Inzercia a PR

Štvrtou formou je šírenie falošného obsahu prostredníctvom platenej inzercie a PR, čo zahŕňa predovšetkým formu videí, pričom sa napr. môže jednať o lživý obsah v reklamách a pod. Okrem videí sa môže jednať aj o tzv. click-baitové nadpisy, ktoré majú jediný účel, a to prilákať pozornosť užívateľa na reklamný obsah.

V súvislosti s videami, jednou z najnovších a do budúcnosti zrejme najnebezpečnejších techník falošných správ sú tzv. *deepfakes*. Jedná sa o krátke videá, v rámci ktorých vystupuje verejne známa osobnosť oznamujúc rôzne, obvykle nepravdivé informácie alebo sa jedná o zneužitie tejto osoby pri prezentácii v dehonestujúcich scénach. Pôvod deepfakes možno nájsť v porno priemysle, kde autori vytvárali videá s celebritami s cieľom zvýšenia sledovanosti ich webových stránok a následného generovania zisku. Objavili sa tak videá, ktoré vzbudzovali dojem, že daná celebrita bola natočená pri chúlостivých scénach v domácom prostredí a následne potom video uniklo na verejnosť, čo vzbudilo veľký záujem a pochopiteľne tiež zisk. Najprv sa jednalo o jednoduché fotomontáže, ktoré sa dali pomerne ľahko rozpoznať, ale neskôr s príchodom sofistikovaných technológií začali vznikať práce s obrazom aj zvukom.

Neobyčajný potenciál tejto manipulatívnej formy bol čoskoro rozpoznáný a začali vznikať videá, kde bolo možné vidieť rôzne politicky činné osobnosti či majiteľov nadnárodných korporácií, ktorí ohlasovali prekvapujúce oznámenia. Vplyv na cieľovú skupinu bez kritického myslenia bol veľmi významný. Napríklad bol zaznamenaný prípad, keď zamestnanec firmy previedol značnú časť finančných prostriedkov na

²² OMEDIACH.COM. 2016. *Milan Lasica k hoaxom*. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <https://www.omediach.com/hoaxy/8429-milan-lasica-k-hoaxom-je-to-isty-druh-medialneho-terorizmu>

bankové konto do zahraničia len preto, že uveril deepfakes svojho údajného šéfa, ktorý ho touto transakciou poveril.

Do budúcnosti s nezabrzditelným vývojom technológií môžu mať deepfakes výrazný dopad v rámci predvolebných kampaní, avšak zatiaľ uvedené technológie nie sú dostupné pre bežných užívateľov a vytvorenie uveriteľného videa nie je jednoduché.

Propaganda

Zrejme najväčšou formou šírenia falošných správ je ich šírenie na propagandistické účely. Účelom modernej propagandy nie je iba presvedčenie verejnosti, ale anihilovanie pravdy a odstránenie kritickej formy myslenia. Propagandistický obsah má teda za cieľ ovplyvniť verejnú mienku a nie informovať adresátov tohto obsahu. Propagandistický materiál nemusí pracovať s nepravdivým obsahom, avšak fakty prekrúca a prezentuje len pohľad a názor jednej strany.

Takýto obsah považujú za škodlivý aj štátne orgány, ako napr. Ministerstvo vnútra SR, resp. Policajný zbor SR.

Niektorí autori poukazujú na šedú zónu a propagandu v podobe vyskakujúcich okien v online hrách, resp. platených príspevkov na rôznych sociálnych sieťach alebo iných komunikačných platformách. Ako sme už uviedli vyššie, propaganda je často založená na faktoch, avšak rôzne prekrútených, skreslených, alebo neúplných.

Čo sa týka analýzy typológie obsahu, s ktorým sa môžeme stretnúť v online priestore a skrze ktorý môžeme lepšie porozumieť informačnému ekosystému, rozoznávame sedem kategórií dezinformačného a misinformačného obsahu.

Jedná sa o satiru alebo paródiu, zavádzajúci obsah, podvodný obsah, umelo vytvorený obsah, falošný kontext, falošný obsah a manipulatívny obsah.²³ (Wardle 2016).

²³ RM.CO.E.INT. 2017. *Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Aj napriek tomu, že sa na prvý pohľad môže zdať, že väčšina kategórií predstavuje jedno a to isté, v skutočnosti medzi nimi existujú drobné nuansy.

Pod satirou a paródiou rozumieme obsah, ktorého cieľom nie je spôsobiť škodu, ale má potenciál oklamať alebo zmiasť svojho adresáta. Zavádzajúci obsah sa vyznačuje použitím informácie za cieľom nasmerovať diskusiu iným smerom. Podvodný obsah predstavuje tú kategóriu masinformácií a dezinformácií, ktoré sa vydávajú za skutočné zdroje. Kategória umelo vytvoreného obsahu sa zakladá na stopercentnej fikcii, pričom účelom je oklamanie a poškodenie adresáta.

Nejasnosti môžu nastať medzi špecifikovaním rozdielu medzi falošným kontextom a falošným obsahom. V prvom prípade sa jedná sa o situáciu, keď titulok alebo fotografia nesúvisí so zvyškom textu, pričom v druhom prípade sa jedná o využívanie pôvodného obsahu, ale v inom kontexte. Posledná zo zmienených kategórií predstavuje vykonávanie manipulácie, napríklad sa jedná o počítačovú úprava fotografií.²⁴

Z vyššie uvedeného vyplýva, že falošné správy môžu nadobúdať mnoho podôb a ich definície nemajú ustálenú podobu. Na čom sa autori ale zhodujú, je ich cieľ a forma, keďže falošné správy chápu ako obsah, ktorého cieľom nie je informovať, ale osloviť čo najviac ľudí (buď s cieľom ovplyvniť, alebo kvôli finančným ziskom z reklamy).

1.4.4 Motivácia vytvárania a šírenia *falošných správ*

Interné motivačné procesy pre tvorbu falošných správ sa spájajú s hľadaním statusu v spoločnosti, uspokojením finančných potrieb, resp. presadzovania a šírenia politického presvedčenia.²⁵

Hľadanie miesta v spoločnosti je v súčasnosti spojené s fenoménom sociálnych sietí, ktoré je bližšie špecifikované v prvej kapitole tejto diplomovej práce.

²⁴ RM.COE.INT. 2017. *Information Disorder*. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

²⁵ DATASOCIETY. 2016. *Data and society studies the social implications of data-centric technologies and automation*. [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformation_on_line.pdf.

Získanie popularity na sociálnych sieťach je seba-napĺňajúcim momentom, ktorý priamo nabáda k zdieľaniu a propagácii neoverených informácií. Tobôž, ak nepravdivé príspevky majú preukázateľné väčší dosah ako pravdivé. Sociálne siete a ich obľúbenosť spočíva v získavaní spoločenského statusu a prijatia v online komunitách. Obľúbenosť sa meria počtom "lajkov", zdieľaní, resp. komentárov pod príspevkom.

Na tvorbe online obsahu sa dá zbohatnúť, či už sa to týka vývoja nových aplikácií, písania blogov, resp. natáčanie videí. Existujú jedinci, ktorí nemajú záujem o ovplyvňovanie vecí verejných (netrápia ich morálne dôsledky ich činnosti v online priestore), ale zo zdieľania online obsahu si urobili živobytie (napr. tzv. vlogeri, resp. osoby požívajúce status celebrity a ich sebareprezentácia na sociálnych sieťach – súčasnosti najmä na Instagrame.

Poslednou, kľúčovú motiváciou pre tvorbu hoaxov je politické presvedčenie jedinca. Ideologicky motivované hoaxy sú vytvárané za účelom podpory politického presvedčenia, resp. životného postoja ich autora. Okrem tvorby falošného pozitívneho obsahu sa môže jednať aj o správy negatívne a poškodzujúce konkurenciu.

Je dôležité poznamenať, že falošné správy sa šíria predovšetkým v názorovo homogénnych skupinách. Napr. konzervatívni jedinci (nacionalistické skupiny, protiimigrační aktivisti) bojujú proti multikulturalizmu, pričom sú krajne vyhranení proti fenoménu globalizácie a politickú korektnosť vnímajú ako cenzúru a útok na slobodu prejavu, a teda v tomto prostredí sa budú šíriť falošné správy podporujúce uvedené názorové prúdy.²⁶

Politická ideológia hrá najdôležitejšiu úlohu pre tých, ktorí falošné správy zdieľajú, resp. pre tých, ktorí preberajú falošný obsah a budujú na ňom nový unikátny obsah. Autori na tento poznatok prišli na základe analýzy 43 miliónov Twitterových príspevkov týkajúcich sa volieb (zber dát sa uskutočnil medzi 16. 9. a 9. 11. 2016). Najviac náchylní sú podľa autorov užívatelia, ktorí zdieľajú mnoho obsahu, a to predovšetkým ideologicky zameraného obsahu.

²⁶ MARWICK, A. – LEWIS, R., 2016. *Media Manipulation and Disinformation*. [online]. [cit. 2021-03-16] Dostupné na internete: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf.

Navyše podľa uvedenej analýzy častejšie zdieľajú zmanipulovaný obsah používatelia, ktorí sledujú konzervatívny online obsah, čo priamo súvisí s tzv. fenoménom pseudokonzervativizmu – pseudokonzervatívni jedinci sú tí, ktorí sa v mene tradičných hodnôt a inštitúcií bránia proti viac či menej fiktívnym hrozbám, vedome či nevedome, s cieľom zničenia týchto hrozieb.

1.4.5 Rola médií v šírení falošných správ

Masová komunikácia ako vedný odbor sa zameriava na porozumenie, výrobu, spracovanie účinkov informačných oznámení, a to prostredníctvom vytvárania rôznych teórií masovej komunikácie.

Masová komunikácia (v angličtine: Mass communication) je jedným z charakteristických znakov spoločnosti postmodernej doby, resp. postmoderného štátu. Rozšírenie masovej komunikácie podmienil rozvoj gramotnosti, koncentráciu príjemcov komunikácie v dôsledku urbanizácie, demokratizáciu spoločnosti, zvýšenie životnej úrovne a dostatok voľného času, ktorý je možné využiť na sledovanie prostriedkov masovej komunikácie.

Masová komunikácia zahŕňa komunikačné procesy, ktoré sa od ostatných komunikačných procesov odlišujú úrovňou ich realizácie, nakoľko sú uskutočňované na spoločenskej úrovni, zatiaľ čo iné komunikačné procesy sa realizujú na nižších úrovniach - napríklad na intrapersonálnej, interpersonálnej, či intraskupinovej úrovni.

Charakteristickými črtami masovej komunikácie, ktorej realizáciu zabezpečujú jednotlivé druhy médií, je:

- existencia technických a inštitucionálnych prostriedkov pre výrobu a šírenie obsahu (vývoj masovej komunikácie je neoddeliteľný od vývoja mediálneho priemyslu, ktorý zahŕňa rad organizácií, umožňujúcich vyrábať a šíriť obsah),
- informácie sú ekonomicky zhodnocované, a to buď priamo (prostredníctvom koncesionárskych poplatkov), resp. nepriamo (prostredníctvom daní),

- aj napriek skutočnosti, že informácia je vyrábaná v jednom kontexte, adresátom (resp. príjemcom) je odovzdávaná vo vzdialených a odlišných kontextoch a preto príjemcovia majú málo možností zasiahnuť a ovplyvniť obsah informácie,
- informácie sa prostredníctvom masovej komunikácie stali široko dostupnými v čase aj v priestore,
- informácia je dostupná širokému okruhu príjemcov.

Pojem médium sa používa v rôznych kontextoch a dá sa chápať v užšom aj v širšom zmysle.

Existujú štyri základné typy teórií médií, a to sociálno-vedecký, normatívny, prevádzkový a každodenný.

- Sociálno-vedecká teória zvyčajne zahŕňa všeobecné tvrdenia o povahe, fungovaní a pôsobení masovej komunikácie, vychádzajúc z objektívneho a systematického skúmania médií.
- Normatívne teórie skúmajú a definujú, na čo musí slúžiť médium z hľadiska presadzovania určitých spoločenských hodnôt. Tento prístup je použiteľný napr. v rámci mediálnej politiky, etických kódexov a pod.
- Prevádzkové teórie sa vzťahujú k praktickým návodom, ako treba médiá tvoriť a využívať. V praxi sa jedná napríklad o odporúčanie, ako uspokojiť cieľové publikum, ako nadviazať efektívne vzťahy medzi médium a jeho publikom.
- Každodenné teórie sú tiež nazývané ako intuitívne teórie, nakoľko vychádzajú z ľudských skúseností a ich každodenného života, v ktorom sa stretávajú s médiami.

Média vymedzujeme ako technické prostriedky a sociálne systémy, ktoré sú používané na realizáciu masovej komunikácie a disponujú rovnakými vlastnosťami - predovšetkým sú dostupné neobmedzenému počtu príjemcov. Informácie v médiách sú zvyčajne dostupné, aktuálne a zverejňujú sa periodicky, resp. priebežne.

V celosvetovom kontexte poklesla dôvera v médiá a priestor SR nepredstavuje výnimku. Nedôvera verejnosti k novinárom, spravodajským médiám a inštitúciám viedla k poklesu sledovania hlavných mediálnych kanálov.

