

# Dezinformácie z pohľadu mladých ľudí a mediálnej výchovy (slovensko-český kontext)

Výskumná správa z projektu  
HoDeKoProM - Vnímanie hoaxov,  
dezinformácií, konšpirácií a propagandy  
medzi mladými ľuďmi

***Autorky:*** Mgr. Karin Belovičová  
Mgr. Zuzana Scott, PhD.  
Mgr. Jarmila Zsírosová

## Kolektív autorov:

Mgr. Karin Belovičová,  
Mgr. Kristína Blažeková, PhD.  
Mgr. Daniel Carbol,  
Mgr. Lucie Čejková, PhD.,  
Mgr. Estera Kövérová, PhD.,  
Mgr. Zuzana Scott, PhD.,  
Mgr. Klára Smejkal, PhD.,  
PaedDr. Robert Tomšík, PhD.,  
Mgr. Kamila Uvírová,  
Mgr. Jarmila Zsírosová

## Grafická úprava:

Bc. Lucia Vajnerová

*Táto publikácia vychádza ako súčasť projektu HoDeKoProM – Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi, ktorý je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka programu Erasmus+ v rámci kľúčovej akcie „KA2 – Malé partnerstvá v sektore mládeže“. KA210-YOU-Malé partnerstvá v sektore mládeže 2022-3-SK02-KA210-YOU-000097190*

Pozn. Text v tejto publikácii neprešiel jazykovou korektúrou.



# Obsah

<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b>Hlavné zistenia projektu</b> .....	<b>6</b>
Hlavné zistenia z fókusových skupín s adolescentmi .....	6
Hlavné zistenia z fókusových skupín s dospelou populáciou .....	6
Hlavné zistenia z online mapovania .....	7
<b>Slovníček pojmov</b> .....	<b>8</b>
<b>Kvalitatívna časť projektu</b> .....	<b>9</b>
Výskumný súbor – adolescenti .....	9
Výskumná metóda - adolescenti .....	9
Procedúra - adolescenti .....	9
Príklady znenia otázok .....	10
<b>Výsledky – adolescenti</b> .....	<b>11</b>
Rozlíšenie pojmov .....	11
Práca s informáciami .....	13
Mediálna gramotnosť .....	14
Registrované dezinformačné témy .....	18
Prežívanie a emócie .....	20
Vnímaný vplyv dezinformácií na okolie a spoločnosť .....	21
Riešenia .....	24
Zhrnutie - adolescenti .....	27
<b>Výzvy výučby mediálnej gramotnosti z pohľadu učiteľov a pracovníkov s mládežou</b> .....	<b>28</b>
Zistenia zo skupinových rozhovorov s dospelou populáciou .....	28
Výskumný súbor – dospelá populácia .....	28
Metóda a procedúra - dospelá populácia .....	28
Príklady otázok z rozhovorov .....	28
<b>Výsledky - dospelá populácia</b> .....	<b>29</b>
Vnímané vlastné kompetencie .....	29
Mediálna (ne)gramotnosť – vnímané vlastné limity .....	30
Potreba spolupráce .....	31
Zhrnutie - dospelá populácia .....	32
<b>Limity kvalitatívneho výskumu</b> .....	<b>33</b>
<b>Záver kvalitatívnej časti</b> .....	<b>33</b>
<b>Kvantitatívna časť - Online mapovanie</b> .....	<b>34</b>
Výskumný súbor a zber dát .....	34



Výskumné metódy .....	35
<b>Výsledky - Online mapovanie .....</b>	<b>39</b>
Zdroje informácií .....	39
Témy HoDeKoPro .....	41
Emocionálne reakcie pri kontakte s HoDeKoPro .....	43
Behaviorálne reakcie pri kontakte s HoDeKoPro .....	44
Všeobecná HoDeKoPro mentalita .....	46
HoDeKoPro presvedčenia .....	48
Osobné skúsenosti s nepravdivými informáciami a podvodmi .....	50
Účasť na preventívnom programe .....	50
Zhrnutie kvantitatívnej časti .....	51
<b>Praktická časť .....</b>	<b>51</b>
<b>Príklady dobrej praxe mediálnej výchovy v SR a ČR .....</b>	<b>52</b>
Slovenské organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - ZŠ .....	52
Slovenské organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - SŠ .....	54
České organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - ZŠ .....	55
České organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - SŠ .....	55
<b>Záver .....</b>	<b>57</b>
<b>Zoznam použitej literatúry .....</b>	<b>58</b>
<b>Zoznam tabuliek a grafov .....</b>	<b>59</b>

# Úvod

Predkladaná záverečná správa sumarizuje výsledky výskumného projektu HoDeKoProM, zameraného na skúmanie vnímania hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy medzi mladými ľuďmi v Českej a Slovenskej republike. Projekt financovaný programom Erasmus+ si kladie za cieľ prispieť k lepšiemu pochopeniu tejto kľúčovej oblasti a následne k rozvoju efektívnych stratégií na podporu mediálnej gramotnosti adolescentov. Súčasné výskumy naprieč Európskymi krajinami (Smahel et al., 2020) poukazujú na takmer dvojnásobný nárast času, ktorý adolescenti trávia online (oproti roku 2010). Informácie sú nám dostupné doslova okamžite a kdekoľvek, čo so sebou prináša svoje výhody ale aj riziká. Výskum mediálnej gramotnosti u mladých ľudí je v súčasnosti mimoriadne dôležitý vzhľadom na stále častejší výskyt dezinformácií v médiách a ich negatívny vplyv na spoločnosť (American Psychological Association, 2023; Van der Linden & Roozenbeek, 2020). V mori informácií, ktoré na nás prúdia z rôznych kanálov, je schopnosť kriticky analyzovať a interpretovať tieto podnety kľúčová. Mladí jednotlivci sú často vystavení rozmanitým formám médií, od sociálnych sietí po spravodajské portály, a ich úlohou je odlíšiť fakty od dezinformácií. Cieľom výskumu v tejto oblasti bolo preskúmanie toho, ako adolescenti vnímajú dezinformácie, ako ich rozpoznávajú a ako na ne reagujú. Zistenia z takéhoto výskumu môžu poslúžiť pri vývoji efektívnejších stratégií mediálnej výchovy a vzdelávania.

Nárast aktívneho využívania médií prináša potenciálne riziká a výzvy, ktorým musia čeliť nielen adolescenti. Rozvoj mediálnej gramotnosti (MG) je často skloňovaným riešením, ako mladých ľudí pripraviť na orientáciu v komplexnom mediálnom svete. Pohľad samotných učiteľov, učiteliek a pracovníkov s mládežou v neformálnom vzdelávaní, ktorí sa výučbe mediálnej gramotnosti venujú, je cestou ako odhaliť výzvy a prekážky, s ktorými sa vo svojej práci stretávajú. Preto čiastkovým cieľom výskumu bolo preskúmanie perspektív dospeléj populácie, ktorá pracuje s mládežou, na stav mediálneho vzdelávania v Českej republike a na Slovensku.



# Hlavné zistenia projektu

## Hlavné zistenia z fókusových skupín s adolescentmi

- **Problémy s definovaním pojmov:** Mladí ľudia (Slovensko a Česko) mali problém presne rozlíšiť medzi pojmami hoax, dezinformácia, konšpiračná teória a propaganda, často ich zamieňali alebo považovali za synonymá.
- **Rôzne prístupy k overovaniu informácií:** Mladí ľudia v oboch krajinách používali internet a sociálne siete na získavanie informácií, pričom si uvedomovali riziká niektorých zdrojov, ako sú podcasty a neoverené webové stránky.
- **Prvý dojem a overovanie informácií:** Mladí ľudia často hodnotili pravdivosť informácií na základe prvého (často vizuálneho) dojmu.
- **Dôležitosť osobnej relevancie informácie:** Pokiaľ sa informácie, s ktorými sa mladí ľudia stretli, týkali osobne relevantnej témy, boli ochotní investovať viac času a energie do overenia pravdivosti danej informácie.
- **Vplyv rodiny:** Rodičia a starší príbuzní boli dôležitým zdrojom informácií a dôveryhodnými autoritami pre mladých ľudí.
- **Emočné reakcie na dezinformácie:** Reakcie na dezinformácie boli rôznorodé, od ľahostajnosti po silné negatívne emócie ako hnev alebo smútok. Hnev a smútok bol často spojený s osobnou relevanciou informácie, alebo sa objavil, keď dezinformácie cieľili na zraniteľné populácie, ako sú deti a seniori.
- **Vnímanie zraniteľných skupín:** Mladí ľudia považovali deti a seniorov za najzraniteľnejších voči dezinformáciám, pričom obviňovali nedostatočnú technologickú gramotnosť.
- **Riešenia:** Respondenti diskutovali, ale zároveň odmietli systémové riešenie cenzúrou, kedy by sa nepravdivé obsahy mazali. Podporili riešenia formou vzdelávania a pripisovania osobnej zodpovednosti jednotlivcom, za ich vlastnú mediálnu gramotnosť.
- **Zdieľanie informácií:** Mladí ľudia zdieľali dezinformácie len zriedka, a ak, tak hlavne pre zábavu, pričom ignorovali nezaujímavé alebo nudné informácie.

## Hlavné zistenia z fókusových skupín s dospelou populáciou

- **Presvedčenie o vlastných kompetenciách:** Učitelia často spochybňovali svoje schopnosti učiť mediálnu gramotnosť, čo ovplyvnilo ich sebadôveru v práci s témami mediálnej gramotnosti.
- **Nedostatok vzdelávacích príležitostí:** Respondenti opakovane vyjadrovali frustráciu z nedostatku špecializovaných školení a certifikácií, ktoré by im poskytli potrebné zručnosti a motiváciu na ďalšie vzdelávanie v oblasti mediálnej gramotnosti.
- **Osamotenosť a potreba spolupráce:** Učitelia pociťovali silný pocit osamotenosti pri výučbe mediálnej gramotnosti, pričom chýbala tímová práca a podpora kolegov, čo prispievalo k ich frustrácii a pocitom izolácie.



- **Vnímané limity mediálnej gramotnosti:** Respondenti sa zhodli, že ich vlastná úroveň mediálnej gramotnosti bola na porovnanie so študentmi niekedy nedostatočná, čo viedlo k obavám o ich schopnosť efektívne učiť a odovzdávať potrebné znalosti.
- **Nedostatok systémovej podpory:** Učitelia vyjadrovali potrebu väčšej podpory zo strany vedenia a politických autorít, aby mohli zabezpečiť kvalitnú výučbu mediálnej gramotnosti bez obáv týkajúcich sa obmedzeného času a dostupnosti zdrojov.