Táto nedôvera je najvýraznejšia u najmladších konzumentov s najnižším formálnym vzdelaním. Novinári sa taktiež stávajú nedôveryhodnými pre respondentov, ktorí sa ocitli na okraji spoločnosti. Celá komunikácia a konzumácia informácií sa zrýchlila, správy čerpáme (predovšetkým mladá generácia) prostredníctvom obrazoviek smartfónov na sociálnych sieťach, pričom televízia a noviny sa ako zdroj informácií nezadržiateľne dostávajú do zabudnutia.

Internet sa stal jedným z hlavných zdrojov politických informácií, a to zmenilo skúsenosť mnohým ľuďom so spravodajstvom. Podľa agentúry Reuters populácia SR čerpá z 80 % novinky z online priestoru, vrátane sociálnych sietí.

Zjednodušenie procesu vytvárania správ a ich dosiahnuteľnosť zapríčinila, že môžeme nájsť ľahko webový obsah, ktorý podporí náš pohľad na svet.²⁷ Vzhľadom k tomu, že na internete môžeme nájsť čokoľvek a prostredníctvom sociálnych sietí dokážeme nájsť priaznivcov takmer pre každý príspevok, otvorila sa tým Pandorina skrinka – široký priestor pre šírenie lživých a škodlivých správ.

Sociálne siete (a medzi nimi Facebook) hrajú kľúčovú úlohu v šírení dezinformácií. Sociálne siete na šírenie škodlivého obsahu prispievajú svojimi algoritmami. Facebook, Instagram, Twitter, ale aj vyhľadávače ako Google pracujú s algoritmami, ktoré nás uzatvárajú do informačných bublín na základe našej digitálnej minulosti. Vzniká personalizovaná reklama a spoločnosť sa v online svete postupne dezintegruje. Na základe algoritmov vznikajú tzv. echo-chambers (ozvenové komnaty), v ktorých sa stretávame len s názormi potvrdzujúcimi už naše existujúce postoje a presvedčenia. K ďalšiemu šíreniu obsahu takisto pomáhajú boti, ktorí sú schopní prekročiť hranice algoritmu a prirodzený dosah príspevku.

Vinu za šírenie falošných správ však nie je možné pripisovať iba novým technológiám, nakoľko tieto technológie sú v rukách ľudí a zatiaľ sa (našťastie) nenaplnili futuristické predpovede z diel Karla Čapka.

²⁷ SILVERMAIN, Craig. 2016. *The Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed*. [online]. [cit. 2021-03-22]. Dostupné na: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

Ľudia sú preukázateľne iracionálni a zraniteľní, ak sa majú rozhodnúť medzi pravdou a lžou, najmä ak sú zahltení nepravdivými informáciami. Štúdie zo sociálnej psychológie a komunikácie demonštrovali, že ľudská schopnosť rozlíšiť faloš /podvod je len o trochu vyššia ako 50 %, typická presnosť rozlíšenia pravdivých a nepravdivých informácií sa pohybuje medzi 55% - 58%.

Ďalším dôležitým aspektom pre pochopenie celej problematiky je skutočnosť, že falošné správy v ľuďoch prirodzene vzbudzujú iné emócie ako pravdivé informácie, čo predstavuje jeden z argumentov, prečo sa falošné správy šíria rýchlejšie a s väčším dosahom.²⁸

Vedci z Massachutského vedeckého inštitútu analyzovali 126000 príspevkov zverejnených na Twitteri v predvolebnom období prezidentských volieb v USA v roku 2016, pričom autor tejto diplomovej práce, práve uvedené prezidentské voľby a s nimi spojenú predvolebnú kampaň považuje za neuralgický bod v aktuálnom ponímaní falošných správ a to v globálnom meradle. Z ich výsledkov vyplýva, že sa falošné správy šírili na *peer to peer* princípe a nevyužívali dynamiku klasických vysielacích kanálov. To ale neznamená, že by bol ich rozptyl medzi používateľov pomalý. Naopak, pravdivej informácií trvá šesťkrát dlhšie, než nepravdivej zasiahnuť 1500 užívateľov.

Čo však adresáta informácie vedie k tomu, že nepravdivú informáciu považuje za pravdivú? Viera v nezmyselnú informáciu je riadená epistemickými, existenciálnymi a spoločenskými motívami. Pod epistemickými motívami je potrebné rozumieť túžbu uspokojenia zvedavosti, ak informácie nie sú dostupné, a taktiež zníženia pocitu neistoty, ak informácie, ktoré sú dostupné, sú konfliktné voči tomu čo už poznáme. Medzi ďalšie kľúčové znaky epistemických motívov patrí dogmatizmus, ktorý je príčinou tzv. čiernobieleho vnímania sveta. Jedinci, ktorí dosahujú vysoké skóre dogmatizmu majú väčšiu pravdepodobnosť, že prijmú politicky zafarbené opisy udalostí bez ohľadu na pôvod informácie. Uverenie tiež súvisí s výškou dôvery, resp. nedôvery v politiku a v politický systém vo všeobecnosti. Nedôvera v politický systém prináša vôľu v uverenie negatívnym informáciám o ľuďoch a inštitúciách, ktoré zastupujú.

²⁸ VOSOUGHI, S. – ROY, D. – ARAL, S., 2018. *The spread of true and false news* [online]. [cit. 2021-03-24]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Navyše sa „vo vnútornej politike jednotlivých štátov objavili politické hnutia, ktoré neraz neuznávajú existujúce formy demokracie a štátne inštitúcie. Usilujú sa o zásadnú zmenu spoločenského poriadku. Neuchádzajú sa o podiel na moci prostredníctvom obvyklých demokratických mechanizmov, ale vznášajú často ultimatívne požiadavky na existujúce inštitúcie. Uchylujú sa k mediálne účinným alebo aj násilným akciám a formám propagandy.“²⁹

O pravdivosti tohto výroku svedčia výsledky slovenských parlamentných volieb, ktoré sa uskutočnili 5. marca 2016. Pri volebnej účasti 59,82 % získala politická strana Kotleba – Ľudová strana Naše Slovensko (ďalej len Kotleba – ĽS NS) 8,04 % voličských hlasov. Hlavným predstaviteľom tejto strany je Marian Kotleba, ktorý bol v minulosti stíhaný na slobode a obvinený z trestného činu podpory a propagácie skupín smerujúcich k potláčaniu základných práv a slobôd, pričom neskôr bolo toto trestné stíhanie prokuratúrou zastavené.

V rokoch 2005 až 2006 bol predsedom (oslovovaný ako "vodca") politickej strany Slovenská pospolitost' – národná strana. Táto ultranacionalistická politická strana bola 1. marca 2006 rozpustená Najvyšším súdom Slovenskej republiky, pretože jej politická činnosť bola v rozpore s Ústavou SR. Generálna prokuratúra v žalobe, uviedla, že, „...hlavným cieľom strany je budovať nový Slovenský stavovský štát na národnom kresťanskom a sociálnom princípe. V danom prípade ide o programový cieľ presadiť zmenu zo súčasného systému parlamentnej demokracie politických strán na stavovský princíp usporiadania nového Slovenského štátu,“.³⁰

Verejná prezentácia tejto strany je založená na politike tzv. *antipolitiky*. Tvorba programu politických strán založeného na tzv. antipolitike je dnes už všeobecne rozšírený jav a súvisí s pocitom odcudzenia voličov vo vzťahu k ich voleným zástupcom. Spoločným znakom týchto strán sú verejne deklarované pocity antipatie k tzv. tradičným stranám a centráм moci.

²⁹ BÁRÁNY, E. Moc a právo. Bratislava: VEDA, 1997. 246 s. ISBN 80-224-0482-9.

³⁰ TERAZ.SK. 2016. *Prečo súd zakázal Kotlebou Slovenskú pospolitost'?* [online]. [cit. 2021-03-24] Dostupné na internete: <http://www.teraz.sk/slovensko/sud-zakazal-kotlebovu-slovensku-pospolit/186579-clanok.html>.

Práve nové médiá a formy komunikácie (predovšetkým sociálne siete) sú prostriedkom ľahkého šírenia informácií nesúcich protestný hlas. Negatívom týchto strán zostáva relatívne vysoká nepredvídateľnosť ich konania, ak raz samé uspejú vo voľbách v takej miere, že prevezmú zodpovednosť za výkon časti verejnej moci³¹

1.5 Hoax

Podľa autorov webovej stránky hoax.sk je hoax poplašnou správou, alebo zásadnou (no zároveň na začiatku takmer neoveriteľnú a vykonštruovanú) informáciou, ktorá sa väčšinou šíri bez toho, aby bol známy jej autor, resp. zdroj a zároveň má zásadný vplyv na spoločnosť, respektíve vnímanie faktov v takejto správe.³²

To, že ani hoax nie je novým fenoménom, dokazuje najstarší historicky doložený hoax z roku 756 n.l. – „The donation of Constantine“, čo mal byť údajne dokument napísaný cisárom Konštantínom (285 - 337 n.l.), v ktorom daroval obrovské územia v rámci Západorímskej ríše. Toto darovanie sa však neskôr preukázalo ako falošné. Avšak tento ako aj ďalšie historické hoaxy vznikli pravdepodobne v súvislosti s objektívnym nedostatkom informácií.³³

Drvivá väčšina hoaxov obsahuje nasledujúce prvky:

- vytváranie dojmu naliehavosti,
- autori sa snažia svoje oznámenie oprieť o tvrdenie významného a dôveryhodného zdroja – napr. varovanie policajného zboru, vlády, premiéra, a pod.
- apelácia na adresátov, aby správu rýchlo šírili ďalej.

Najčastejšími formami hoaxov sú podvodné maily, ktoré varujú pred vymyslenými vírusmi a potenciálnymi hrozbami pre počítač. Ďalej sú to vymyslené prosby o pomoc pre choré dieťa či invalida – ich autori tak cieľia na ľudské emócie. Významné zastúpenie

³¹ URBAN, M. – KYSELA, J. Stát a společnost – spojené nádoby. In KYSELA, J. – ONDŘEJEK, P. a kol. Kolos na hliněných nohou? Praha: Leges, 2016. 320 s. ISBN 978-80-7502-149-6.

³² HOAX.SK. 2017. *Čo je to hoax?* [online]. [cit. 2021-03-27] Dostupné na internete: <https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>

³³ MUSEUMOFHOAXES.COM. (s.a). *The Donation of Constantine*. [online]. [cit. 2021-03-23]. Dostupné na internete: http://www.museumofhoaxes.com/hoax/archive/permalink/the_donation_of_constantine.

medzi hoaxami majú tiež vymyslené petície, resp. výzvy občanov a rôzne pyramidové finančné hry alebo lotérie.³⁴

1.6 Mediálna gramotnosť

Pojem mediálna gramotnosť sa používa od osemdesiatych rokov 20. storočia, avšak do dnešných dní neexistuje jednotný prístup k definícii mediálnej gramotnosti, čo umocňuje fakt exponenciálneho vývoja komunikačných a mediálnych technológií.

Pod pojmom mediálna gramotnosť je možné rozumieť súbor poznatkov a zručností pre orientáciu v málo prehľadnej a neprehľadnej štruktúrovanej ponuke mediálnych produktov, ktoré vytvárajú prostredie, v ktorých sa súčasný človek pohybuje.³⁵

Základná definícia, z ktorej vychádza rad ďalších definícií, bola vymedzená na americkej Národnej konferencii mediálnej gramotnosti v decembri roku 1992. V zmysle uvedenej definície predstavuje mediálna gramotnosť schopnosť občana prijať, analyzovať a produkovať informácie určené na špecifické účely.³⁶

Súčasťou kritického myslenia je čerpanie informácií z rôznych zdrojov, ich porovnávanie, zvažovanie aj alternatívnych pohľadov na problematiku a nespoliehanie sa na jediný zdroj, i keď by sa nám zdal akokoľvek dôveryhodný, autentický a pravdivý. V tomto kontexte je dôležité najmä dôsledné rozlišovanie faktov a názorov. David Buckingham označuje mediálnymi kompetenciami schopnosť narábať s médiami, spôsobilosť prijímať a interpretovať mediálne obsahy a aktívne sa zúčastňovať procesu mediálnej komunikácie.³⁷

³⁴ HOAX.SK. 2017. *Čo je to hoax?* [online]. [cit. 2021-03-27] Dostupné na internete: <https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>

³⁵ JIRÁK, J. – MIČIENKA, M. a kol. *Základy mediálnej výchovy*. Praha: Portál, 2007. 295 s. ISBN 80-7367-315-4.

³⁶ SILVERBLATT, A. – VOLEK, J. *Media literacy. How understand media*. New York, London: Digital International Media Literacy eBooks, KOBO Rakuten, 2016. 255 s. ISBN 0-275-96727-1.

³⁷ BUCKINGHAM, D. *Media Education; Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press, 2013. 232 s. ISBN 978-0-745-65941-1.

Mediálna gramotnosť spočíva v:

- 1) efektívnom používaní mediálnych technológií jedinca za účelom získania, zhromažďovania a zdieľaniu informácií tak, aby jednotlivec uspokojil záujmy vlastné, ako aj iných jemu blízkych osôb,
- 2) realizácii informovaného výberu zo širokej škály mediálnych zdrojov,
- 3) získavaní poznatkov o tom, kým a z akého dôvodu je vytváraný ten – ktorý mediálny obsah prihliadajúc na ich technický, ekonomický a politický kontext,
- 4) schopnosti kritickej analýzy techník, jazyka a konvencií používaných v médiách,
- 5) identifikovaní a odmietnutí mediálnych obsahov a služieb, ktoré môžu byť nežiadúce, urážlivé, pohoršujúce a škodlivé,
- 6) efektívnom používaní médií na upevňovanie demokratických práv a občianskych slobôd³⁸

Mediálna gramotnosť by nemala byť odsúvaná na okraj záujmu ako parciálna záležitosť, ale široko rešpektovaná ako základné ľudské právo. Vo vzťahu k najmladšej generácii je tento aspekt osobitne zdôraznený aj Dohovore o právach dieťaťa, ktorý v článku 13 ustanovuje, právo vyjadrovania: *„Toto právo zahŕňa slobodu vyhľadávať, prijímať a rozširovať informácie každého druhu bez ohľadu na hranice, či už ústne, písomne alebo tlačou, prostredníctvom umenia alebo inými prostriedkami podľa voľby dieťaťa.“*³⁹ Článok 17 ustanovuje právo detí a mládeže mať prístup k širokej škále médií a zdrojov informácií. Malo by ísť najmä o informácie a materiály *„...z rôznych národných a medzinárodných zdrojov, predovšetkým takých, ktoré sú zamerané na rozvoj sociálneho, duchovného a mravného blaha dieťaťa a tiež jeho telesného a duševného zdravia.“*⁴⁰

Čo sa týka mediálnej gramotnosti mládeže v Slovenskej republike, jej aktuálny stav dobre ilustruje prieskum, ktorý v dňoch 23.10.2020 až 28.10.2020 realizovala agentúra Post Bellum na reprezentatívnej vzorke mladých ľudí vo veku od 16 do 30 rokov. V prieskume sa uvedená agentúra zamerala na to, aké informácie sa dostávajú k mladým ľuďom od ich učiteľov. Až 36 % z nich počulo od učiteľov jedno z nasledujúcich tvrdení:

- Židia majú príliš veľkú moc a skryto ovládajú vlády a inštitúcie sveta.

³⁹ Článok 13 Dohovoru o právach dieťaťa

⁴⁰ Článok 17 Dohovoru o právach dieťaťa

- Testovanie na COVID-19 je nebezpečné.
- Neziskové organizácie na Slovensku sú predĺženou rukou zahraničných mocností a záujmov.
- Očkovanie proti koronavírusu je prípravou na čipovanie ľudí.
- 5G sieť je rizikom pre naše zdravie.
- Registrované partnerstvo párov rovnakého pohlavia ohrozuje manželstvo.⁴¹

Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike publikovalo na svojej webovej stránke dňa 17.8.2020 praktické tipy ako odhaliť dezinformácie v prostredí internetu:

1. Overenie zdroja.
2. Overenie autora.
3. Overenie obsahu.
4. Overenie obrázkov a videí.
5. Zistite pocitov, ktoré vo vás článok vyvoláva.
6. Ohlásenie zistenej dezinformácie.⁴²

Boj proti dezinformáciám by mal byť koordinovaným úsilím, do ktorého budú zapojení všetci aktéri – od inštitúcií po sociálne platformy, cez spravodajské médiá až po jednotlivcov. Na európskej úrovni bol v tejto súvislosti prijatý Akčný plán proti dezinformáciám⁴³ ako aj Kódex postupov proti dezinformáciám.⁴⁴

Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave realizovala v roku 2015 reprezentatívny výskum s názvom Mediálna gramotnosť dospeléj populácie v SR. Reprezentatívny výskum sa uskutočnil na vzorke 2815 respondentov vo veku od 16 až 83 rokov, pričom zber dát prebiehal vo všetkých samosprávnych krajoch Slovenska.

⁴¹ POSTBELLUM.SK 2020. *Tretina mladých tvrdí, že sa v škole nedostatočne venovali udalostiam 2. svetovej vojny na Slovensku. Mnohí nepoznajú fakty a veria konšpiračným teóriám.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: <https://www.postbellum.sk/2020/11/tretina-mladych-tvrdi-ze-sa-v-skole-nedostatočne-venovali-udalostiam-2-svetovej-vojny-na-slovensku-mnohi-nepoznaju-fakty-a-veria-konspiracnym-teoriám/>

⁴² Európska komisia. *Stop šíreniu dezinformácií na internete.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/slovakia/news/stop_sireniu_dezinformacii_na_internete_6_sposobov_ako_mozete_pomoc_sk

⁴³ Európska komisia. 2018. *Action Plan on disinformation.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en

⁴⁴ Európska komisia. 2021. *Code of Practice on Disinformation.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

Pri konštruovaní výskumnej vzorky boli zohľadnené nasledovné socio-demografické charakteristiky respondentov – vek, pohlavie, vzdelanie, kraj, veľkosť miesta bydlisko, príjem domácnosti.

Výsledky prieskumu ukázali, že najvýraznejšie rozdelenie v tejto oblasti sa týka vekových odlišností. Napriech jednotlivými vekovými skupinami boli zistené rozdiely týkajúce sa tradičných i nových médií, ako aj používateľských zručností a kritického myslenia. Nejedná sa iba o generačnú priepasť súvisiacu s digitálnymi médiami, ale aj s jednotlivými aspektmi tradičných médií, kde s narastajúcim vekom môžeme pozorovať klesajúcu úroveň mediálnych kompetencií a kritického myslenia. Z tohto dôvodu je nutné venovať zvýšenú pozornosť a úsilie širokému spektru neformálnych vzdelávacích aktivít zameraných na seniorov a ľudí v postproduktívnom veku. Vhodným riešením môže byť aj rozšírenie ponuky televíznych a rozhlasových relácií zameraných na zvyšovanie mediálnej gramotnosti týchto cieľových skupín, nakoľko najvyšší podiel divákov televízie (85,4 %) je medzi seniormi, teda vo vekovej kategórii od 64 rokov a tiež vo vekovej kategórii od 55 do 63 rokov (79,4 %). Táto úloha je výzvou najmä pre verejnoprávne médiá, ktoré by mali svojim divákom a poslucháčom prinášať i vhodne koncipované programy zamerané na rozvoj ich mediálnych kompetencií.

Taktiež sa ukázala nutnosť zvyšovania mediálnej gramotnosti formou neformálnych vzdelávacích aktivít pre všetky vekové a sociálne skupiny obyvateľstva (napr. aktivity A. Bána v rámci diskusií o holokauste).

2 Cieľ práce

Dezinformácie vznikajú v ideologickom, politickom, ale aj celkom súkromnom záujme, avšak najčastejšie sú zamerané na ovplyvňovanie verejnej mienky v širšom rozsahu. Vzhľadom na závažnosť problematiky šírenia dezinformácií pri používaní moderných informačno-komunikačných technológií, ktoré sa stali neoddeliteľnou súčasťou našich životov, v empirickej časti práce boli využité nadobudnuté teoretické poznatky na naplnenie nižšie uvedených cieľov, ktorých konečná formulácia bola stanovená po osvojení si problematiky z teoretického hľadiska.

Hlavným cieľom diplomovej práce je kategorizácia druhov falošných správ a identifikácia kanálov ich distribúcie medzi internetových používateľov a návrh odporúčaní pre spomalenie alebo úplne zastavenie ich šírenia.

Prvým vytýčeným parciálnym cieľom diplomovej práce je skúmanie stavu oboznámenia prieskumnej vzorky s pojmom falošné správy a ich digitálna gramotnosť.

Druhým cieľom bolo získanie poznatkov, z akých zdrojov prieskumná vzorka zaznamenáva šírenie falošných správ v najväčšom rozsahu a aké zdroje sú považované za najmenej dôveryhodné.

Tretí parciálny cieľ skúma a hodnotí aj osobnú zainteresovanosť respondentov vo vyvracaní hoaxov v rámci svojho najbližšieho okolia a tiež ich snahu o prípadnú elimináciu falošných správ na internete.

Štvrtým parciálnym cieľom diplomovej práce bolo zistiť, aký druh IKT využíva prieskumná vzorka na vyhľadávanie informácií v najväčšom rozsahu a do akej miery sú ovplyvnení modernizáciou technologických prostriedkov.

3 Metodika práce a metódy skúmania

Pri získavaní informácií v rámci realizovaného prieskumu bola využitá metóda dotazníka.

Základnou podmienkou pre dobre a účelne zostavený dotazník je presná formulácia cieľov, stanovenie úloh, ktoré chceme prostredníctvom dotazníka dosiahnuť. Otázky je potrebné formulovať tak, aby umožňovali výstižné, konkrétne a jednoznačné odpovede a zohľadnili aj dĺžku trvania vyplňania dotazníka, pričom celkový počet položiek v dotazníku by nemal presahovať 30 položiek.

Pri navrhovaní finálnej podoby dotazníka sa jeho autor snažil vysporiadať s nasledujúcimi požiadavkami pre dosiahnutie efektívnosti dotazníka:

- Je otázka vo vzťahu ku skúmanému problému a k cieľu výskumu?
- Je zvolený typ otázky správny a vhodný?
- Sú otázky i jednotlivé alternatívy odpovedí jasné a jednoznačné?
- Prečo sme sformulovali otázku práve takto?
- Prečo sme otázku zaradili práve na toto miesto v dotazníku?
- Aká je očakávaná vierohodnosť odpovede?⁴⁵

Podľa stupňa otvorenosti je možné členiť otázky na: uzavreté (ponúkajú hotové alternatívne odpovede), polouzavreté (najskôr ponúkajú niekoľko alternatívnych odpovedí, pri niektorej z nich môžu žiadať aj podrobnejšie vysvetlenie), otvorené (dávajú možnosť voľne odpovedať), škálované (umožňujú číselne odstupňovať jav. Založené sú na číselnej škále, podľa ktorej môže respondent posúdiť mieru vlastnosti alebo javu; čím viac stupňov určíme, tým je meranie pestrejšie). Dotazník je považovaný za najproduktívnejšiu a aj najlacnejšiu techniku získavania informácií. Získané údaje je možné relatívne ľahko vyhodnocovať a porovnávať, najmä v prípade uzatvorených otázok.⁴⁶

⁴⁵ TUREK, I. Učiteľ a pedagogický výskum. Bratislava : Metodické centrum mesta Bratislavy, 1996. 137 s. ISBN 80-7164-173-1.

⁴⁶ GAVORA, P. Úvod do pedagogického výskumu. 4. vydanie. Bratislava: Univerzita Komenského, 1999. 236 s. ISBN 978-80-223-2391-

3.1 Prieskumná vzorka a spracovanie prieskumu

Prieskum bol uskutočnený v mesiaci apríl kalendárneho roku 2021 prostredníctvom dotazníkového prieskumu.

Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 100 osôb, pričom dotazník bol osobám zasielaný prostredníctvom aplikácii messenger a instagram vo fomáte Google docs s položenými otázkami, pričom pod každou otázkou v závislosti od druhu otvorenosti otázky boli uvedené možnosti odpovede s vyznačeným políčkcom pre zakreslenie jednej alebo viacerých odpovedí, resp. ponechané miesto na vyčerpávajúcu slovnú odpoveď pod možnosťou „iné“. Celkovo bolo na vyplnenie dotazníka oslovených 115 osôb, pričom v pätnástich prípadoch sa stalo, že oslovené osoby odmietli vyplniť dotazník, a to z časových dôvodov.

3.2 Tvorba dotazníka

Správne zvolená koncepcia dotazníka je podstatným predpokladom pre získanie všetkých požadovaných odpovedí a kompletnom vyplnení dotazníka osloveným respondentom. Dotazníkový prieskum by mal byť čo možno najstručnejší, tak aby zo strany respondenta nedošlo k predčasnému ukončeniu vyplňania dotazníka. Otázky by mali byť čo možno najzrozumiteľnejšie a najjednoduchšie.

S ohľadom na tému tejto diplomovej práce, autor práce sa zameral na prieskum toho, aké IKT predstavujú najčastejší zdroj informácií pre oslovených respondentov a následne aj na skutočnosť, na akých IKT a internetových platformách zaznamenali šírenie falošných správ. Cieľom prieskumu bolo taktiež zistiť, do akej miery sú respondenti oboznámení s problematikou falošných správ a ich náchylnosti k týmto typom dezinformácií. Nakoľko autor práce v zmysle vyššie vytýčených cieľov zisťuje napríklad aj to, či sú sociálne siete primárnou platformou pre šírenie falošných správ v súčasnosti, dotazníkové otázky boli formulované a usporiadané v poradí tak, aby boli odpovede respondentov čo možno najobjektívnejšie.

Taktiež je v dotazníku osobitná pozornosť zameraná na skutočnosť, či oslovení respondenti ako potencionálni príjemcovia hoaxov, overujú získané informácie aspoň jedným ďalším zdrojom. Aj v uvedenom prípade autor práce ponecháva pri súvisiacich dotazníkových otázkach na oslovenom respondentovi ľubovoľnú možnosť odpovede, a teda sa jedná o otvorené dotazníkové otázky.