## Hlavné zistenia z online mapovania

- **Zdroje informácií:** Najdôležitejším zdrojom informácií sú pre mladých ľudí sociálne siete. Väčšina nesleduje alternatívne ani bulvárne médiá. Starší častejšie sledujú tradičné denníky, zatiaľ čo mladší sledujú viac televízie.
- **Témy HoDeKoPro:** Rod respondentov súvisel s témami dezinformácií, s ktorými prichádzali mladí ľudia do kontaktu. Ženy častejšie evidovali nepravdivé informácie pri témach zdravia a životného prostredia, muži a osoby iného rodu pri téme financií.
- **Reakcie na HoDeKoPro:** Mladší respondenti na základných školách častejšie reagovali na dezinformácie, a to v podobe písania vysvetľujúcich, či zosmiešňujúcich komentárov.
- **Všeobecná HoDeKoPro mentalita:** Starší respondenti vo veku 19 a viac rokov sú viac presvedčení o zámernom šírení nepravdivých informácií zo strany médií, politikov, či organizácií.
- **Osobné skúsenosti s podvodmi:** Väčšina respondentov a respondentiek nikdy nereagovala na podvodné súťaže alebo podvodné správy.
- **Účasť na preventívnom programe:** Viac ako polovica mladých ľudí nikdy neabsolvovala žiadne vzdelávanie zamerané na odhaľovanie nepravdivých informácií.



# Slovníček pojmov

**Dezinformácie** – sú to **úmyselne vytvorené a šírené nepravdivé správy**, ktorých cieľom je **zavádzať, oklamať a manipulovať** publikum. Hlavné témy dezinformácií sú väčšinou závislé od spoločenského kontextu, predovšetkým sa teda týkajú toho, čo aktuálne rezonuje v spoločnosti. Stretávame sa najmä s dvoma typickými príkladmi dezinformácií – hoaxy a konšpiračné teórie.

**Hoaxy** – podvodné správy šírené prostredníctvom internetu, ktoré sa spravidla vydávajú za pravdu. Ich hlavným znakom je to, že vyzývajú na ďalšie šírenie – **cieľom je dosiahnuť viralitu**. Hoaxy môžu byť veľmi jednoduché - majú šokovať, vyvolať obavy alebo sľubujú výhody a odmeny za lajky a komentáre. Tieto sú pomerne ľahko odhaliteľné (napr. falošné citáty, nepravdivé správy o úmrtiach celebrit). Hoaxy môžu byť aj komplexnejšie a ťažšie odhaliteľné, **príkladom môžu byť tzv. mestské legendy** (hoax o dodávkach unášajúcich deti, či infikovaných ihlách v MHD).

**Konšpiračné teórie** – neoverené, zo strany relevantných autorít nepodložené a oficiálnymi zdrojmi neakceptované informácie, ktoré varujú pred nebezpečnými sprisahaniami. Od hoaxov sa odlišujú najmä tým, že sa spravidla **zakladajú na nejakej udalosti**, ktorá sa reálne stala, avšak **odmietajú oficiálne vysvetlenia** týchto udalostí a ponúkajú **rôzne nepodložené teórie o tom, čo sa „naozaj“ stalo a kto za tým stojí**. Nesú v sebe prvky tajomna a predpokladajú, že za všetkým je jednotlivec alebo úzka skupina ľudí, ktorá chce s nekalým úmyslom ovládať svetové dianie.

**Propaganda** – účelom propagandy je pôsobiť na publikum a cielene formovať jeho postoje, myšlienky, názory a správanie tak, aby boli v súlade s úmyslami propagandistov. **Významným nástrojom propagandy je manipulácia ľudí cez dezinformáciu.**





# Kvalitatívna časť projektu

V rámci kvalitatívneho šetrenia sme vykonali dve menšie štúdiá. Prvá sa zamerala na samotných adolescentov a cieľom bolo preskúmať ich porozumenie dezinformáciám, ich účelu a efektu. Druhá štúdiá sa zamerala na učiteľstvo a pracovníkov a pracovníčky s mládežou, ktorí sa venujú mediálnej gramotnosti. Cieľom bolo preskúmať ich potreby, úspechy a prekážky, s ktorými sa vo svojej práci s mládežou stretávajú.

## Výskumný súbor – adolescenti

Adolescenti boli študenti prvých a druhých ročníkov stredných škôl (gymnázium, stredná odborná škola s maturitou, stredná odborná škola bez maturity) a v jednej skupine to boli klienti nízkoprahového zariadenia, ktorí o účasť v skupine vyjadrili záujem.

Tabuľka 1: Popis zloženia jednotlivých fókusových skupín podľa typu školy a rodu

Popis zloženia jednotlivých fókusových skupín podľa typu školy a rodu					
		Slovenská republika		Česká republika	
		dievčatá	chlapci	dievčatá	chlapci
<b>Skupina 1</b>	Gymnázium	0	5	4	2
<b>Skupina 2</b>	SOŠ bez maturity	4	3	0	8
<b>Skupina 3</b>	SOŠ s maturitou	7	0	2	6
<b>Skupina 4</b>	Nízkoprah	1	6	2	2
	Spolu	12	14	8	18
					52

## Výskumná metóda - adolescenti

Zber dát sa uskutočnil prostredníctvom fókusových skupín, ktorých štruktúra bola rovnaká v oboch krajinách. Fókusové skupiny, ako skupinové interview, podnecujú interakciu účastníkov a poskytujú unikátne informácie o vnímaní, postojoch a hodnotách účastníkov. Moderátor má za úlohu tematicky usmerňovať diskusiu a vytvárať bezpečné prostredie, v ktorom sa účastníci môžu otvorene vyjadriť a reagovať jeden na druhého (Krueger & Casey, 2015).

## Procedúra - adolescenti

Fokusové skupiny s adolescentmi sa konali v novembri a decembri 2023 a každá z nich trvala približne 2 hodiny. Cieľovou skupinou boli študenti prvého alebo druhého ročníka stredných škôl. Rozhovory, ktoré boli vedené na báze pološtruktúrovaného rozhovoru, obsahovali otázky týkajúce sa mediálnej gramotnosti, porozumenia pojmom ako sú napríklad hoaxy a propaganda, ďalej psychologických aspektov vnímania dezinformácií, napríklad emócií, ktoré v mladých ľuďoch dezinformácie vyvolávajú. V neposlednom rade sme zisťovali ich vnímanie vplyvu dezinformácií na spoločnosť. Nábor respondentstva prebiehal cez oslovené školy a nízkoprahové zariadenia, kde



samotné rozhovory prebehli. V každej krajine prebehli vždy 4 fókusové skupiny, jedna na gymnáziu, jedna na strednej odbornej škole s maturitou, jedna na strednej odbornej škole bez maturity a jedna v nízkoprahovom zariadení. Každú skupinu moderovali vždy dve osoby, zaškolené v moderovaní fókusových skupín. Po skončení rozhovoru bol audio-vizuálny záznam prepísaný do textovej podoby, jednotlivým účastníkom bol pridelený kód na zachovanie anonymity. Uchovali sme informácie o type navštevovanej školy a o rode. Všetci mladí ľudia, ktorí sa fókusových skupín zúčastnili, odovzdali informovaný súhlas podpísaný zákonným zástupcom. Procedúra a samotné otázky boli schválené Etickou komisiou MUNI pod referenčným číslom EKV-2023-016.

### **Príklady znenia otázok**

- Ako sa k informáciám dostávate? Odkiaľ informácie beriete?
- Podľa čoho si vyberáte zdroj, odkiaľ si informáciu prečítate alebo pozriete?
- Sú nejaké zdroje informácií, ktorým sa z nejakého dôvodu vyhýbate, alebo im neveríte? Ktoré to sú a hlavne prečo?
- Čo sú tie konkrétne veci, ktoré vám rozsvietia kontrolky v hlave, že niečo možno nie je v poriadku?
- Keď sa nad tým všetkým zamyslíte, čo podľa vás robí dezinformácie, hoaxy, fake news lákavými? Čo je pre vás zaujímavé alebo čo vás dokáže upútať?
- Ak na niečo, čo by ste označili ako dezinformáciu, narazíte, ako sa pri tom cítite? Vyvolá to vo vás nejaké emócie?
- Hovoríte o veciach, o ktorých sa dozviete online, nejako ďalej? S kým o týchto veciach hovoríte? Môže to byť viac ľudí alebo napríklad aj nikto. Ako to máte?
- Myslíte si, že tieto fenomény (veci) majú nejaký vplyv na ľudí alebo spoločnosť? A ak áno tak aký?
- Skúste nám popísať, ako podľa vás vyzerá taký človek, ktorý verí dezinformáciám, hoaxom, konšpiračným teóriám, propagande alebo fake news na internete?
- Keď sa nad tým všetkým zamyslíte, napadá vám nejaké riešenie?

Po všetkých skupinách nasledoval tzv. debriefing, kedy sme účastníkom dali možnosť povedať čokoľvek, čo im k danej téme prišlo relevantné a v diskusii nezaznelo. Tiež to bola príležitosť na reflexiu toho, ako svoju účasť v skupine hodnotia, s čím odchádzajú. V neposlednom rade sme všetkým poďakovali za účasť a odovzdali im kontakty na vedúce projektu pre prípadné otázky.



# Výsledky – adolescenti

## Rozlíšenie pojmov

Prvá časť výskumu zisťovala, ako sú mladí ľudia schopní definovať a najmä rozlišovať medzi rôznymi pojmami spojenými so zavádzajúcim obsahom. Z analýzy diskusií vo fókusových skupinách vyplýva, že mladí ľudia nedokážu pojmy hoax, dezinformácia, konšpiračná teória a propaganda (HoDeKoPro) dostatočne presne definovať a rozlíšiť. Rovnako ako mládež zo Slovenska, aj mládež z Českej republiky mala problémy s ich rozlišovaním – často ich zamieňala alebo ich považovala za synonymá. **Spoločným menovateľom všetkých pojmov boli nepravdivé informácie.** V niektorých skupinách sa našli jedinci, ktorí nakoniec dokázali pojmy rozlíšiť, aj keď na základe nesprávnych definícií. Vo väčšine diskusií participanti rozlišovali medzi hoaxom a dezinformáciou. Dezinformácie a hoaxy boli spájané so samotnou podstatou informácií; konšpiračné teórie a propaganda boli naopak považované za zložitejšie entity:

*„Tak ja si myslím, že hoax, je nejaká falošná informácia, tiež súvisí s dezinformáciou a fake news. Čo je podľa mňa to isté.“  
(chlapec, NPDM, SR)*

**Na Slovensku často definovali pojmy prostredníctvom ich účelu alebo miesta šírenia (na čo to je?, ako to funguje?), v Českej republike zase uvádzali príklady:**

*"Propaganda, to je nějaká řada nějakých informací, které jsou pravdivé, ale zformované tak, že jedné straně prospívají a druhé škodí, třeba teď jsem se setkala s propagandou Ruské federace, která se dostává do českých médií velmi různými způsoby, třeba se s tím setkáváme denně, třeba včera jsem viděl video z nějaké evropské konference o úspěších a jednotlivých provinciích a že se snaží jako vykreslit svůj stát v tom nejlepším možném obraze a snaží se jako poukázat na nějakou zkaženost všech ostatních." (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)*

*„Ja mám, že sa to šíri na nejakých platformách“  
(dievča, SOŠ s maturitou, SR)*

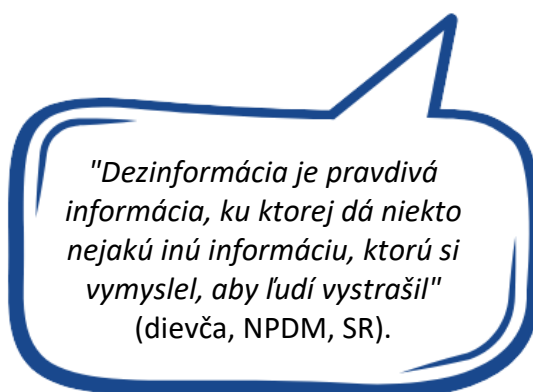
*„Ale primárne je to vytvorené na to, aby si to ľudia všimli, aby súhlasili. No, hlavne aby to prilákalo pozornosť“ (chlapec, NPDM, SR).*

Zároveň v slovenských skupinách a v jednej českej skupine zaznelo, že HoDeKoPro je pre mladých ľudí veľmi široký koncept, a to tak z hľadiska obsahu, ako aj rozsahu konceptu. V súvislosti s javmi sa tak napríklad **objavili aj pojmy ako ohováranie a klamlivá reklama, falošná výhra, či reťazové správy.**

### **Dezinformácia**

Participantstvo vnímalo dezinformáciu ako informáciu založenú na pravde, ktorá je ale vytrhnutá z kontextu. Niektorí spomínali, že ide o informáciu, ktorá je "prekrútená", či "prehnaná".

Na rozdiel od slovenských účastníkov, v českých skupinách sa objavila tendencia považovať šírenie dezinformácií za účelové, teda za účelom vlastného prospechu alebo manipulácie s ostatnými. V jednej zo slovenských skupín sa rozlišovalo medzi dezinformáciami (nepravdivé informácie šírené s úmyslom poškodiť) a misinformáciami (nepravdivé informácie bez úmyslu poškodiť).



### **Hoax**

Slovenská aj česká mládež vnímala hoax ako cieleňú a úplne vymyslenú informáciu, ktorá má za cieľ šokovať publikum. Českí participant hovorili o hoaxe ako o poplašnej vymyslenej správe vyvolávajúcej strach a neistotu. Česká mládež pri jej definovaní kladla dôraz na spôsob šírenia – internet a sociálne siete. V českom prostredí tiež poukazovali na vtipnosť spôsobenú absurditou samotného oznámenia.

*"Nebudu lhát, všechny hoaxy, fake news a zejména konspirační teorie jsou pro mě zdrojem zábavy. Je fakt, že mě například velmi baví procházet Quoru, kde nacházím nejrůznější věci, které mě skutečně dokážou pobavit. Takže na některé fake news nebo propagandu mám samozřejmě velmi vyhraněný názor, ale já osobně v tom nevidím zas takový problém. Samozřejmě určitě se najdou lidé, kteří se k tomu dostanou a mohli by tomu věřit. Ale já si nemůžu pomoci, mně to prostě přijde vtipné"  
(chlapec, SOŠ s maturitou, ČR).*

### **Konšpiračná teória**

Konšpiračnú teóriu chápali mladí ľudia primárne ako vymyslenú teóriu, ktorá predpokladá, že veci nejakým spôsobom fungujú a dejú sa. V Českej republike si tento termín spájali aj s nedôverou k oficiálnym zdrojom založenou na tom, že títo ľudia (ktorí sa pohybujú v rámci konšpiračných naratívov) sú v spoločnosti prehliadaní alebo im bolo nejakým spôsobom ublížené. Konšpiračná teória využíva možnosti špekulácií, pretože oficiálne informácie chýbajú alebo sú nedostatočné.



Zároveň sa našli účastníci a účastníčky, ktorí považovali konšpiračné naratívy za zábavné a zámerne ich vyhľadávali alebo si ich dokonca sami vymýšľali, pretože im to umožňovalo vyslovovať rôzne hypotézy o významných udalostiach, alebo o populárnych osobnostiach. Niektorí účastníci ich tiež zámerne vyhľadávali ako zdroj zábavy. V žiadnej z definícií nebola konšpiračná teória vysvetlená prostredníctvom konceptu sprisahania jednej skupiny proti druhej alebo systému.

*„Ja si myslím, že konšpiračná teória vôbec nemusí byť zlá. Keď si ľudia povedia, že to takto môže byť, tak to vôbec nie je zlé. Premýšľajú nad vecami, ktorým môžu veriť. Problémom sa to už stáva, keď už niekto núti tú teóriu niekomu inému. Chce, aby s ním ľudia súhlasili. Ja sám niekedy premýšľam nad niečím, že čo ak je to takto? Ale nikomu nenútim.“* (chlapec, NPDM, SR)

### **Propaganda**

Pri definícii propagandy došli účastníci k tomu, že jej podstatou je, že sa skupina ľudí alebo režim propaguje a robí si reklamu. Tento pojem bol spájaný predovšetkým s politikou. V Česku účasť tvrdilo, že propaganda môže obsahovať pravdivé aj nepravdivé informácie, prípadne, že informácie bývajú skreslené alebo prezentované jednostranne s cieľom ovplyvniť názory ľudí, aby sa dosiahol určitý ideologický alebo politický cieľ. Podobne ako na Slovensku tiež tvrdili, že propaganda slúži konkrétnej politickej strane alebo záujmom. Okrem toho sa ale u českých participantov objavilo aj neutrálne vnímanie propagandy, ako snahy propagovať výrobky aj prostredníctvom reklamy.

### **Práca s informáciami**

Dospievajúci žijúci v Českej a Slovenskej republike využívajú rôzne zdroje informácií, a pokiaľ to považujú za nutné, snažia sa overiť ich pravdivosť. Napriek tomu, že prístupy mladých ľudí v oboch krajinách majú mnoho spoločného, existujú medzi nimi aj rozdiely, najmä pokiaľ ide o témy, ktoré vyhľadávajú, a spôsob, akým s informáciami pracujú.

Jednou z hlavných spoločných charakteristík je, že mladí ľudia v oboch krajinách získavajú informácie predovšetkým z internetu a sociálnych sietí, ako sú Instagram, TikTok, YouTube a Wikipédia. Oblúbeným nástrojom na vyhľadávanie informácií je aj Google. **Českí a slovenskí mladiství si tiež uvedomujú, že niektoré zdroje, ako sú podcasty alebo neoverené webové stránky, môžu byť rizikové**, a preto k nim pristupujú kriticky. Dôležitú úlohu v prístupe k informáciám zohráva v oboch krajinách aj overovanie informácií, najmä pokiaľ ide o témy, ktoré sú pre dospievajúcich podozrivé a vnímajú ich ako potenciálne obsahujúce nepravdy, ako sú politické udalosti alebo vojnové konflikty.

**Rodina je tiež dôležitým zdrojom informácií** pre mladých ľudí v oboch krajinách. Českí aj slovenskí dospievajúci sa často obracajú na svojich rodičov, starých rodičov alebo iných príbuzných, keď si potrebujú overiť určité informácie alebo získať radu v každodenných záležitostiach.

Zatiaľ čo v českej časti výskumu bolo zistené, že niektorí adolescenti **dôverujú tradičným médiám, ako sú tlačene knihy a noviny**, v slovenskom výskume tento prvok skôr chýba. Slovenskí adolescenti naopak viac **spoliehajú na online zdroje a sociálne siete, pričom najobľúbenejším online médiom je portál Refresher**. Niektorí ho považujú za dôveryhodný, iní ho kritizujú za rýchle zverejňovanie neoverených informácií.

Pokiaľ ide o **témy, ktoré dospievajúci vyhľadávajú**, medzi Českou a Slovenskou republikou sa **objavovali jasné rozdiely**. Českí adolescenti sa zaujímali o širšiu škálu tém, vrátane politických a



spoločenských udalostí, ako sú vojnové konflikty a fungovanie politických systémov. Slovenskí adolescenti sa naopak politickým témam skôr vyhýbali a zameriavali sa skôr na informácie týkajúce sa voľnočasových aktivít, ako sú počítačové hry, hudba, móda alebo šport. Politické udalosti hrali v ich živote menšiu úlohu, a to aj v porovnaní s ich českými rovesníkmi.

Dospievajúci žijúci v Českej a Slovenskej republike sa tiež **líšili v prístupe k zdieľaniu informácií**. Českí adolescenti spomínali, že častejšie zdieľajú dezinformácie v rodinnom kruhu alebo s priateľmi, a to ako online, tak offline. Je to dané tým, že sa často snažia overiť pravdivosť informácií v rodinnom prostredí a diskutujú o aktuálnych udalostiach. Slovenskí adolescenti naproti tomu zdieľajú dezinformácie len zriedka, a pokiaľ áno, tak hlavne pre zábavu. Pokiaľ im dezinformácie pripadajú zábavné, preposielajú ich svojim priateľom, ale ak sú nudné alebo nezaujímavé, jednoducho ich ignorujú.

## Mediálna gramotnosť

Vo vzťahu k mediálnej gramotnosti participantstvo naprieč skupinami spomínalo skutočnosť, že informácií je príliš veľa, sú ľahko dostupné a orientácia v kvalite zdrojov je komplikovaná. Ak sa snažíme pozrieť na to, ako mladí ľudia pristupujú k informáciám, treba vziať do úvahy niekoľko faktorov. Jedným z nich je **účel, za akým informácie vyhľadávajú**. Inak bolo popísané hodnotenie (ne)pravdivosti, pokiaľ je účelom pobaviť, a inak, pokiaľ je účelom príprava odbornej práce do školy. Ďalším kritériom bola **subjektívna relevancia hľadaných informácií**. Respondenti často opisovali hľadanie akéhosi kompromisu medzi rýchlosťou či efektivitou, s akou sa k informáciám dostanú, a ich pravdivosťou. Pokiaľ pre nich bola téma osobne zaujímavá alebo dôležitá, boli oveľa ochotnejší venovať čas overovaniu pravdivosti informácií a čítaniu dlhších, pôvodných zdrojov.