Rovnako bola osloveným respondentom položená priama otázka, či po identifikácii určitej prijatej informácie ako *fake news*, oslovení respondenti iniciatívne oslovili svojich známych a upozornili ich na šírenie takejto informácie, prípadne kontaktovali zdroj, od ktorého uvedenú informáciu získali a konfrontovali ho s touto skutočnosťou. Zistenie uvedených skutočností má podľa nášho názoru kľúčový význam z hľadiska efektivity boja proti *hoaxom* ako aj zbavenia sa návyku rozmyšľať o demokracii ako o niečom inštitucionálnom a vonkajšom a nadobudnúť návyk brať ju ako spôsob osobného života. Sme toho názoru, že boj proti šíreniu dezinformácií by mal byť vlastný každému spoločensky zodpovednému jedincovi.

Napokon sa položené otázky v dotazníku týkali aj spôsobov overenia informácie, či oslovení respondenti zaznamenali zvýšený výskyt šírenia falošných správ v porovnaní s obdobím pred pandémiou COVID-19. V súvislosti s pandémiou COVID-19 sme taktiež overovali, či sa oslovení respondenti stali v priebehu posledného roka obeťou nejakého hoaxu alebo konšpiračnej teórie, ktorej sami podľahli.

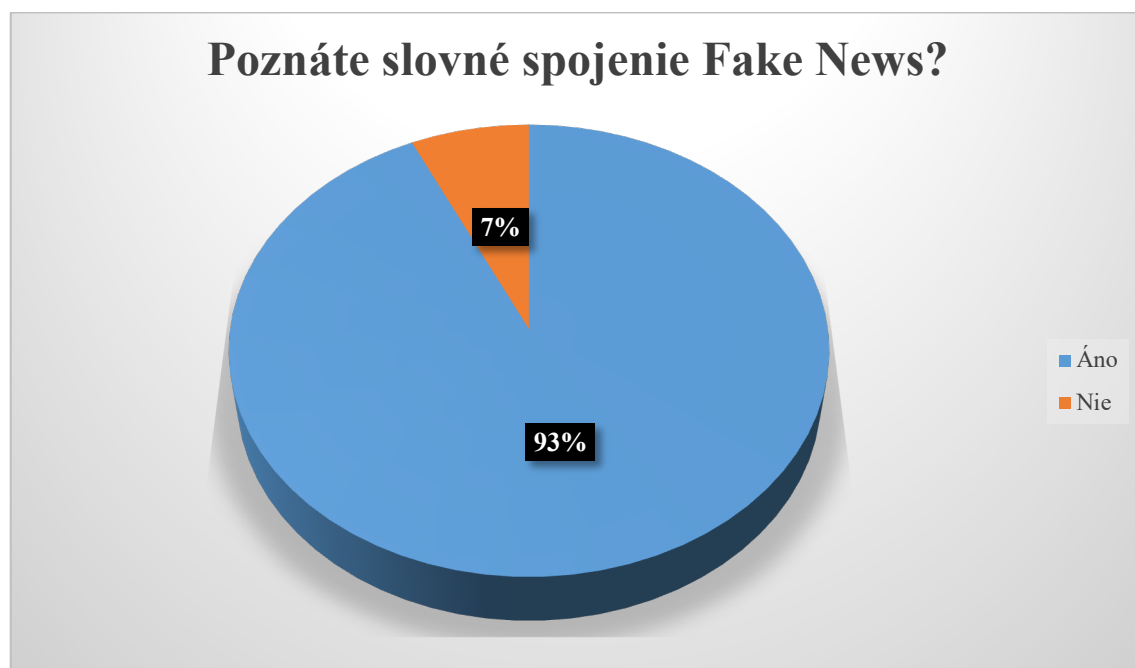
Taktiež sme v rámci dotazníka zisťovali, či oslovení respondenti dokážu identifikovať o aký druh falošných správ sa jedná v konkrétnych prípadoch predložených postulátov, ako aj ktorý druh dennej tlače považujú oslovení respondenti za najdôveryhodnejší.

4 Výsledky práce

Predmetná časť diplomovej práce sa zameria na vyhodnotenie výsledkov prieskumu uskutočneného na vzorke 100 oslovených respondentov vo forme dotazníka.

Vyhodnotenie otázky č. 1

Otázka č. 1: *Poznáte slovné spojenie Fake News?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

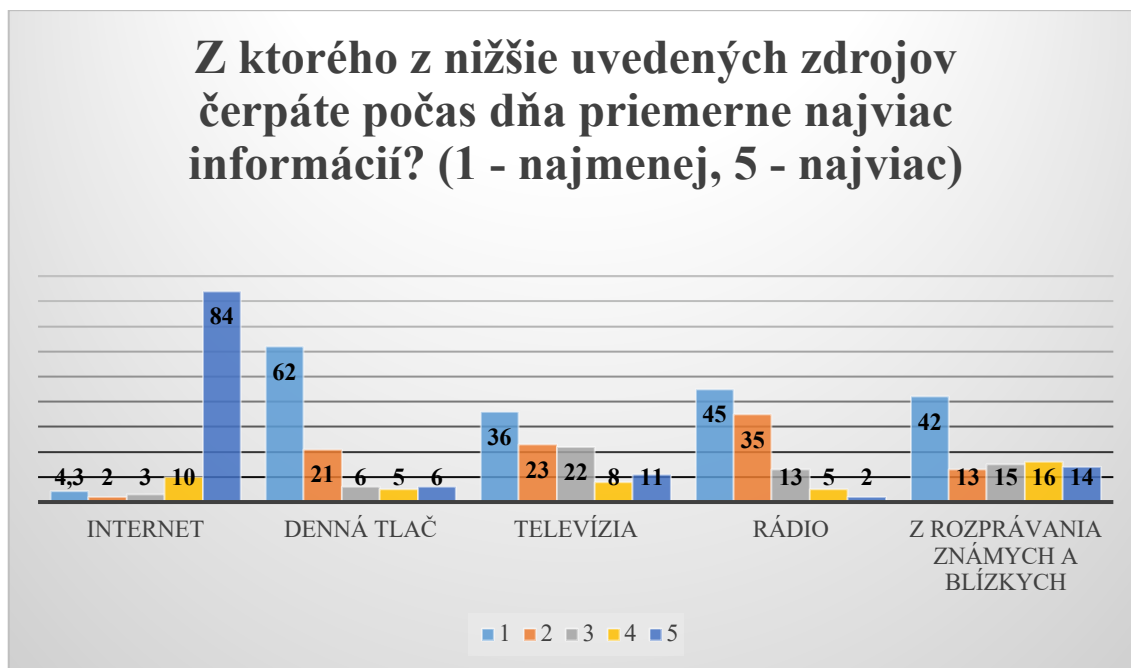
Graf. č. 1 Vyhodnotenie otázky č. 1

Na uvedenú otázku odpovedalo 93 respondentov ÁNO, pričom 7 respondenti odpovedali NIE.

Výsledný pomer jednoznačne preukazuje záver, že oslovení respondenti mali vo všeobecnosti pomerne jasnú predstavu o tom, čo sú to falošné správy. Vzhľadom k tomu, že naša vzorka bola oslovená prostredníctvom sociálnych sietí a odpovedajúci tvorili prevažne vekovú skupinu 18 až 37 rokov, sme predpokladali, že respondenti budú digitálne gramotní a obzvlášť v súčasnej dobe im tento pojem nebude cudzí.

Vyhodnotenie otázky č. 2

Otázka č. 2: Z ktorého z nižšie uvedených zdrojov čerpáte počas dňa priemerne najviac informácií? (1 - najmenej, 5 - najviac)



Zdroj: Vlastné spracovanie

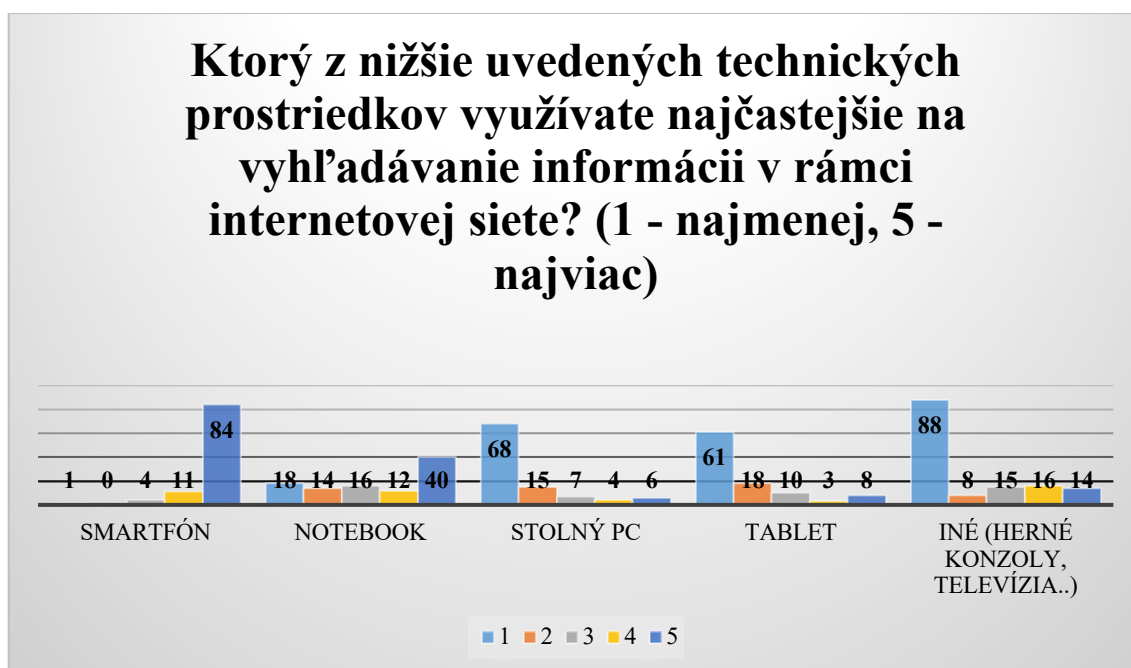
Graf. č. 2 Vyhodnotenie otázky č. 2

Najviac oslovených respondentov čerpá počas dňa informácie jednoznačne z internetovej siete, pričom až 84 z nich vybralo škálu 5, teda že najčastejšie prijímajú informácie na internete. V tejto otázke sme neskúmali z akého prostriedku sa pri prijímaní informácií pripájajú na webovú sieť (táto skutočnosť je predmetom inej dotazníkovej otázky). Ďalším najčastejším zdrojom bola televízia, ktorú ako hlavný zdroj informácií uviedlo 11 respondentov. Populárna odpoveď oslovených tiež bola „z rozprávania známych a blízkych“. Ľudia medzi sebou zdieľajú informácie, ktoré sa k nim denne dostanú a vedú spontánne konverzácie o udalostiach a novinkách zo sveta. Najmenej označovaným zdrojom informácií bola denná tlač (vo fyzickej podobe) ktorú uviedli iba šiesti respondenti a rádio (2). Možno predpokladať, že neoznačovanie týchto prostriedkov má za následok pomerne mladá veková generácia respondentov a fakt, že internet sa stal fenoménom súčasnosti a ostatné informačné zdroje sú čoraz menej využívané.

O vysokej miere využívania moderných informačno-komunikačných technológií svedčí aj skutočnosť, že iba jedna osoba v dotazníku uviedla internet ako zdroj, z ktorého priemerne počas dňa čerpá najmenej informácií.

Vyhodnotenie otázky č. 3

Otázka č. 3: *Ktorý z nižšie uvedených technických prostriedkov využívate najčastejšie na vyhľadávanie informácií v rámci internetovej siete? (1 - najmenej, 5 - najviac)*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 3 Vyhodnotenie otázky č. 3

Predmetnú otázku sme do dotazníka zaradili za účelom konkretizácie prieskumu na internetovú sieť. Z odovzdaných dotazníkov sme sa dozvedeli, že najčastejším prostriedkom pre vyhľadávanie informácií je smartfón, čo nás neprekvapilo. Respondenti hodnotili jednotlivé technické prostriedky na škále od 1 do 5 podľa toho, ako veľmi daný typ technológie využívajú na vyhľadávanie informácií v rámci internetovej siete. Až 84% celkovej vzorky ohodnotilo smartfón škálou 5, teda ho uviedlo ako najviac využívaný prostriedok. Podľa prieskumu uskutočneného v roku 2019 portálom bankmycell.com, priemerný užívateľ smartfónu kontroluje svoj telefón 47 krát denne, t.j. 17155 ročne, 85 % používateľov smartfónov skontroluje svoj telefón pri rozhovore s priateľmi a rodinou

a 80% používateľov smartfónov skontroluje svoj telefón do 1 hodiny po prebudení alebo spánku, z čoho 35 % ľudí vykoná kontrolu do piatich minút.⁴⁷

Ako druhý najpoužívanější prostriedok bol identifikovaný notebook (40%). Ôsmi respondenti uviedli, že najčastejšie vyhľadávajú informácie prostredníctvom tabletu a šiesti respondenti uviedli, že informácie vyhľadávajú pomocou stolného počítača. Najmenej využívaným prostriedkom boli herné konzoly, resp. Smart televízie. Z týchto odpovedí vyplýva, že v dnešnom svete ľudia uprednostňujú predovšetkým notebooky a telefóny a to najmä kvôli ich flexibilita a jednoduchému presunu kamkoľvek. Zariadenia ako tablet alebo stolné počítače sa stávajú pomaly raritou pri bežnom používaní vo voľnom čase.