*„Tak jako první kritérium je pro mě asi, jako co, pro co potřebuju tu informaci, jestli pro nějaký svůj osobní zájem a pro to, jak dlouho mám vařit vajíčko a nebo pro nějakou odbornou práci do školy nebo třeba SOČ [středoškolská odborná činnost, pozn.ed.], na základě toho se mi to hodně liší ...potom, jak moc potřebuju aktuální informace, protože je pravda, že v těch knihách, spousta těch informací prostě není aktualizovaných, protože i třeba nejnovější vydání jsou z roku 2016 a za tu dobu se hodně věci změni, takže když třeba hledám něco dějepisů, tak je to úžasný prostředek, nicméně o aktuálních problémech, které jsou, tak je hrozně složité tam najít něco, co potřebuju nebo co bych mohl použít.“* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

Dospievajúci v našom výskume najviac **oceňovali rýchly a jednoduchý prístup k informáciám**, čo často viedlo ku kompromisom, pokiaľ ide o presnosť a pravdivosť. Sami respondenti a respondentky si boli týchto kompromisov vedomí, a hoci hovorili o túžbe po čo najpresnejších informáciách, zdôrazňovali aj čo najmenšiu námahu pri ich vyhľadávaní. Ako príklad uvádzali českí aj slovenskí mladí ľudia Wikipédiu ako rýchly zdroj komplexných informácií, hoci vnímali riziko spojené s tým, že obsah stránok môže editovať prakticky ktokoľvek, a je teda možné, že nie všetko, čo je na stránkach uvedené, je pravdivé.

*„Třeba něco do školy, to bych se asi podívala na Wikipedii, i když je to hodně jenom stránka, která říká, že to není jako ověřený, ale po chvíli se ty informace ověří, ale tam je asi jako třeba něco opravdu na písemku, jako když nerozumím nějakému slovu, tak se podívám na Wikipedii nebo tak. A pak když je to nějaké téma, tak se jako snažím najít jako ověřenou stránku, která třeba jako směřuje k tomu jednomu tématu, o kterém se chci dozvědět víc.“* (dievča, gymnázium, ČR)



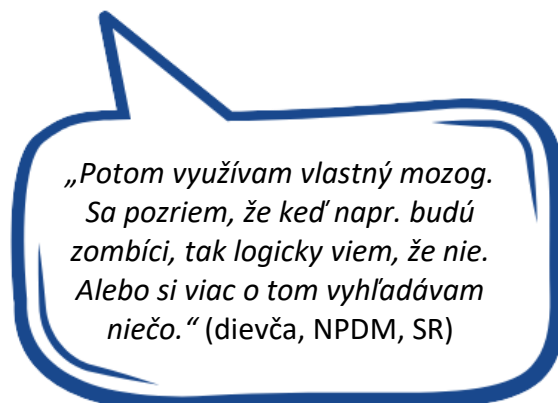
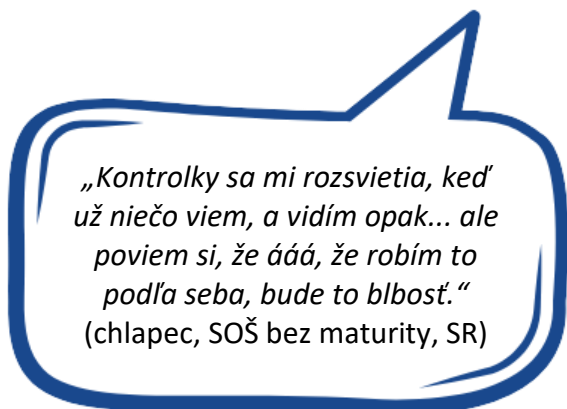
Mladí ľudia naprieč skupinami popisovali stratégiu overovania informácií podobným spôsobom: **vyhľadáním inej stránky a porovnaním obsahu**. Pokiaľ bol rovnaký, považovali informáciu za pravdivú. Nespresnili však bližšie, ktoré stránky konkrétne im na porovnanie obsahu slúžia:

*„Pozriem sa na Wikipédiu a pozriem sa aj na inú stránku, a porovnáam to, že či to sedí a keď to je na viacerých stránkach, tak to tak napíšem, lebo viem, že je to overené.“* (dievča, SOŠ s maturitou, SR)

Českí aj slovenskí mladí ľudia sa pri posudzovaní pravdivosti informácií spoliehali aj na **vlastný úsudok**. Líšili sa ale spôsoby, akými si ľudia tento úsudok vytvárali. Niekoľko účastníkov a účastníčok opísalo všeobecnejšie, že ide o proces utvárania názoru, a spomenuli tiež neistotu, ktorá vyplýva z dostupnosti rôznych názorov a pohľadov na aktuálne spoločenské otázky/témy.

*„No, já si myslím, že to je hodně o jako vlastním jako úsudku. Že prostě nejde říct, jaká informace je třeba úplně pravdivá a jaká ne, protože každé to vidí jako trochu jinak. I třeba, když jsou dvě strany, tak každá ta strana to vidí jinak a myslím si, že to je hlavně o tom jako, jak jednotlivec se dívá na svět, jestli potom věří té informaci a nebo ne. Protože to jako nikdy není, se mi zdá, stoprocentní, některý ty věci.“* (dievča, gymnázium, ČR)

Niekoľko adolescentov v slovenských skupinách špecificky spomenulo, že nové informácie porovnávajú s vlastnými skúsenosťami a znalosťami. Pokiaľ sa nová informácia zhodovala s ich vlastným presvedčením, považovali ju za pravdivú.



Pri vytváraní názoru na pravdivosť informácií viac respondentov uviedlo, že **hodnotí na základe prvého dojmu**. Ak bola informácia extrémne ladená, s jasným zámerom šokovať, či oznámiť niečo veľmi bizarné, tak sa účastníctvu rozsvietila kontrolka a buď informácii neverili, alebo si ju overili pri inom zdroji.

*„Jen se podívám, jak ta zpráva vůbec vypadá. Jestli to bude totální blbost, jako když byla volba prezidenta, jako že Petr Pavel je mrtvý, jako že Petr Pavel zemřel, to už si říkám, že je to totální blbost, takhle. To byl prostě Blesk, jako, a tyhle ty typy.“* (chlapec, SOŠ bez maturity, ČR)

Mladí ľudia v slovenských skupinách popísali konkrétne **vizuálne prvky** webových stránok, ktoré nevzbudzujú dôveru. Patrilo medzi ne veľké množstvo reklám, vyskakovacie okná, notifikácia a presmerovanie na iné stránky. Spomínali tiež, že nedôverujú informáciám, pokiaľ v texte chýba autor článku alebo ak pochádza z profilu s malým počtom sledujúcich alebo bez nich.

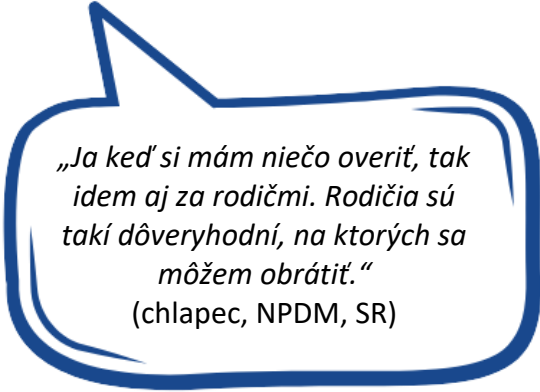


„Áno, keď tam je veľa reklám, alebo keď sa snažím niečo rozkliknúť a hodí ma to na iné stránky, tak to už viem, že je to podvod.“ (dievča, SOŠ s maturitou, SR)

Téma dôležitosti prvého dojmu sa objavovala naprieč skupinami a v kontexte vzájomnej komunikácie aj online prostredia. Mladí ľudia v Českej republike aj na Slovensku zdôrazňovali význam zdroja, z ktorého informácie pochádzajú a spomínali **dôležitosť konkrétnej osoby, ktorá informácie prezentuje**. Viac respondentov spomenulo, že informácie prezentované neznámymi ľuďmi na sociálnych sieťach pre nich nie sú dôveryhodné.

„No, taky asi hodně záleží na tom zdroji, protože já bych asi nevěřila jen tak nějakému, komukoliv, jako, ne jen tak někomu, ale nějakému... Jak to říct... Náhodnému člověku na Facebooku, a radši bych se podívala do nějakého, já nevím, jako ne zpravodajství, ale nějakého prostě, jako víc.... Jak to říct... Jako, nějaký stránky, který jsou víc sledovaný, jako, nějakýma dalšíma lidma, který tomu třeba rozumí a můžou nám říct, že, jako, je to pravda. Ne že bych věřila jenom některým lidem na sociálních sítích, například.“ (dievča, gymnázium, ČR)

V niekoľkých skupinách, ako v Českej republike, tak na Slovensku, boli rodičia uvádzaní ako **dôveryhodné authority**. Jednak preto, že majú životné skúsenosti, a tiež preto, že s nimi deti súhlasia a zaujímajú sa o názory rodičov na rôzne oblasti (najčastejšie diskutovanou témou bola politika).



„Ja keď si mám niečo overiť, tak idem aj za rodičmi. Rodičia sú takí dôveryhodní, na ktorých sa môžem obrátiť.“  
(chlapec, NPDM, SR)

„Mně třeba přijde jakoby dobrý zdroj ověření, jako třeba rodiče, když je nějaká politická situace a prostě týká se to třeba devadesátých let, tak prostě já vím, že rodičům věřím a mám v nich důvěru nějakou a vím, že to zažili, a i když to může být zkreslený jakoby jejich jakoby nějakým zážitkem, ta politická situace, tak se jich na to zeptám, a oni mi třeba dají na to jako nějaký svůj názor. A prostě dokážou mi dovysvětlit nějaký jakoby věci nebo mi na to daj aspoň jinej pohled, takže jakoby já si potom můžu třeba ty věci dohledat, ale už třeba s jiným pohledem a potom jakoby líp vnímám tu situaci celkovou, si myslím. Že rodiče jsou podle mě jako super zdroj. Nebo klidně celkově pamětníci nebo jako někdo, kdo prostě o tom má prostě mnohem větší jakoby vědomosti než já.“ (chlapec, gymnázium, ČR)

Pri hodnotení informácií hral podľa respondentov úlohu aj **úmysel, s ktorým boli informácie zverejnené**. Pokiaľ tento zámer participanti a participantky vnímali ako kontroverzný (napr. informácie o vojne na Ukrajine) alebo slúžiaci konkrétnym ľuďom (od zbierania lajkov až po kontext politickej reprezentácie), boli k pravdivosti informácií opatrnejší. Pokiaľ sa domnievali, že informácie sú užitočné pre nich aj pre ostatných, mali k nim väčšiu dôveru.

„No tak, záleží, o čem ta informace je...Protože, když třeba řeknu, že byla ted'kom docela velká úroda na poli, tak tomu docela i věřím, protože proč by kecali, ale když je to třeba právě o tý válce na





*Ukrajně, tak tam jako si to každý trochu přibarví, trošku to zveličí, ať to vypadá dobře že jo do těch novin. A je to už takový trošku zavádějící. Samozřejmě jako záleží, jak od koho, záleží, jaký informace no teda.“ (chlapec, SOŠ bez maturity, ČR)*

V skupinách sa tiež diskutovalo o tom, že ľudia majú okruh webových stránok, ktoré považujú za **dôveryhodné**. A naopak určitý zoznam tých, ktoré považujú za **nedôveryhodné**. Medzi nedôveryhodnými sa najčastejšie objavovali webové stránky rôznych bulvárnych časopisov. Za nedôveryhodné považovali aj informácie zo sociálnych sietí, ako sú Tik-Tok, Twitter (X), Facebook, Instagram a platformy YouTube a Twitch. Zaujímavé však je, že práve sociálne siete uvádzali mladí ľudia ako zdroj, z ktorého čerpajú informácie.

*„Tam Refresher dáva. Informujú vždy prví, či niekto zomrel, alebo všetko proste... Tam dávajú tie overené tie veci, to je jediná stránka, kde zverejňujú pravdu.“ (dievča, SOŠ s maturitou, SR)*

*„No, podle mě hodně záleží na tom, jaký je to právě zdroj. Protože některé zdroje jsou jakože je o nich obecně známo, že jsou prostě jakože pravdivé. Ale potom u těch dalších podle mě je to takový jakože takový prostě, když se na to jako podíváte a teď nevíte jestli tomu věřit, tak se podíváte na jiné stránky a asi usuzuju z toho jakože co o tom píšou jakože jiné stránky, právě nějaké ověřenější. Že když najdu jakože něco na nějaké stránce, na kterou jsem přišla prostě poprvé a neznám ji, tak si tu informaci potom vyhledám jakože samotně a podívám se, co o tom jakože říkají ostatní ty stránky nebo videa a tak.“ (dievča, gymnázium, ČR)*

Za zmienku stojí diskusia, ktorú mladí ľudia viedli o rozdiel medzi **zámerným vytváraním alebo šírením dezinformácií a zdieľaním vlastného názoru**, ktorý môže, ale nemusí byť pravdivý alebo sa môže líšiť od väčšinového presvedčenia. Dôležité pre nich bolo upresniť, kedy ide o prezentáciu názoru a kedy sa niekto snaží niečo prezentovať ako fakt.

*„Myslím, že když nějaký komplexní téma, pokud s váma jako vyloženě třeba politicky jako nerezonuje, potřebujete ho řešit nutně, tak je pro mě úplně v pohodě i nevědět a prostě jako nemít o tom ten obrázek nebo ten svůj názor, protože prostě je fakt hodně složitý a... Například třeba ta situace v Izraeli, tak podle mě nejvíc o tom ví člověk, co tam jako sám je třeba, nebo co prostě je hodně znalejší v historii, ale potom jakoby my třeba v 16 letech jakoby podle mě... Je v pohodě jako nevědět prostě úplně přesně jo. Jenom si něco myslet, ale zase je dobrý, že když jako nevíme úplně přesně, tak to jako nesdílet všude ten názor, protože jakoby není nějak podloženej, je to jenom naše nějaká myšlenka nebo je v pohodě to asi sdílet, ale neříkat, že to je prostě pravda, že to takhle musí bejt a takhle. Prostě pro mě je v pohodě jako nevědět a nemít v tom úplně jasno asi. Nebo je to pro ně lepší, než se chytnout nějakého úplně jako radikálního názoru prostě a držet se s tím názorem, že jo.“ (chlapec, gymnázium, ČR)*

Veľká neistota panovala ohľadom **informácií získaných pomocou umelej inteligencie (AI)**. Na jednej strane hodnotili AI ako účinný nástroj na získanie rýchleho prehľadu, ale zároveň diskutovali o pravdivosti takto získaných informácií. Jeden z respondentov zhrnul, že AI je dobrým pomocníkom v prípade potreby rýchleho získania informácií, bez ohľadu na kvalitu výsledku:

*„Pro nějaké své osobní informace nebo pro nějaký jednoduchý sociální, mi nedělá problém v tom Chat GPT, není to jako asi úplně nejlepší, ale na většinu mých normálních dotazů mi odpoví dostatečnou odpovědí, na základě Paretova pravidla, které prostě na osmdesátiprocentní úspěšnost mi stačí dvacetiprocentní námaha, abych získal ten zbytek do těch 100 %, tak musí vynaložit extrémní úsilí, a ne všechny informace mi za to stojí.“ (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)*



V niekoľkých skupinách respondentstvo hovorilo o umelej inteligencii ako o nástroji, ktorý je možné využiť práve pri vytváraní dezinformácií. Za obzvlášť nebezpečnú považovali **manipuláciu s fotografiami, videom** a hlasom, pre ktorú je možné AI použiť.

*„Tak já si myslím, že jako poslední dobou nebo... Myslím si, že pár let, tak prostě pět let zpátky, tak ještě jako fotky a videa, tak byly jakože v podstatě značily tu záruku nějakou, že se to opravdu stalo. Ale teďka poslední dobou, tak už to jakoby nezaručuje nic ta fotka.“* (chlapec, gymnázium, ČR)

Naše zistenia ukazujú, že dnešná generácia mladých ľudí kladie veľký dôraz na efektivitu pri získavaní informácií, inými slovami chcú získať čo najviac pravdivých informácií čo najrýchlejšie. Táto tendencia môže mať pozitívne aj negatívne dôsledky. Na jednej strane používanie nových médií umožňuje rýchly prístup k veľkému množstvu informácií, na druhej strane môže viesť k tomu, že mladí ľudia uveria nepravdivým informáciám.

Stratégia hodnotenia pravdivosti informácií sa pohybovala od intuície (nezdá sa mi to) až po aktívne vyhľadávanie pôvodných zdrojov v odborných časopisoch.

Pre rýchle posúdenie (ne)pravdivosti informácií respondentstvo najčastejšie uvádzalo dôveryhodnosť zdroja, z ktorého informácie pochádzajú. V prípade online prostredia mali mladí ľudia **svoj okruh webových stránok, ktoré považovali za dôveryhodné**. Pokiaľ sa jednalo o informácie od ľudí, často uvádzali buď rodičov alebo učiteľov, ktorých si vážia, alebo kamarátov, ktorí sa danej téme venujú a rozumejú jej. Pomyselná kontrolka nad pravdivosťou informácií sa najčastejšie rozsvietila pri informáciách, ktoré boli podávané jednostranne alebo prezentovali niečo veľmi nepravdepodobné či neobvyklé (senzácia). Ďalej to boli informácie, ktoré nemali zdôvodnenie alebo bolo zdôvodnenie veľmi primitívne. V neposlednom rade nevzbudzovali dôveru aj bizarné informácie.

## Registrované dezinformačné témy

Na Slovensku sa podobne ako v Českej republike najviac diskutovalo o dezinformáciách týkajúcich sa **COVIDu-19 a očkovaní**. Fókusové skupiny prebiehali na rôznych typoch škôl, ako aj v nízkoprahovom centre pre mládež (NPDM). Facilitátorky často viedli diskusie k týmto témam, pretože predpokladali, že mladí ľudia majú bohaté skúsenosti s podobnými dezinformáciami. Jedna z účastníčok v rozhovore uviedla:

*„Keď prišla pandémia, všetci začali hovoriť, že očkovanie je len trik, ako nás kontrolovať. Našla som veľa rôznych článkov, ktoré si navzájom protirečili.“* (dievča, SOŠ s maturitou, SR)



Okrem pandémie mladí ľudia na Slovensku často spomínali dezinformácie o **celebritách, športe a videohrách**:

*„Niekedy sa objavujú články o tom, že videohry sú úplne zlé a spôsobujú, že ľudia sú agresívni, ale keď sa na to pozriete bližšie, zistili, že to vôbec nie je pravda. Je to dosť prehnané.“*  
(chlapec, gymnázium, SR)

V slovenských rozhovoroch sa tiež často objavovala téma **udalostí s varovaním pred prírodnými katastrofami**. Šírenie týchto dezinformácií zaznamenali mladí ľudia prostredníctvom sociálnych sietí, ako je TikTok. Tento príklad ilustruje, ako ľahko môžu mladí ľudia podľahnúť poplašným a nepravdivým správam, ktoré najčastejšie šíria strach a obavy:

*"Ja tiež niekedy pozerám TikTok-y o vesmíre, a tam sú väčšinou všelijaké veci, že na našu Zem pôjde meteorit a vybuchne Zem na budúci rok,..."* (chlapec, NPDM, SR)

#### Zaznamenané offline dezinformácie

Z rozhovorov vyplynulo, že dezinformácie sa nešíria iba online, ale aj prostredníctvom **osobných rozhovorov a médií**. Mladí ľudia uvádzali, že sa stretávajú s dezinformáciami šírenými prostredníctvom rodiny a priateľov. Tieto dezinformácie sa najčastejšie týkali **politiky a sociálnych otázok**:

*„Množstvo informácií, ktoré som čítal v novinách, sa ukázalo ako nepresné, ale často ma to ešte viac zmiatlo.“*  
(chlapec, gymnázium, SR)

Ďalšou oblasťou, kde sa mladí ľudia stretávali s dezinformáciami v offline prostredí, boli **lekárske konšpiračné teórie**. Hovorili o informáciách, ktoré počuli od príbuzných alebo známych ohľadom očkovania alebo iných zdravotných problémov. Tieto informácie mali väčšinou emocionálny podtext a šíрили strach.

Výsledky tak ukazujú, že mladí ľudia čelia rôznym typom dezinformácií, ktoré sa vyskytujú v ich každodennom živote, a to ako online, tak offline. Najčastejšie témy dezinformácií sa týkajú COVID-19, očkovania, politických udalostí, ale aj menej závažných oblastí, ako sú celebrity, videohry alebo predpovede prírodných katastrof. Daný kontext tiež poukazuje na to, že dezinformácie sa šíria nielen prostredníctvom digitálnych platforiem, ale aj pri osobných rozhovoroch a v tradičných médiách.



## Prežívanie a emócie

Dospievajúci prežívajú celý rad emócií, keď sú konfrontovaní s nepravdivými informáciami. Hoci ich reakcie vykazujú množstvo podobností, existujú aj významné rozdiely v tom, ako intenzívne a akým spôsobom tieto emócie prežívajú.

Jednou z hlavných spoločných črt je, že mladí ľudia v oboch krajinách reagujú na dezinformácie veľmi rôznorodo, **od ľahostajnosti až po silné negatívne emócie, ako je hnev a smútok**. Zároveň sa v oboch krajinách objavuje pobavenie, keď sa dospievajúci stretnú so zjavne absurdnými alebo bizarnými tvrdeniami. Často tiež uvádzajú, že pokiaľ sa ich dezinformácie osobne netýkajú, zostávajú emočne nezaujatí. Naopak, pokiaľ sa dezinformácia týka ich záujmov alebo hodnôt, napríklad ekológie, politiky alebo ľudských práv, sú ich reakcie oveľa silnejšie a častejšie spojené s frustráciou, hnevom alebo smútkom.