Vyhodnotenie otázky č. 4

Otázka č. 4: *Ktorú z uvedených internetových platforiem využívate najčastejšie na vyhľadávanie informácií v rámci internetovej siete?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 4 Vyhodnotenie otázky č. 4

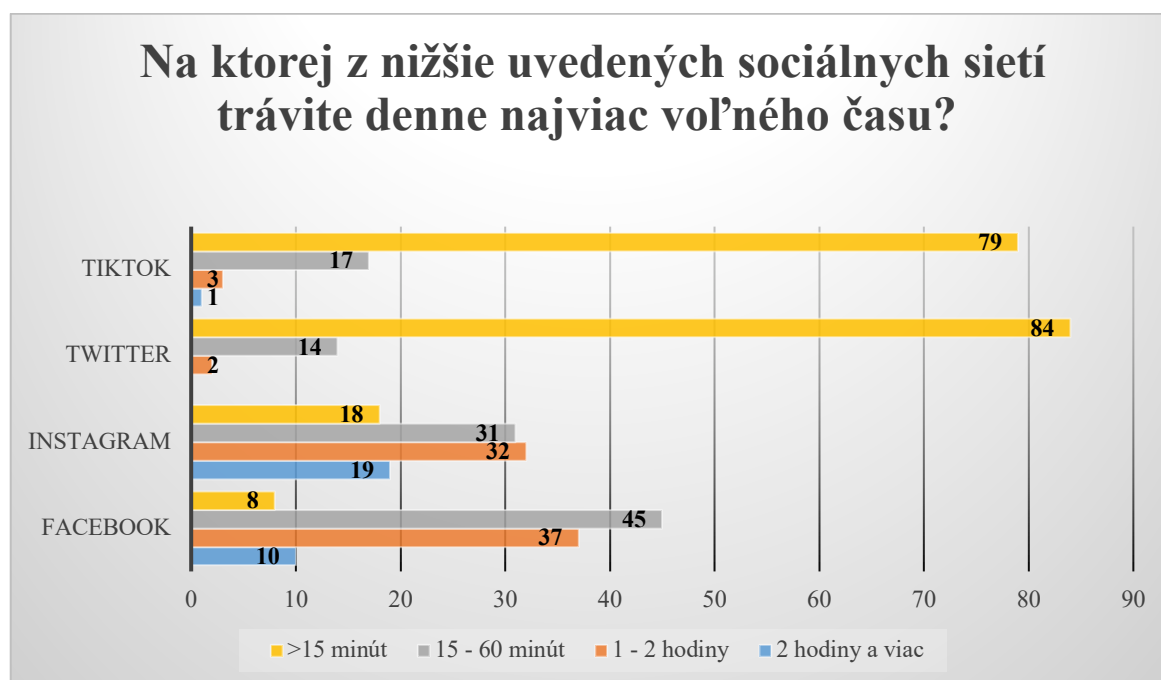
⁴⁷ BORKO, Martin. 2019. *Závislosť na smartfóne: Fakty a štatistiky*. [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné na internete: <https://vosveteit.sk/zavislost-na-smartfone-fakty-a-statistiky/>

Nasledujúca dotazníková otázka mala za cieľ overiť, ktorú internetovú platformu využívajú naši respondenti najčastejšie na vyhľadávanie informácií v rámci internetovej siete. Odpoveď sociálne siete (Facebook, Instagram, Twitter...) uviedlo ako najpoužívanější zdroj prijímania nových informácií až 59 % oslovených. O rozsahu ich používania sme sa v dostatočnej miere vyjadrili už v prvej kapitole tejto diplomovej práce a uvedený „boom“ pokračuje.

Takmer štvrtina (21 %) respondentov odpovedala, že najviac informácií na internetovej sieti čerpajú z online verzie dennej tlače, ktorým bola venovaná aj samostatná otázka v našom prieskume. 18 % (18) respondentov uviedlo, že najviac informácií čerpá z rôznych informačných webov denných aktualít, ktoré ale nemajú svoju tlačенú verziu. Jeden opýtaný sa pomocou vlastnej odpovede vyjadril, že najčastejšie prijíma informácie prostredníctvom vtipných obrázkov, ktoré sa však objavujú taktiež najmä na sociálnych sieťach a nemožno ich považovať za samostatnú platformu.

Vyhodnotenie otázky č. 5

Otázka č. 5: *Na ktorej z nižšie uvedených sociálnych sietí trávite denne najviac voľného času?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 5 Vyhodnotenie otázky č. 5

Nakoľko väčšinu respondentov tvorili osoby mladšie ako 30 rokov, najväčší podiel respondentov trávi svoj voľný čas na sociálnej sieti Instagram, ktorá je najmä medzi mladšou generáciou obľúbenejšia ako Facebook (napriek skutočnosti, že spoločnosť Facebook je materskou spoločnosťou Instagram-u). 32 % vzorky uviedlo, že na Instagrame trávi 1 až 2 hodiny denne a 19 % uviedlo 2 hodiny a viac. 37 % respondentov je v priemere pripojených na Facebooku 1 až 2 hodiny, a 10 % 2 hodiny alebo viac.

Menej používanou sociálnou sieťou sa na základe nášho prieskumu stal TikTok, ktorý využíva len 15 minút denne alebo vôbec až 79 % respondentov. Napriek tomu, že sa z TikToku stáva v posledných rokoch úspešná a populárna sociálna sieť, predpokladáme, že je táto platforma využívaná najmä medzi nepľnoletými, ktorí neboli našou cieľovou skupinou. Ako už graf znázorňuje, najmenej užívanou sociálnou sieťou je Twitter, ktorý má silnú základňu predovšetkým v USA.

Vyhodnotenie otázky č. 6

Otázka č. 6: *V rámci ktorého z nižšie uvedených zdrojov ste zaznamenali najčastejšie šírenie informácií, ktoré sa neskôr ukázali ako nepravdivé? (výber z viaceru možností)*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 6 Vyhodnotenie otázky č. 6

S ohľadom na ciele práce, bolo zámerom autora, aby respondentov nenavádzal na odpovede, a teda im ponúkol na výber všetky druhy informačných prostriedkov spolu s alternatívnou odpoveďou INÉ a požadovanou konkretizáciou.

Z výsledkov vyplýva, že respondenti zaznamenali najväčší výskyt hoaxov na internetovej sieti (94 %, t.j. 94 respondentov). Ako druhý najvyšší zdroj falošných správ sa ukázala televízia, ktorú zaškrtilo 35 (35 %) opýtaných. 25 % oslovenej vzorky uviedlo, že dezinformácie zaznamenávajú aj od svojich blízkych, či známych osôb. Trinásť respondentov (13 %) odpovedali, že najviac falošných správ zaznamenali v dennej tlači, čo však nemusí nutne znamenať, že sa v dennej tlači poplašné správy neobjavujú. Tento nízky percentuálny podiel je z veľkej časti dôsledkom toho, že oslovení respondenti nezvyknú prijímať informácie z tejto alternatívy, ako už ukázal predošlý graf. 4 % respondentov uviedlo ako zdroj rádio.

Vyhodnotenie otázky č. 7

Otázka č. 7: *Na akej sociálnej sieti ste sa doposiaľ stretli s najväčším počtom Hoaxov ?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

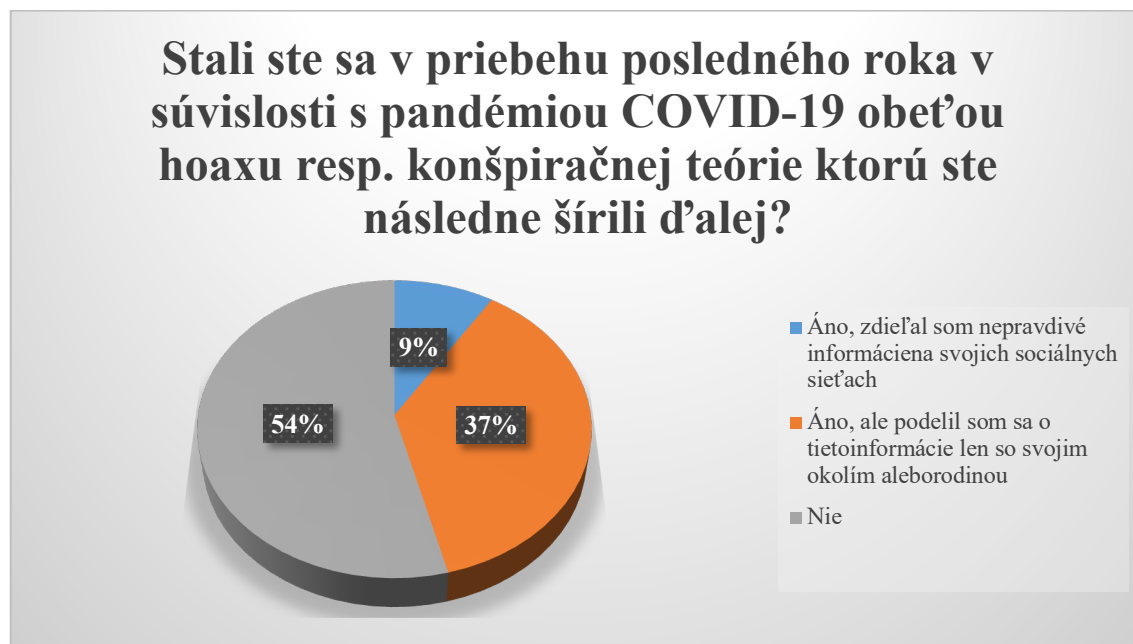
Graf. č. 7 Vyhodnotenie otázky č. 7

V rámci tejto otázky sme z hľadiska objektívnosti ponechali respondentom priestor na kreovanie samostatnej odpovede, na akej konkrétnej sociálnej sieti zaznamenali najvyšší výskyt falošných správ.

Najviac respondentov uviedlo, že týmto zdrojom je sociálna sieť Facebook (70 respondentov) a na druhej priečke sa nachádza sociálna sieť Instagram (24 respondentov). Šiesti označili za primárny zdroj hoaxov Twitter a TikTok neuviedol nikto. Uvedená skutočnosť potvrdzuje, že najviac dezinformácii sa šíri na nedostatočne regulovaných sociálnych sieťach Facebook a Instagram. Nič iné sme ani nepredpokladali, nakoľko na týchto sociálnych sieťach registrujeme najväčší počet užívateľov a ani naši respondenti neboli výnimkami.

Vyhodnotenie otázky č. 8

Otázka č. 8: *Stali ste sa v priebehu posledného roka v súvislosti s pandémiou COVID-19 obeťou hoaxu resp. konšpiračnej teórie ktorú ste následne šírili ďalej?*



Zdroj: *Vlastné spracovanie*

Graf. č. 8 Vyhodnotenie otázky č. 8

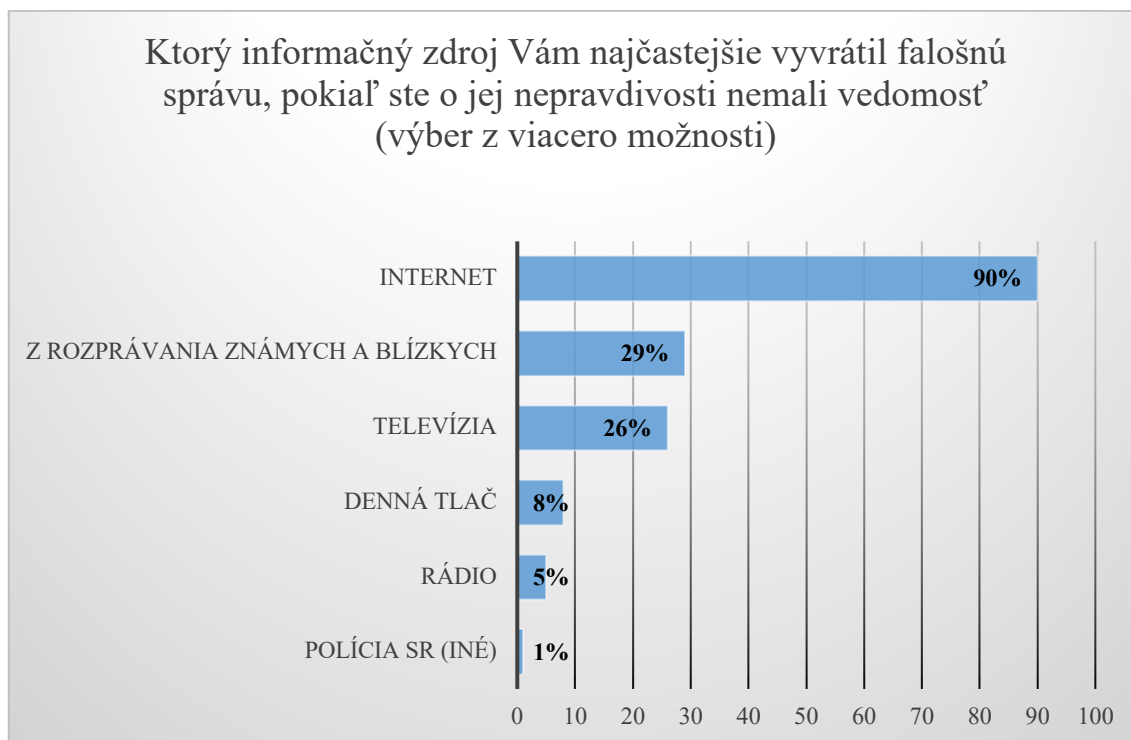
V súvislosti s pandémiou COVID-19 sa na internete v priebehu posledného roka začalo šíriť ďaleko viac konšpiračných teórií, poplašných správ a satiry ako v minulosti. Predovšetkým na sociálnych sieťach nastal takzvaný ošiaľ, kde sa užívatelia začali deliť na dva tábory a mnoho z nich šíriло a podporovalo na svojich profiloch rôzne konšpirácie a hoaxy, ktoré vznikali z nevedomosti, za politickými účelmi alebo za účelom zarobiť.