*„No, asi jakože záleží, jakože jaký, na jakou, nebo... Jakému přesně tématu ty dezinformace směřují, protože pokud je to něco, co mě třeba moc nezajímá, tak se k tomu budu jakože stavět jakože nad tím tolik nebudu přemýšlet, že to jako nebudu řešit. Ale když je to zrovna něco, co třeba podle mě ovlivňuje nějakou jakože větší skupinu lidí, a nebo mě samotnou, tak asi budu cítit jakože nějakou, jakože... Že budu jakože možná trochu našťvaná, a nebo mě to bude naopak mrzet, když je to něco prostě, co vím, že není pravda, ale rozšířilo se to třeba rychle a není to fér, tak by mě to asi jakože mrzelo.“* (dievča, gymnázium, ČR)

Zásadný rozdiel medzi oboma krajinami spočíva v intenzite a popise emócií. Zatiaľ čo české dáta ukazujú väčšie zameranie na detailné popisy emócií, ako je hnev, ľahostajnosť alebo smútok, slovenské dáta odhaľujú, že niektorí mladí ľudia sa pri konfrontácii s dezinformáciami emočne nezapájajú. To môže byť spôsobené tým, že dospievajúci trávajú veľké množstvo času bezcieľným "prechádzaním" obsahu na sociálnych sieťach bez toho, aby s nimi obsah hlboko rezonoval. Môže to však byť aj dôsledok toho, že mladí ľudia nie sú schopní alebo ochotní pomenovať a reflektovať svoje emócie.

*"...často len tak pozeráš do telefónu a nehľadáš nič konkrétne. Proste len pozeráš a nemyslíš si o tom nič. Vieš, že to nič nie je. Nevieš si, že to je zlé, to tak nemá byť. Alebo, že to nie je pravda a nemyslíš si o tom nič."* (chlapec, NPDM, SR)

Ďalším významným rozdielom je vnímanie konšpiračných teórií. Niektorí slovenskí adolescenti uviedli, že konšpiračné teórie **považujú za zábavné a niekedy si ich dokonca sami vymýšľajú ako prostriedok na pobavenie**. V českej časti výskumu sa tento jav neprejavil tak silne, pretože nepravdivé informácie sú všeobecne vnímané skôr s negatívnymi emóciami, ako je hnev a frustrácia. Pobavenie nad nepravdivými informáciami sa v oboch krajinách objavuje predovšetkým v prípadoch, keď sú informácie považované za natoľko absurdné, že sa stávajú smiešnymi.

*„Je to tak geniálne, že to až vzbudzuje fantáziu a sú z toho šťastní.“* (chlapec, gymnázium, SR)

Pokiaľ ide konkrétne o negatívne emócie, u českých adolescentov dominuje hnev a frustrácia, zatiaľ čo u slovenských adolescentov hrá významnú úlohu strach. Mladí ľudia sa obávajú, že dezinformácie môžu medzi ľuďmi šíriť paniku a strach. V tejto súvislosti tiež vyjadrujú smútok nad tým, ako ľahko môžu ľudia uveriť nepravdám. Tento aspekt strachu v českom výskume chýba a mladí ľudia kladú väčší dôraz na hnev voči tým, ktorí zámerne šíria dezinformácie.



„...to znechucení je možná i větší než ten člověk, co to jakože řekl. Protože když to někdo řekne, tak si řeknu, jako když je to fakt prostě i na tom vidět, že to není pravda, tak se tomu taky jakože zasměju, prostě něco buď zamrzí nebo tak, ale když už to někdo šíří, tak ty lidi jsou za to jako... Oni to vědomě šíří a většinou je to asi, mně to přijde možná i ještě horší než ten člověk, co s tím začal, ale záleží na situaci.“ (dievča, gymnázium, ČR)

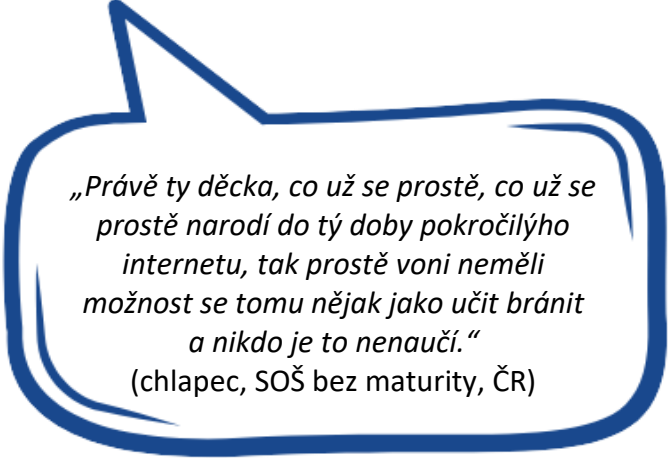
## Vnímaný vplyv dezinformácií na okolie a spoločnosť

Participantstvo si bolo vedomé, že aj keď sa ich niektoré dezinformácie osobne nedotýkajú a neškodia im, neznamená to, že neškodia iným ľuďom. Jeden z respondentov zmienil, že:

*"každý člověk má nějaké jiné slabé místo a díky tomu, je jich [dezinformací] strašně moc, a když jich je strašně druhů, tak pro každého člověka se něco najde."* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

### Skupiny v zraniteľnej situácii

Respondenti v Českej republike aj na Slovensku považovali za najzraniteľnejšie skupiny **deti a seniorov**. V prípade staršej generácie respondenti ako dôvod zraniteľnosti uvádzali predovšetkým to, že vyrastali v čase, keď technológie neboli dostupné. To podľa nich obmedzovalo schopnosť starších ľudí vyhodnocovať informácie, s ktorými sa stretávajú v súčasnom digitálnom prostredí, ktoré umožňuje komukoľvek stať sa šíriteľom obsahu bez ohľadu na jeho kvalitu. U malých detí považovali respondenti za obzvlášť škodlivé to, že vyrástli vo svete, v ktorom sú správy ľahšie dostupné na internete, a preto im možno ľahšie podľahnúť. Zároveň však zaznieval názor, že deti si za túto náchylnosť nemôžu samé:



*„Právě ty děcka, co už se prostě, co už se prostě narodí do té doby pokročilého internetu, tak prostě voni neměli možnost se tomu nějak jako učit bránit a nikdo je to nenaučí.“*  
(chlapec, SOŠ bez maturity, ČR)

Ako problém videli aj **vystavenie detí online svetu v príliš ranom veku**, keď ešte nie sú schopné posúdiť kvalitu konzumovaného obsahu.

Zaujímavé tiež bolo, ako sa mladí ľudia pozerali na ľudí, ktorí sú len o niekoľko rokov mladší ako oni. Ukázalo sa totiž, že správanie, ktoré mladšej generácii účastníci vyčítali, sa počas fókusových skupín sami dopúšťali. Typicky išlo o používanie neslušných slov:

*„Se podívejte, jaký mají ty děcka jako, který teďka vyrůstají, jaký maj vzory. Co dělaj. Já ještě jsem si hrával s autíčkama, ale teďka, v osmi letech jsem si hrával, ale teďka ty děcka prostě v osmi letech jsou na mobilu, jedou Tiktoky a dívají se na Youtube hry. Třeba i na takového Aleše Bejra, kterej je totální magor. Sprostěj jak sviňa. Pak v druhé třídě úplně vyfuckingou učitelku, řeknou, řeknou jí, ať*

*jde prostě, prostě jo, tam, kde se nesvítí, a prostě takhle no. Jakože to je už špatně.“* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

*„Že celkove informace, co se k těm malejm děckám dostanou, tak je prostě ovlivní na strašně dlouhou dobu a na strašně, jako, na strašně moc let, než si uvědomí vlastně, co jedou, co doopravdy, k čemu vzhlíželi.“* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

V prípade slovenských respondentov sa potom ukázalo, že si ako **skupinu náchylnú k dezinformáciám predstavujú aj ľudí bez vzdelania** alebo s nízkymi kognitívnymi schopnosťami:

*„Tak asi to bude tým, že tí ľudia, čo niečomu takému veria, sú nie úplne najmúdrejší a nerozumejú úplne dobre tomu, čo sa okolo nich deje, a je to pre nich jednoduchšie, než si reálne o tom zistiť niečo.“* (chlapec, gymnázium, SR)

V istom zmysle však tieto výroky neboli nutne len prostriedkom na identifikáciu ľudí, ktorí sú náchylní k dôvere v dezinformácie, ale slúžili aj ako **spôsob, ako sa vymedziť voči „tým druhým“ a predstaviť sa ako niekto, kto im v žiadnom prípade podľahnúť nemôže.**

Zároveň však účastníci z oboch krajín naznačili, že podľahnúť dezinformáciám môže byť v skutočnosti veľmi jednoduché, pretože všetci máme tendenciu k tzv. selektívnej expozícii, tj. prikláňame sa k informáciám, ktoré sú v súlade s našimi názormi, a naopak odmietame informácie, ktoré s nimi nie sú v súlade:

*"dokud jsme lidmi, tak jsme vlastně náchylnější věřit věcem, které pracují v náš prospěch, i když si to možná neuvědomujeme"* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

*„Samozrejme, rôzni ľudia sa rôzne ľahko o niečom presvedčia....ľahko sa presvedčia o niečom, v čo človek dúfa. Tak napríklad starší ľudia budú viac veriť tomu, že zdvihnú dôchodky. Lebo oni chcú viac peňazí a to je logické, na tom nie je nič zlé.“* (chlapec, NPDM, SR)

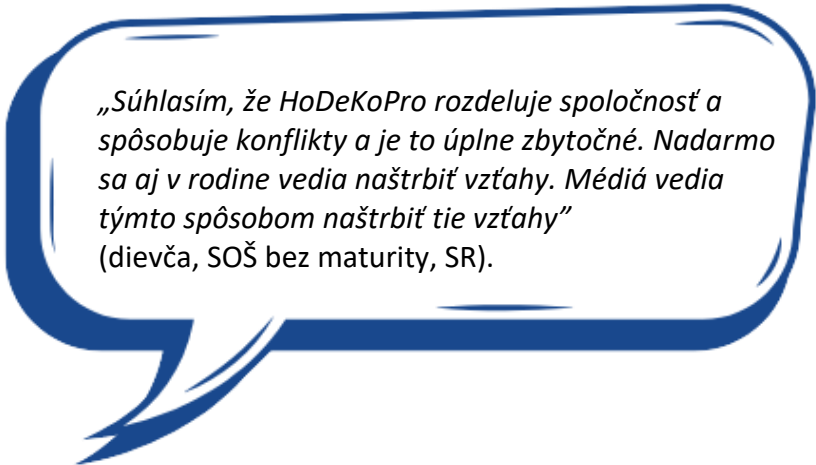
### **Vplyv a vnímaná miera hrozby pre spoločnosť**

Miera nebezpečnosti, ktorú môžu dezinformácie pre spoločnosť spôsobiť, bola potom pociťovaná predovšetkým vo vzťahu k téme, o ktorú išlo. Respondenti vnímali, že môžu existovať dezinformácie, ktoré nemajú veľký vplyv na spoločnosť, pretože sa netýkajú bezprostredného života ľudí. Zároveň si však uvedomovali, že môžu existovať dezinformácie, ktoré môžu mať významný vplyv. Ako príklad uvádzali tie, ktoré sa týkali **zdravotných otázok**:

*„Alebo keď bol covid, a nakrúcali ľudí ako sa dávajú očkovať, tak niektorí tvrdili, že v tých vakcínach sú čipy. Že všetkých nás začipujú, aj potom sa ľudia báli aj kvôli tomuto, že vakcína nie je nijako testovaná. Začali akože nedôverovať vláde, snažili sa kontrolovať vládu, aby nám nedali nejakú látku. A potom sme mali okolo seba ľudí, ktorí boli proti tej chorobe.“* (chlapec, gymnázium, SR)



Ako ďalšie riziko spojené so šírením dezinformácií vnímali mladí účastníci polarizáciu, rozdelenie spoločnosti, šírenie nenávisťi a konfliktov medzi ľuďmi:



*„Súhlasím, že HoDeKoPro rozdeluje spoločnosť a spôsobuje konflikty a je to úplne zbytočné. Nadarmo sa aj v rodine vedú naštříbiť vzťahy. Médiá vedú týmto spôsobom naštříbiť tie vzťahy“  
(dievča, SOŠ bez maturity, SR).*

### Príťažlivosť dezinformácií

Na otázku, čím je HoDeKoPro zaujímavé/atraktívne, mladí ľudia najčastejšie odpovedali, že jeho **zámerom je šokovať** a šíriť informácie, ktoré **„hrajú na city“** a sú zamerané na ľudí, ktorí majú **nudný život**.

*„Třeba, když to řeknu jako blbě, tak když se jim v životě nic neděje a chtěou, aby se něco dělo, tak si čtou tady ty jako fake newsy a tak, aby jako mohli něco aspoň řešit, když prostě mají nudnej život jakoby.“ (dievča, gymnázium, ČR)*

*„No, já si myslím, že to prostě jakoby má jako šokovat toho člověka nebo zahrát na ty emoce hodně, myslím, takže to jakoby spojuje jako...“ (chlapec, gymnázium, ČR)*

*„Já jsem ještě chtěla, já nevím, přemýšlím dál, ale chtěla jsem dodat, že lidi jakoby obecně prostě věří tomu, co se jim líbí, prostě. Nebo to, co jim jakoby dělá dobře, prostě proto, že je snadný tomu věřit, že jo, a oni jakoby žijou v nějaký prostě svý představě, ale nechtějí třeba vůbec přijmout ten druhý názor, že jo. No, to je tak nějak pointa, ale já o tom ještě přemýšlím.“ (dievča, gymnázium, ČR)*

Mladí ľudia tiež spomínali **vplyv skupiny**, ktorá môže hrať úlohu pri utváraní ich názoru na určitú tému.

*„Jen si myslím, že jsou obecně neotevřeni, stejně jako k jiným názorům.“ (chlapec, gymnázium, ČR)*

*„No, nebo se nechají snadno zmanipulovat někým, kdo jako... Ve třídě je někdo, kdo si vytvoří názor a všichni si říkají "jo, ten je super, takže jako všichni budeme poslouchat jeho názory a všichni budeme mít stejné." A to je to, co si myslíte?“ (dievča, gymnázium, ČR)*

*„Ano. Myslím, že i v naší třídě je to hlavně o tom, že máme prostě určitou skupinu lidí, vždycky se prostě vytvoří skupiny ve třídě. A myslím si, že většinou, když se podívám jako na naši třídu, tak si myslím, že vždycky je tam ta jedna skupina, která bude mít vždycky podobný názor. Na základě toho, že jsou prostě kamarádi a teď si nemyslím, že jsou jako, že jsou podobný typ lidí, takže můžou mít*



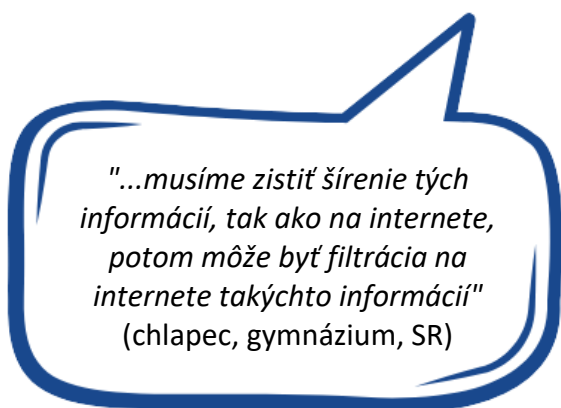
*podobné smýšlení, ale prostě na základě toho, že prostě fakt, že se hodně stýkají, tak automaticky budou sdílet ten stejný názor.“ (dievča, gymnázium, ČR)*

## Riešenia

V otázke možných riešení situácie so šírením dezinformácií, propagandy a dôvery v ňu sa naši respondenti a respondentky zamýšľali nad radom oblastí, pričom sme identifikovali tri dominantné:

### Technologické riešenia a riešenia na úrovni platforiem

V tejto oblasti ide o prevažne bližšie nešpecifikované **technologické opatrenia**:



Ďalšie riešenia, ktoré boli spomínané, boli **opatrenia zo strany zodpovedných platforiem**:

*"Ja si myslím, že keď niekto niečo postne na Instagram, tak by mohla byť nejaká aplikácia, ktorá by to skontrolovala, že či to je reálne alebo to je klamstvo, výmysel a keby sa najde niečo, čo by bola pravda, tak nechaj to povolí, inak automaticky by to odmietli." (dievča, SOŠ s maturitou, SR)*

*"A veľmi dobré je, keď si to tie stránky regulujú alebo tie firmy." (chlapec, NPDM, SR)*

*"...zajišťovať, aby bola nejaká regulace, ale spíše ne tvrdá, ale nejaká lehká." (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)*

U českého participantstva sme sa stretli s kritickejšim postojom k týmto opatreniam. Vyjadrovali sa totiž skôr v tom zmysle, že **kontrola obsahu "zhora"** alebo zákaz prístupu na určité stránky **nie je uskutočniteľný**, pretože by de facto išlo o cenzúru, čo je v rozpore s princípmi demokracie a slobody slova.

*"...ale pak mi došlo, že by to bylo omezování, že by to byla cenzura a tak jsem si vlastně jako řekl, že nemám žádný řešení. Že můžeme jako zatýkat, dávat pokuty, ale že to není řešení..." (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR).*

Niektoré návrhy riešení sa týkali veľmi špecifickej oblasti nepravdivých a zavádzajúcich informácií súvisiacich s osobnými záujmami respondentov a respondentiek:



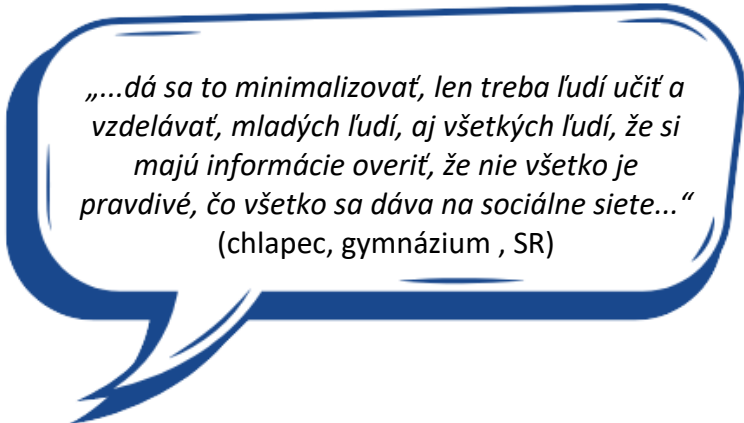
*"Tak keby to riešili napríklad tí, čo robia v Rockstar Games alebo GTA-čko, tak by o tom hovorili na svojich stránkach... nechať to tým oficiálnym ľuďom, nechaj to potvrdia."* (chlapec, NPDM, SR)

Tieto vyššie uvedené **spôsoby** možno označiť za **pasívne**, ide o návrhy smerujúce k eliminácii dezinformačného obsahu "zhora", pričom príjemcovia a konzumenti takýchto informácií iba dôverujú, že externé filtrovanie obsahu je spoľahlivé, respondenti v tomto type riešenia neuvažovali o žiadnom proaktívnom prístupe samotných konzumentov - snád' len v rámci inštalácie aplikácií, či rozšírení, ktoré by plnili funkciu tohto filtrovania obsahu.

## Vzdelávanie

Respondenti naprieč skupinami **zdôrazňovali úlohu formálneho a neformálneho vzdelávania** v odolnosti voči dezinformáciám. V niektorých prípadoch išlo o všeobecný návrh bez toho, aby bola špecifikovaná zodpovedná inštitúcia alebo prostriedok:

*„Ja si myslím, že je to o edukácii tých ľudí, že by ich mali vyškolit' ako sa tomu vyhnúť, nech predvídajú, aby ich to neobľbilo“* (chlapec, gymnázium, SR)



*„...dá sa to minimalizovať, len treba ľudí učiť a vzdelávať, mladých ľudí, aj všetkých ľudí, že si majú informácie overiť, že nie všetko je pravdivé, čo všetko sa dáva na sociálne siete...“*  
(chlapec, gymnázium, SR)

*„...alebo učiť od malička...“* (dievča, SOŠ s maturitou, SR)

*„já si myslím jako, že nějaké univerzální řešení není a že je spíš jako potřeba zajišťovat, aby byla společnost vzdělanější a informovanější a aby se, byly média, jejichž aktivním cílem je publikovat prostě pochybné informace, že existují jako nějaké způsoby, jak to opravit...“* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

V jednom návrhu bola vymenovaná aj úloha školy: *„Mohli by mať na informatike nejaký kurz alebo niečo, kde sa naučia to rozlíšiť, pravdu od nepravdy.“* (chlapec, gymnázium, SR)

Objavili sa aj návrhy, ktoré vyzdvihovali úlohu zvyšovania všeobecného povedomia o tejto problematike, avšak tiež bez upresnenia, ako by sa to malo robiť:

*„Viac o tom asi hovoriť.“* (chlapec, NPDM, SR)

*„Podľa mňa by sme o takýchto veciach mali viac hovoriť na verejnosti.“* (dievča, NPDM, SR)

V tomto navrhovanom spôsobe riešenia už môžeme pozorovať určitú mieru aktívneho prístupu v zmysle zdôrazňovania cieľavedomého získavania potrebných zručností prostredníctvom