Respondentom preto bola položená otázka, či podobným falošným správam v priebehu tohto obdobia podľahli a ak áno, či ich následne šírili ďalej. 54 % prieskumnej vzorky odpovedalo, že takému typu Hoaxov nikdy nepodľahli a teda ich ani nešírili do svojho okolia. Odpoveď, že konšpiráciám na tému COVID-19 podľahli a následne sa o tieto dezinformácie podelili so svojim okolím alebo rodinou, zaznamenalo 37 respondentov (37 %).

Z toho vyplýva, že viac ako tretina respondentov podľahla falošným správam za posledný rok, čo možno považovať za celkom znepokojujúci výsledok. Táto štatistika nás utvrdzuje v skutočnosti, že pandemická situácia na Slovensku výrazne pomohla tvorcom a šíriteľom poplašných správ prostredníctvom modernej technológie. Zvyšných deväť respondentov ako svoju odpoveď uviedlo, že hoaxy, ktorým podľahli, navyše zdieľali na svojich sociálnych sieťach.

Vyhodnotenie otázky č. 9

Otázka č. 9: Ktorý informačný zdroj Vám najčastejšie vyvrátil falošnú správu, pokiaľ ste o jej nepravdivosti nemali vedomosť (výber z viacerých možností)



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 9 Vyhodnotenie otázky č. 9

Z odpovedí respondentov na otázky č. 6 a č. 7 sme prišli na to, z akého zdroja a akej konkrétnej sociálnej siete zaznamenávajú najväčší počet hoaxov. Graf č. 9 znázorňuje, ktorým informačným zdrojom si overujú pravdivosť informácií. 90 % oslovených odpovedalo jednoznačne internet. Ako druhý zdroj uviedli z rozprávania od známych a blízkych (29 %, t.j. 29 respondentov), televíziu uviedlo 26 respondentov (26 %), dennú tlač 8 respondentov (8 %) a päť ľudí zaškrtnulo rádio ako zdroj vyvrátenia falošných správ. Jeden respondent taktiež využil možnosť vlastnej odpovede, kde uviedol „Polícia SR“, ktorá reguluje hoaxy a podvody na sociálnych sieťach Instagram a Facebook.

Vyhodnotenie otázky č. 10

Otázka č. 8: *Konfrontovali ste niekedy autora článku, resp. príspevku, ktorý sa ukázal ako nepravdivý, resp. zavádzajúci, so svojimi zisteniami o jeho nepravdivosti?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 10 Vyhodnotenie otázky č. 10

Z uvedeného grafu je zrejmé, že najviac respondentov (67 %, t.j. 67 respondentov) uviedlo, že nikdy nekonfrontovalo autora príspevku, resp. článku, ktorý sa ukázal ako nepravdivý so svojimi zisteniami týkajúcimi sa nepravdivosti tohto príspevku/článku. Uvedená skutočnosť je zarážajúca a svedčí o všeobecnej pasivite prieskumnej vzorky, nakoľko k pravidelnej priamej konfrontácii sa priznali len štyria respondenti (4 %). Taktiež, 29 oslovených uviedlo, že autora nepravdivej informácii konfrontujú niekedy. Myslíme si, že konfrontácia resp. nahlásenie nepravdivého alebo zavádzajúceho obsahu je nesmierne dôležité, aby sa články takéhoto charakteru regulovali a eliminovali v čo najväčšom možnom rozsahu.

Vyhodnotenie otázky č. 11

Otázka č. 11: *Zvyknete informovať členov svojej domácnosti, resp. Vašich známych o tom, že ste zaznamenali šírenie konkrétnej fake news?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 11 Vyhodnotenie otázky č. 11

Dotazníkom bolo zistené, že až 37 % oslovených respondentov po zistení falošných správ iniciatívne neupozorní na daný hoax ani ľudí zo svojho okolia. 46 respondentov odpovedalo, že tak robí občas a iba sedemnásti respondenti odpovedali, že pravidelne, a to aj bez predchádzajúceho prvotného kontaktovania zo strany konkrétnej osoby, ktorú vystríhajú pred určitou *falošnou správou*.

Rovnako ako pri predchádzajúcej otázke, považujeme za dôležité poukázať na hoax resp. konšpiračnú teóriu, pokiaľ poznáme pravdivosť danej informácie. Ak by sa užívatelia medzi sebou na sociálnych sieťach častejšie informovali a upozorňovali na Hoaxy, internet by bol bezpochyby bezpečnejším miestom.

Vyhodnotenie otázky č. 12

Otázka č. 12: *Ktorý z nižšie uvedených článkov považujete za Hoax?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf. č. 12 Vyhodnotenie otázky č. 12

Medzi primárne ciele prieskumu patrí overenie znalostí respondentov v súvislosti s falošnými správami. V nasledujúcej otázke sme zisťovali gramotnosť našej vzorky v rámci riešenej témy Hoax. Vybrali sme štyri aktuálne titulky článkov, ktoré posledné dni kolujú na internete. Respondenti mali za úlohu rozoznať falošnú správu od zvyšných troch pravdivých informácií.

Z predloženého grafu je zrejmé, že opýtaná vzorka mala dobrý prehľad resp. tušenie, a vďaka tomu sa až 89 respondentom (89 %) podarilo odhaliť dezinformáciu, ktorá zaváňa propagandou.

Vyhodnotenie otázky č. 13

Otázka č. 13: *Za aký typ fake news považujete článok s titulkom: "Mazurek zverejnil zábery z incidentu v Levoči, ktoré vám médiá nikdy neukážu. Polícia sa správala k ĽSNS neadekvátne" ?*



Zdroj: *Vlastné spracovanie*

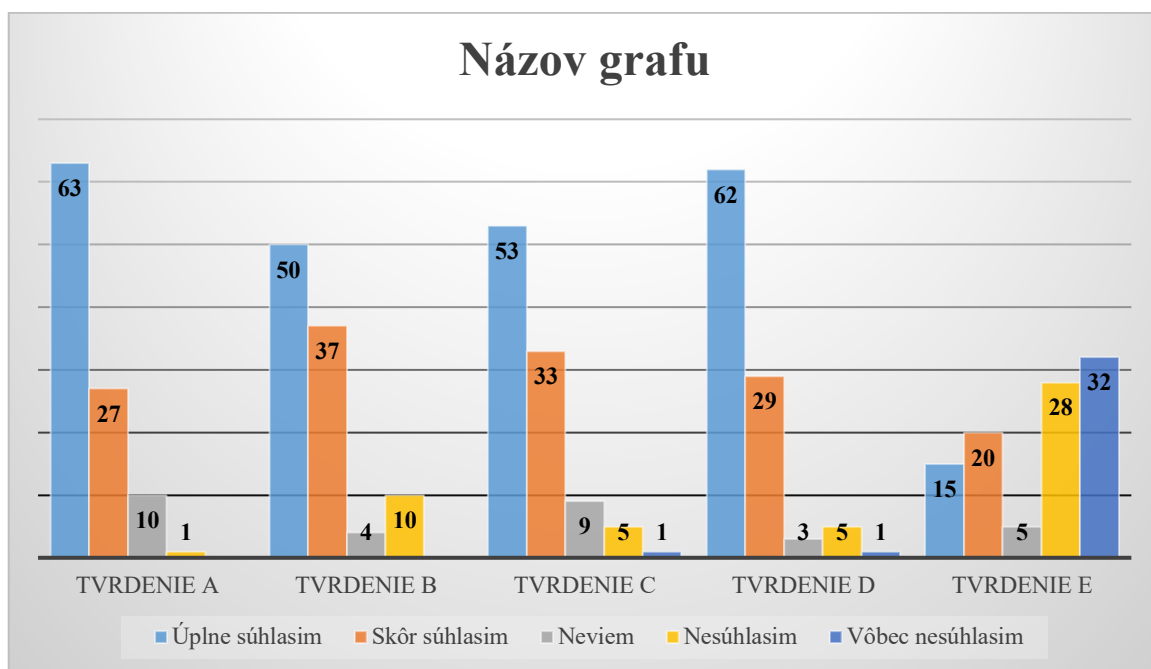
Graf č. 13 Vyhodnotenie otázky č. 13

Podobne ako pri otázke č. 12 aj v tomto prípade táto časť dotazníka overuje znalosti a gramotnosť vybranej prieskumnej vzorky. Článok s titulkom *"Mazurek zverejnil zábery z incidentu v Levoči, ktoré vám médiá nikdy neukážu. Polícia sa správala k ĽSNS neadekvátne"* pred časom uverejnil online denník s názvom *magazin1.sk*. Táto dezinformácia bola medzi istou skupinou ľudí populárna a vo veľkej miere zdieľaná na sociálnych sieťach.

Názory respondentov sa líšili, avšak presne polovica respondentov (50%) odpovedala správne, teda článok s takýmto titulkom prezentuje najmä propagandu. 29 % opýtaných uviedlo, že ide o clickbait (návnada, zavádzajúci nadpis aby čitateľ otvoril článok) a 19 % uviedlo, že ide o poplašnú správu. Dvaja respondenti uviedli, že ide o satiru.

Vyhodnotenie otázky č. 14

Otázka č. 14: *Ako veľmi sa stotožňujete s uvedenými tvrdeniami?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 14 Vyhodnotenie otázky č. 14

a) Pojem "falošná správa" je synonymum k pojmu hoax

S uvedeným postulátom úplne súhlasilo 24 % respondentov, rovných 50 % respondentov uviedlo, že s postulátom úplne nesúhlasí, 12 % uviedlo, že čiastočne súhlasí a 14 % odpovedalo, že čiastočne nesúhlasí.

b) Hoaxy sa z veľkej časti tvoria za účelom dosiahnutia zisku alebo popularity.

S uvedeným postulátom úplne súhlasilo 15 % respondentov, pričom 32 % respondentov uviedlo, že s postulátom úplne nesúhlasí, 21 % uviedlo, že čiastočne súhlasí a 32 % respondentov vyjadrilo čiastočný nesúhlas.

c) Politické hoaxy pomáhajú konkrétnym politickým stranám, prípadne sa pomocou falošných informácií odkloní pozornosť z iných problémov

S predmetným postulátom úplne súhlasilo 51 % respondentov, pričom 14 % respondentov uviedlo, že s postulátom úplne nesúhlasí, 17 % uviedlo, že čiastočne súhlasí a 18 % respondentov vyjadrilo čiastočný nesúhlas.

- d) V čase COVID-19 sa začalo na internete objavovať omnoho viac poplašných správ ako v minulosti

S uvedeným tvrdením vyslovilo úplný súhlas 72 % respondentov, pričom žiadny z respondentov neuviedol, že s postulátom úplne nesúhlasí a 28 % respondentov vyjadrilo svoj čiastočný súhlas.

- e) Šírenie falošných by sa malo považovať za trestný čin

S uvedeným tvrdením vyslovilo úplný súhlas 32 % respondentov, pričom 21 % respondentov uviedlo, že s postulátom úplne nesúhlasí, 20 % uviedlo, že čiastočne súhlasí a 17% respondentov vyjadrilo čiastočný nesúhlas.