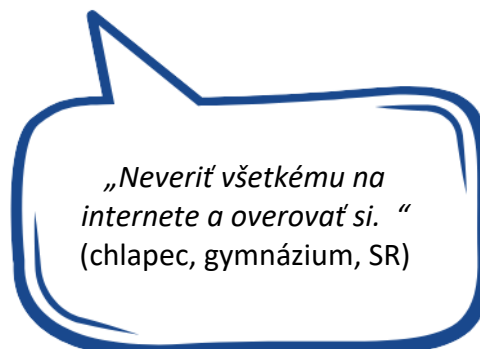
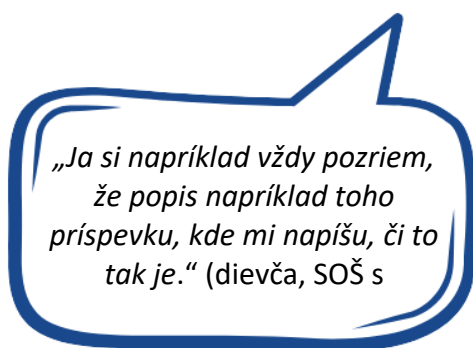


vzdelávania. Aj tak tu ale zostával (rovnako ako v prípade vonkajších intervencií) prvok závislosti na vonkajších činiteľoch a na tom, aké kompetencie títo činitelia prostredníctvom vzdelávania sprostredkovávajú. O niečo aktívnejší prístup sme pozorovali v českých skupinách, kde v kontexte vzdelávania účasťníctvo spomínalo aj úlohu **diskusie o rôznych témach, vystavenie pluralite názorov a možnosť o nich medzi sebou hovoriť**:

*„...mně třeba strašně pomáhají právě prostě diskuze, že se o tom můžete pobavit s hodně lidma, který maj jiný názory...utvořit si ten obrázek jako sami pro sebe...vlastně mít na to trošku potom víc jako objektivní pohled právě tím, že máte výměnu názorů mezi jinými lidma, kteří pocházejí buď z jiných sociálních vrstev...prostě sou ovlivnění taky jinýma lidma...“* (chlapec, gymnázium, ČR)

### Budovanie a využívanie vlastných kompetencií

Mnoho respondentov a respondentiek zaradilo na prvé miesto v úlohe odolnosti voči dezinformáciám **osobné kompetencie a tiež ich rozvoj**:



*„...čokoľvek si vyhladávame a chceme mať v tom jasno a mať pravdu, keď to hovoríme, tak nemôžeme veriť jednému zdroju. Vždy si nájsť aspoň tri, aby sme mali aspoň akú-takú istotu, že je to pravda...a dávať si pozor, čomu veríme a overiť si informácie, ak chceme mať naozaj v niečom pravdu.“* (chlapec, NPDM, SR)

*„Overiť si to z viacerých zdrojov, overiť si to lepšie.“* (chlapec, NPDM, SR)

*“Ale rozpozná se to spíš tím, že ten člověk jako o tom tématu, který koresponduje s tou dezinformací, jakoby ví hodně a právě pak si může udělat ten obrázek na to a sám jakoby vyvodit, jestli je to pravdivá informace nebo ne...zajímat se hodně o tu věc, kterou čtete, bych řekl...pokud chcete o něčem vědet pravdu, tak si prostě o tom zjistit co nejvíc asi...”* (chlapec, gymnázium, ČR)

*„Je důležité vlastně rozvíjet to kritické myšlení, aby si lidé mohli uvědomit, co odkud pochází a proč.“* (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

Ide o návrhy riešení s najvyššou mierou aktivity v prístupe k informáciám, kde do popredia vystupuje aktívne overovanie informácií a spoliehanie sa na vlastné kompetencie skôr než na vonkajšie zásahy.

Okrem vyššie uvedených oblastí priniesli diskusie vo fókusových skupinách aj niektoré individuálne **navrhované opatrenia**, ktoré možno považovať za veľmi **vágne** alebo dokonca prakticky nerealizovateľné, čo môže súvisieť s pomerne nejasnými predstavami mladých ľudí o tom, ako jednotlivé platformy fungujú a aké opatrenia možno v kontexte súčasnej legislatívy realizovať.

„Ignorovat.“ (chlapec, NPDM, ČR)

„Podľa mňa by sa to dalo tak, že budme múdrejší.“ (chlapec, NPDM, SR)

„Ja keby som mohla...tak týchto ľudí by som dala okamžite zavrieť, pretože páchajú zlo. Keby sa ukázalo, že tie stránky sú podvodné...“ (dievča, SOŠ bez maturity, SR)

„Jedine, že by sa zrušil internet.“ (dievča, SOŠ s maturitou, SR)

„Asi by polícia o tom mala vedieť.“ (dievča, SOŠ s maturitou, SR)

Niekoľko respondentov z českých skupín tiež spomenulo všeobecnú potrebu zmeniť spôsob získavania informácií od autorít – najčastejšie od učiteľov a rodičov. Respondenti zdôrazňovali potrebu uplatňovať **kritické myslenie** aj v tých situáciách, **keď komunikujeme s ľuďmi**, ktorých bežne považujeme za **authority**:

„Pro mě je jako největší problém, proč vůbec máme tendenci věřit dezinformacím, je způsob, jak funguje naše školství...protože jsem obecně učen...že vlastně názor nějaké autority...automaticky vnímat vše, co řekne jako fakt, neověřovat si zpětně, jestli to, co říká je pravda není pravda...a potom následně mám takový jako tendence uvěřit autoritě jenom na základě toho, že má nějaký vzdělání vyšší než já...“ (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

"Já mám vlastně něco podobného s tátou, já ho teda беру jako velice vzdělaného člověka, ale na něco se fakt dívá přes svůj osobní bias a já mám problém rozdělovat to, co vychází z jeho osobního biasu a to, co vychází z jeho vzdělání " (chlapec, SOŠ s maturitou, ČR)

## Zhrnutie - adolescenti

Mladí Slováci a Česi často bojujú s jasným rozlíšením pojmov ako hoax, dezinformácia, konšpiračná teória a propaganda, ktoré ich vedie k vytváraniu nesprávnych presvedčení a zvyšuje náchylnosť na manipulácie. Zaujímavé je, že napriek prístupu k širokému spektru informácií cez internet a sociálne médiá mali mladí ľudia tendenciu dôverovať informáciám z osobných zdrojov, ako sú rodina, či priatelia. Čas venovaný vyhodnocovaniu pravdivosti informácií bol pre mnohých úzko spojený s účelom, pre ktorý danú informáciu vyhľadali. Pokiaľ sa informácie venovali osobne dôležitým témam, boli mladí ľudia výrazne viac motivovaní pristupovať k informácii kriticky.

Zároveň sa ukázalo, že vyhodnocovanie prebieha na spektre od prvého (často vizuálneho) dojmu až po aktívne overovanie a dohľadávanie primárnych zdrojov, napríklad v akademických časopisoch. Väčšina mladých ľudí sa pohybovala niekde uprostred tohto spektra a opäť sa ukázalo, že pokiaľ je pre niekoho daná informácia osobne relevantná, venuje viac času jej vyhodnoteniu. Najčastejšími emočnými reakciami na dezinformácie boli hnev a frustrácia, ktoré buď mierili na ľudí, ktorí tieto informácie šíria alebo na ľudí, ktorí sa týmito informáciami nechajú manipulovať. Mladí ľudia si boli vedomí rozsiahleho dopadu nepravdivých správ na spoločnosť a zdôraznili potrebu vzdelávania a budovania kritického myslenia ako prostriedku na posilnenie odolnosti voči informačným hrozbám. Tieto zistenia podčiarkujú potrebu integrovať mediálnu gramotnosť do vzdelávania mladých a podporovať ich schopnosť nezávisle a zodpovedne vyhodnocovať informácie.



# Výzvy výučby mediálnej gramotnosti z pohľadu učiteľov a pracovníkov s mládežou

## Zistenia zo skupinových rozhovorov s dospelou populáciou

Cieľom nasledujúcej časti výskumu bolo preskúmanie osobného pohľadu učiteľov/učiteľiek a pracovníkov/pracovníčiek s mládežou z mimoškolských vzdelávacích organizácií a nízkoprahových centier, ktorí sa výučbe mediálnej gramotnosti venujú, na výzvy a prekážky, s ktorými sa pri svojej práci stretávajú. V texte je pre zjednodušenie často používaný súhrnný pojem „učitelia“, avšak výskumné zistenia sú interpretované v kontexte celého respondentstva z dospeléj populácie.

## Výskumný súbor – dospelá populácia

Jedna skupina sa zamerala primárne na učiteľov, ktorí mediálnu výchovu učia, buď ako samostatný predmet alebo ako prierezovú tému v rámci svojho predmetu ( $N_{SR}=5$ , z toho 3 ženy;  $N_{ČR}=7$ , z toho 6 žien). Druhá skupina sa zamerala na ľudí mimo školského systému. Išlo o ľudí, ktorí napríklad pracujú v organizáciách, ktoré sa mediálnemu vzdelávaniu venujú, alebo o ľudí, ktorí pracujú s mládežou v rôznych nízkoprahových zariadeniach a v rámci práce s mládežou sa témy mediálnej gramotnosti aktívne venujú ( $N_{SR}=6$ , z toho 4 ženy;  $N_{ČR}=7$ , z toho 6 žien). Nábor ľudí prebiehal cez osobné kontakty a oslovenie rôznych organizácií naprieč oboma republikami emailom. Jednalo sa o samovýber, čo pravdepodobne ovplyvnilo zloženie výskumného súboru a sú v ňom výrazne nadreprezentované osoby, ktoré mediálna výchova zaujíma.

## Metóda a procedúra - dospelá populácia

Fokusové skupiny s učiteľmi a pracovníkmi s mládežou prebehli v januári 2024, konkrétne 2 skupiny v každej krajine. Formát bol podobný ako v prípade skupín s adolescentmi (fokusové skupiny), ale líšil sa obsah otázok. Primárnym cieľom bolo preskúmať perspektívy ľudí aktívne angažovaných vo výučbe mediálnej gramotnosti (MG), nechať im priestor vlastnými slovami popísať výzvy a prekážky, s ktorými sa stretávajú. Na rozdiel od fokusových skupín s adolescentmi, prebehli skupiny s dospelou populáciou online (cez Teams). Tento formát sme zvolili preto, aby fyzická prítomnosť účasti diskusie nebola bariérou v možnosti zapojiť sa do štúdie. Všetci účastníci boli informovaní o cieľoch a priebehu štúdie a odovzdali nám podpísané informované súhlasy. Zároveň boli informovaní o tom, že rozhovor je nahrávaný pre účely prepisu, ktorý následne ich identity anonymizoval a ponechal sme si len informácie o ich pracovnej pozícii a rode. Podobne ako v prípade adolescentných skupín, po každej skupine prebehol krátky debriefing a ľudia mali možnosť vysloviť názory, na ktoré počas diskusie nebol čas, prípadne sa opýtať na čokoľvek, čo s výskumom súviselo.

## Príklady otázok z rozhovorov (striedame verzie pre učiteľov a pre ľudí z mimoškolských vzdelávacích organizácií / nízkoprahových centier):

- Spomeniete si na situáciu alebo moment, kedy ste si prvýkrát všimli, že sa fenomén dezinformácií medzi mladými ľuďmi objavuje? Napadne vám konkrétna situácia?



- Otvárajú študenti/ vaši klienti sami túto tému? Chodia za vami s otázkami? Ako na to reagujete?
- V akých situáciách vnímate vystavenie dezinformáciám ako problém?
- Preniká téma dezinformácií do výučby/