Vyhodnotenie otázky č. 15

Otázka č. 15: *Ktorý z uvedených denníkov považujete za najdôveryhodnejší možný zdroj?*



Zdroj: Vlastné spracovanie

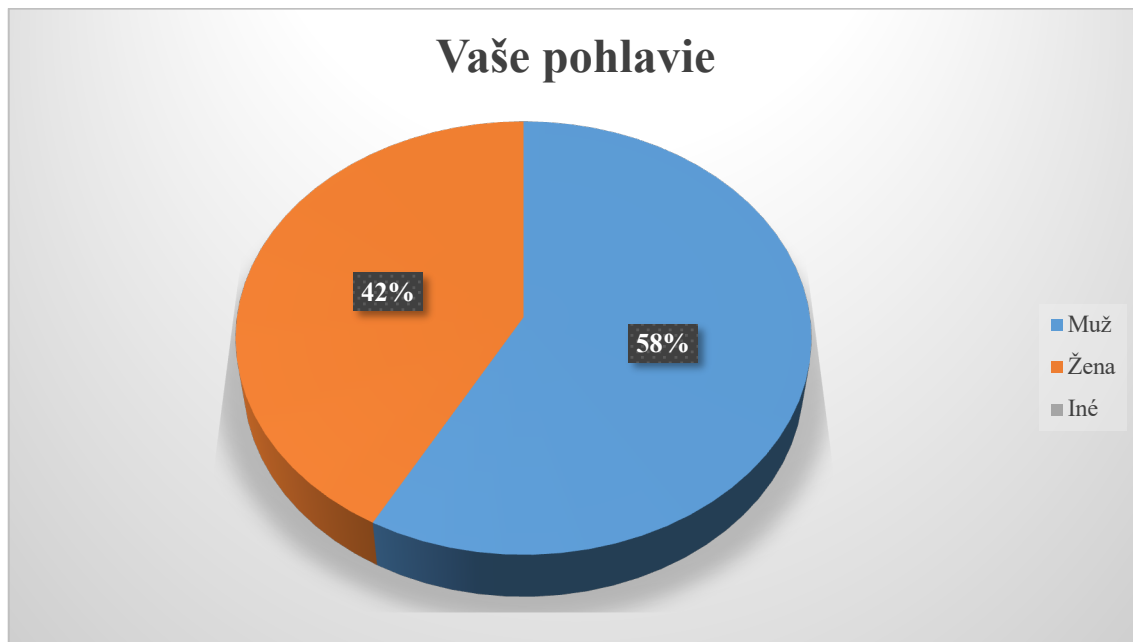
Graf č. 15 Vyhodnotenie otázky č. 15

Prieskum odhalil, ktoré denníky považujú respondenti za tie najdôveryhodnejšie a teda veria, že výskyt falošných správ bude na danom zdroji nepravdepodobný. Možnosti na túto otázku tvorili najpopulárnejšie slovenské denníky ktoré ponúkajú aj platený obsah. 34 respondentov (34 %) považuje za najdôveryhodnejší denník SME, 26 % vzorky hlasovalo za Aktuality a tretím najpopulárnejším sa stal Denník N.

Vo všeobecnosti je dobrým spôsobom, ako nepodľahnúť falošným správam na internete čítať platený obsah žurnalistiky a overovať si fakty. Konkrétne Denníky SME a Denník N, ktoré patria medzi respondentmi za najdôveryhodnejšie, tvoria na svojich portáloch obsah, v ktorom upozorňujú na hoaxy a odhaľujú ich. 9 respondentov odpovedalo Refresher, šiesty trend a HNonline uviedli tri percentá vzorky.

Vyhodnotenie otázky č. 16

Otázka č. 16: *Vaše pohlavie*



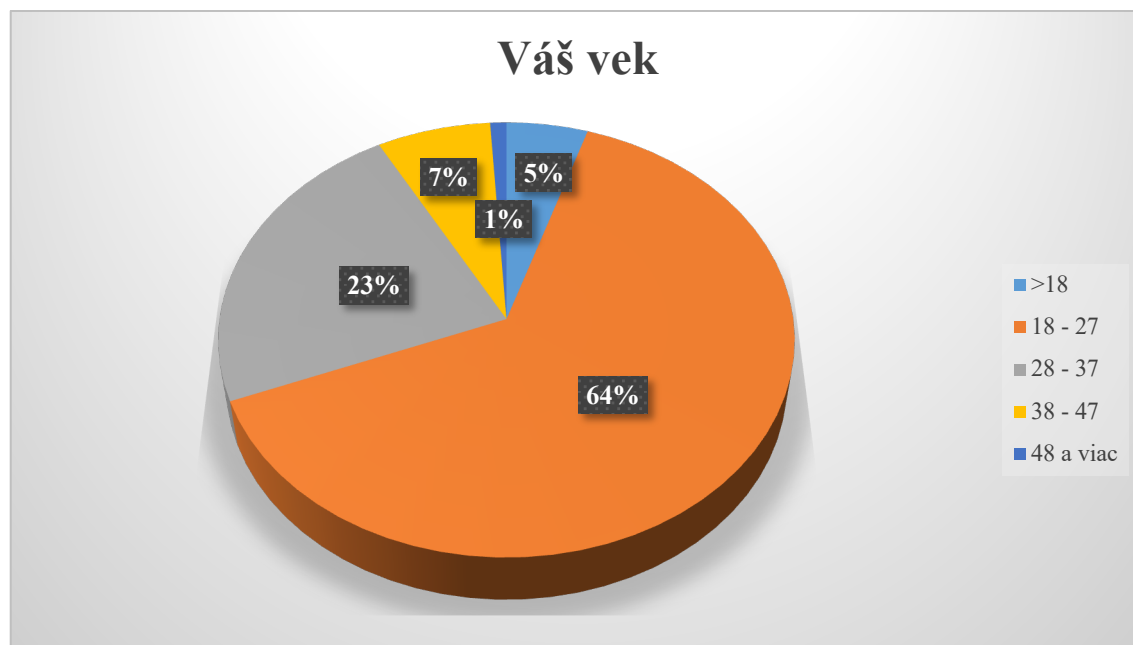
Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 16 Vyhodnotenie otázky č. 16

Aj napriek skutočnosti, že pri vypracúvaní dotazníkových otázok a hodnotení prieskumu, pohlavie oslovených respondentov nebolo smerodajným, pre zabezpečenie objektívnosti poskytnutých informácií týkajúcich sa realizácie prieskumu, uvádzame, že prieskumu sa zúčastnilo 42 % žien a 58 % mužov z celej vzorky oslovených respondentov.

Vyhodnotenie otázky č. 17

Otázka č. 17: *Váš vek*



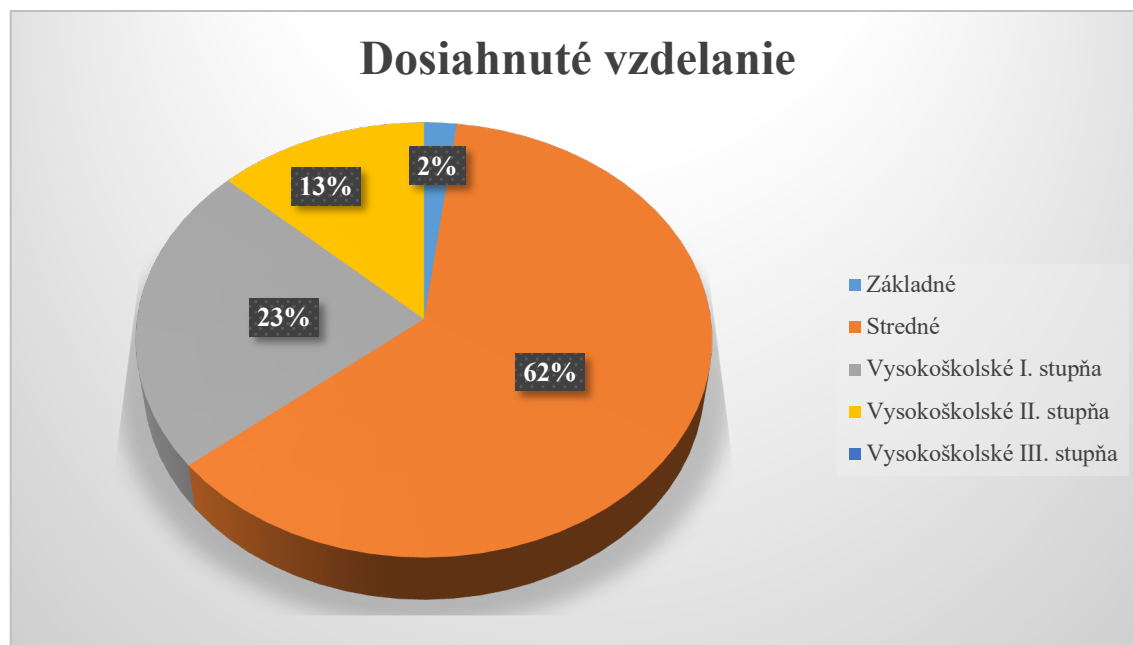
Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 17 Vyhodnotenie otázky č. 17

Aj napriek skutočnosti, že pri vypracúvaní dotazníkových otázok a hodnotení prieskumu, vek oslovených respondentov nebolo smerodajným, pre zabezpečenie objektívnosti poskytnutých informácií týkajúcich sa realizácie prieskumu, uvádzame, že prieskumu sa zúčastnilo 64 % respondentov vo veku od 18 do 27 rokov, čo je spôsobené vekom autora práce, nakoľko ten primárne oslovoval svojich najbližších známych, ktorí pochádzajú práve z tejto vekovej skupiny. 23 % skupinu tvorili respondenti vo vekovej kategórii od 28 do 37 rokov, vo veku 38 až 47 rokov sa prieskumu zúčastnilo 7 % oslovených respondentov. 5 % respondentov bolo vo veku do 18 rokov a 1 respondent bol starší ako 48 rokov.

Vyhodnotenie otázky č. 18

Otázka č. 18: *Dosiahnuté vzdelanie*



Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 18 Vyhodnotenie otázky č. 18

Pri vypracúvaní dotazníkových otázok a hodnotení prieskumu, dosiahnuté vzdelanie oslovených respondentov nebolo smerodajným, pre zabezpečenie objektívnosti poskytnutých informácií týkajúcich sa realizácie prieskumu, uvádzame, že 62 % zúčastnených respondentov dosiahlo v čase prieskumu stredoškolské vzdelanie, 23 % dosiahlo vysokoškolské vzdelanie I. stupňa a 13 % respondentov dosiahlo vysokoškolské vzdelanie II. stupňa.

5 Diskusia

Hrozba dezinformácií a falošných správ je jednou z tzv. hybridných hrozieb. Každá krajina má svoj vlastný právny a organizačný systém na účely riadenia a riešenie problémov falošných správ.

Určitú nadštátnu kontrolu a riadenie zabezpečujú orgány a legislatíva Európskej únie, Európska komisia, Európsky súd pre ľudské práva vo vzťahu k slobode prejavu, práva na informácie a pod. Problém šírenia hoaxov priťahuje pozornosť stále väčšieho množstva odborníkov a inštitúcií na rôznych úrovniach.

V apríli 2018 Európska komisia predložila návrh opatrení zameraných na boj proti šíreniu dezinformácií na Internete vrátane kódexu zásad tohto boja, platného pre celú Európsku úniu. Opatrenia by mali zohľadniť podporu nezávislej siete subjektov, ktoré overujú faktickú správnosť informácií a tiež radu akcií, ktoré by sa zameriavali na rozvoj kvalitnej žurnalistiky a mediálnej gramotnosti. Jednou z priorít kódexu je podpora členských krajín pri zabezpečení odolnosti volebných procesov proti kybernetickým hrozbám, dezinformáciám na internete a kybernetickým útokom.

Prax v oblasti boja proti šíreniu dezinformácií v EÚ nie je nová. Už v roku 2015 bola na základe rozhodnutia Európskej rady vytvorená Skupina East Strat Com, ktorá je primárne zameraná na "spochybnenie prebiehajúcej dezinformačnej kampane Ruska". Dnes aktivity skupiny slúžia na vonkajšiu komunikáciu politiky EÚ voči východným krajinám a zvyšovanie povedomia o ruských dezinformačných aktivitách. V Českej republike pôsobí na účely ochrany pred informačnými útokmi a čeleniu hybridným hrozbám Európske centrum proti hybridným hrozbám (angl: The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats). Táto organizácia sídli v Helsinkách a plní strategickú funkciu. Zameriava sa na poradenstvo ľuďom v krajinách EÚ, ako správne čeliť dezinformáciám a falošným správam. Organizácia napríklad vykonáva školenia pre úradníkov, či testuje nápady európskych vlád na boj proti dezinformáciám a hoaxov a pod.

Na účely boja s hoaxmi Európska komisia zriadila skupinu na vysokej úrovni (High Level Group), ktorá má poskytovať poradenstvo v oblasti politických iniciatív,

ktoré majú čeliť šíreniu falošných správ a šíreniu dezinformácií v online prostredí. Európska komisia sa domnieva, že problematika boja proti falošným správam vyžaduje komplexný prístup, ktorý rieši problémy v oblasti modernej žurnalistiky, úlohy a zodpovednosť užívateľov sociálnych médií pri šírení dezinformácií, a tiež v oblasti vyváženia základných zásad, ako je sloboda prejavu, pluralita médií a právo občanov na rôzne a spoľahlivé informácie.

Slovenská republika v aktivitách súvisiacich so strategickou komunikáciou zaostáva. Už v roku 2017 bola Slovenská republika druhou najzraniteľnejšou krajinou v regióne voči zahraničným podvratným vplyvom s celkovým skóre 51 zo 100. V tom istom roku Slováci vyjadrovali najmenšiu podporu NATO a úroveň ich protiamerických nálad bola najvyššia v regióne, pričom uvedené štatistiky sú živnou pôdou pre hlbšiu eróziu prozápadnej orientácie Slovenska a pre politické sily pokúšajúce sa profitovať z týchto postojov a emócií. Na nízku odolnosť voči dezinformáciám SR v porovnaní s krajinami v stredoeurópskom regióne poukazuje aj správa Odolnosť voči dezinformáciám v strednej a východnej Európe, podľa ktorej sa SR v porovnaní so 14 skúmanými krajinami ocitla na 10. mieste v náchylnosti populácie a byť vystavený médiám podporovaných Ruskom; na 13. mieste, čiže druhom najhoršom, v kvalite realizácie systémových riešení a na 10. mieste v zraniteľnosti v oblasti digitálnych hrozieb.⁴⁸

Komunikačný program #MYSMEEÚ vytvára priestor pre celospoločenskú diskusiu o tom, aké má byť postavenie SR v EÚ a aká je budúcnosť EÚ vo svetle výziev, ktorým dnes čelí. #MYSMEEÚ je séria diskusií na slovenských univerzitách, ktorých sa okrem študentov zúčastňujú zástupcovia politických strán, mimovládnych organizácií, médií a podnikateľskej sféry. Jej súčasťou sú aktivity zamerané na budovanie povedomia študentov a pedagógov o EÚ a NATO, budovanie odolnosti voči dezinformáciám a posilňovanie schopnosti študentov myslieť kriticky. V rámci komunikačných aktivít o NATO sa Slovensko ako jedna z 5 pilotných krajín zapojilo do programu #WeAreNATO (My sme NATO). Jeho úlohou je vysvetľovať verejnosti význam NATO pre bezpečnosť SR a informovať najmä mladšie generácie, ktoré nemali bezprostrednú skúsenosť s politickou realitou a okolnosťami pred rokom 1989, o hodnotách, úlohách, prioritách a

⁴⁸ KLINGOVÁ, K. – KUPKOVÁ, I. – MILO, D. – MIŠÍK, M. – PIŠKO, M. – SIVÁK, J. HROZBY NA SLOVENSKU. Analýza legislatívy, štruktúr a procesov v šiestich tematických oblastiach. Bratislava: GLOBSEC, 2019. Online publikácia.

fungovaní NATO. Pri strategickej komunikácii MZVEZ SR využíva sociálne siete – hlavne Facebook, ale aj osobný kontakt s verejnosťou.

Čo sa týka súkromných iniciatív, v uplynulom období vznikol v SR chatbot Checkbot pre Facebook Messenger, ktorý dokáže celkom účinne odhaľovať rôzne falošné správy v rámci internetovej siete. Tento účinný nástroj na zabránenie šíreniu dezinformácií je dostupný na webovej stránke: <https://www.checkbot.sk/>.

Taktiež, v tomto smere uskutočňuje osvetu aj Policajný zbor SR, ktorý v aplikácii Facebook spravuje komunitu s názvom *Hoaxy a podvody - Polícia SR*. Jedná sa špecializovanú oficiálnu stránku Policajného zboru SR na boj proti hoaxom a podvodom v online priestore, ktorú ku dňu odovzdania tejto práce sledovalo 107 390 používateľov Facebooku a ďalší 98 372 používatelia označili, že sa im táto stránka páči. Na dennej báze sú uverejňované články slúžiace na vyvrátenie aktuálnych hoaxov šíriacich sa internetovým priestorom.

Z uskutočneného prieskumu vyplýva, že slovné spojenie falošné správy, ako aj jeho význam bol známy drvivej väčšine respondentov, pričom z prieskumu taktiež vyplýva, že najčastejšie sa hoaxy objavujú na sociálnych sieťach Facebook a Instagram. Ako hlavný zdroj vyvrátenia prijatých dezinformácií, oslovení respondenti považovali rôzne internetové spravodajské portály. Za problém však považujeme skutočnosť, že väčšina respondentov neprejavila aktívny odpor proti šíreniu falošným správam, a to ani v rámci svojej rodiny a známych. Veta: zmena začína od jednotlivca by nemala byť iba frázou, a to obzvlášť v súboji medzi pravdou a lžou.

V tomto smere vidíme nezastupiteľnú úlohu vzdelávacích inštitúcií, predovšetkým stredných škôl, pričom v rámci hodinovej dotácie na predmet náuka o spoločnosti by v osnovách mala byť venovaná dostatočná pozornosť uvedenej problematike. Potenciálne s výhľadom do 10 rokov je možné uvažovať o samostatnom vyučovanom predmete kritického myslenia.

Záver

Diplomová práca sa tematicky venovala fenoménu falošných správ, ako fenoménu, ktorý je starý ako samotné civilizácie, avšak práve moderná doba s nástupom internetu a sociálnych sietí, umožňuje ľahšie a tiež rýchlejšie šírenie hoaxov, než tomu bolo kedykoľvek predtým. Pôvodcovia správ dezinformačného charakteru neustále vymýšľajú nové a efektívne stratégie, ako ovplyvniť určitých príjemcov správ alebo dokonca verejnú mienku. Opačná strana naopak zase hľadá spôsoby, ako dezinformátorom v internetovom priestore efektívne čeliť.

V rámci tohto fenoménu bola spracovaná záverečná práca, ktorá bola rozdelená do dvoch základných častí. Prvá časť je teoretická, v rámci ktorej bol predstavený pojem falošné správy, ako aj sociálne siete ako kľúčový prvok efektivity šírenia falošných správ. Sociálne siete predstavujú virtuálne prostredie, v rámci ktorého si internetoví užívatelia vytvárajú alternatívnu online identitu, kde sa mažu hranice fyzického sveta a štandardných sociálnych odstupov.

Kľúčovou časťou diplomovej práce je jej praktická časť – realizovaný prieskum. Sme toho názoru, že cieľ práce sa nám podarilo naplniť. Pri získavaní informácií v rámci realizovaného prieskumu sme využili metódu dotazníka. Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 100 osôb, pričom dotazník bol osobám zasielaný prostredníctvom aplikácii messenger a instagram vo fomáte Google docs s položenými otázkami, pričom pod každou otázkou v závislosti od druhu otvorenosti otázky boli uvedené možnosti odpovede s vyznačeným políčkom pre zakreslenie jednej alebo viacerých odpovedí, resp. ponechané miesto na vyčerpávajúcu slovnú odpoveď pod možnosťou „iné“.

Podarilo sa nám zistiť stav oboznámenia prieskumnej vzorky s pojmom falošné správy, ako aj identifikovať hlavné zdroje, z ktorých prieskumná vzorka zaznamenáva šírenie hoaxov. Taktiež sme dospeli k poznatku, že prieskumná vzorka iniciatívne proti šíreniu falošných správ nevystupuje, čo považujeme za vážny problém.

Čo sa týka zvolenej metodiky, základným východiskovým bodom pre rozpracovanie témy tejto diplomovej práce bol predovšetkým rozbor aktuálneho stavu

teoretických vedomostí. Pri tomto rozbere je uplatnená v najväčšom rozsahu podrobná analýza. Vymedzenie základných teoreticko-právnych pojmov sa však nezaobíde bez hojného využitia popisnej metódy, pomocou ktorej dochádza k analýze stavu riešenia predmetnej problematiky. Taktiež je na viacerých miestach prítomná historická metóda, a to v prípadoch opisu historického vývoja. Každou časťou diplomovej práce sa taktiež prelína hodnotiaci metóda. Hlavnou metódou výskumu je metóda analyticko-syntetická.

Použitá literatura

Knižné zdroje

- BÁRÁNY, E. *Moc a právo*. Bratislava: VEDA, 1997. 246 s. ISBN 80-224-0482-9.
- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-7385-8.
- BRUCKNER, Tomáš a kol. *Tvorba informačních systémů*. Praha: Grada Publishing a.s., 2012. 357 s. ISBN 978-80-247-4153-6.
- BUCKINGHAM, D. *Media Education; Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press, 2013. 232 s. ISBN 978-0-745-65941-1.
- BUCKLAND, Michael. Information as Thing. *Journal of the American Society of information Science*. In *Journal of the American Society for information science*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 1991, roč. 42, č. 5. ISSN 2330-1635. s. 352.
- DAVIS, H.A. (ed.) *História*. Bratislava: Ikar, 2009. 612 s. ISBN 978-80-551-2001-0.
- GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výskumu*. 4. vydanie. Bratislava: Univerzita Komenského, 1999. 236 s. ISBN 978-80-223-2391-1.
- JIRÁK, J. – MIČIENKA, M. a kol. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. 295 s. ISBN 80-7367-315-4.
- KLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN 978-80-717-9409-7. s. 380.
- KYSELA, J. – ONDŘEJEK, P. a kol. *Kolos na hliněných nohou?* Praha: Leges, 2016. 320 s. ISBN 978-80-7502-149-6.
- NAUMANN, F. *Dějiny informatiky*. Praha: Academia, 2009. 424 s. ISBN 97-8802-0017-30-7.
- SILVERBLATT, A. – VOLEK, J. *Media literacy. How understand media*. New York, London: Digital International Media Literacy eBooks, KOBO Rakuten, 2016. 255 s. ISBN 0-275-96727-1.
- TUREK, I. *Učitel' a pedagogický výskum*. Bratislava : Metodické centrum mesta Bratislavy, 1996. 137 s. ISBN 80-7164-173-1.
- VOSOUGHI, S. – ROY, D. – ARAL, S., 2018. *The spread of true and false news online*. Dostupné na: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559> [online]

Online a elektronické zdroje

Digitálne média. [online]. [cit. 2021-03-10] Dostupné na internete: <https://kvvnovamedia.files.wordpress.com/2018/11/digitc3a1lnc3ad-mc3a9dia-a-digitc3a1lnc3ad-umc49bnc3ad.pdf>

Európska komisia. 2018. *Action Plan on disinformation.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en

Európska komisia. 2021. *Code of Practice on Disinformation.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

Európska komisia. *Regionálna politika* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/

Európska komisia. *Stop šíreniu dezinformácií na internete.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/slovakia/news/stop_sireniu_dezinformacii_na_internete_6_sposobov_ako_mozete_pomoc_sk

HOAX.SK. 2017. *Čo je to hoax?* [online]. [cit. 2021-03-27] Dostupné na internete: <https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>

MARWICK, A. – LEWIS, R., 2016. *Media Manipulation and Disinformation.* [online]. [cit. 2021-03-16] Dostupné na internete: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf.

MUSEUMOFHOAXES.COM. (s.a). *The Donation of Constantine.* [online]. [cit. 2021-03-23]. Dostupné na internete: http://www.museumofhoaxes.com/hoax/archive/permalink/the_donation_of_constantine

OMEDIACH.COM. 2016. *Milan Lasica k hoaxom.* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <https://www.omediach.com/hoaxy/8429-milan-lasica-k-hoaxom-je-to-isty-druh-medialneho-terorizmu>

PDF.TRUNI.SK. 2018. *Význam a obsah pojmu IKT.* [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné na internete: <https://pdf.truni.sk/e-ucebnice/iktv/data/981187c6-714f-4f65-a1f9-5eb21009e811.html?ownapi=1>

- PODHRADSKÝ, Jakub. 2020. *Aký bol rok 2020 pre najpopulárnejšie sociálne siete?*. [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné na internete: <https://blog.mindshare.sk/2020/12/18/socialne-media/aky-bol-rok-2020-pre-najpopulárnejšie-socialne-siete/>
- POSTBELLUM.SK 2020. *Tretina mladých tvrdí, že sa v škole nedostatočne venovali udalostiam 2. svetovej vojny na Slovensku. Mnohí nepoznajú fakty a veria konšpiračným teóriám.* [online]. [cit. 2021-03-29]. Dostupné na internete: <https://www.postbellum.sk/2020/11/tretina-mladych-tvrdi-ze-sa-v-skole-nedostatočne-venovali-udalostiam-2-svetovej-vojny-na-slovensku-mnohi-nepoznaju-fakty-a-veria-konspiracnym-teoriam/>
- RM.COE.INT. 2017. *Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- SEAS.UPENN.EDU. *Celebrating Penn Engineering History: ENIAC.* [online]. [cit. 2021-03-29] Dostupné na internet: <https://www.seas.upenn.edu/about/history-heritage/eniac/>
- SILVERMAIN, Craig. 2016. *The Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed.* [online]. [cit. 2021-03-22]. Dostupné na: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- SLATE.COM. 2016. *Mark Zuckerberg says fake news on facebook had no impact on election.* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <https://slate.com/technology/2016/11/mark-zuckerberg-says-fake-news-onfacebook-had-no-impact-on-election.html>
- TANDOC, E. C. – LIM, Z. W. – LING, R., 2018. *Defining Fake News.* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- TERAZ.SK. 2016. *Prečo súd zakázal Kotlebou Slovenskú pospolitosť?* [online]. [cit. 2021-03-24] Dostupné na internete: <http://www.teraz.sk/slovensko/sud-zakazal-kotlebovu-slovensku-pospolit/186579-clanok.html>
- ZHOU, X. – ZAFARANI, R., 2018. *„Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities.* [online]. [cit. 2021-03-14] Dostupné na: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

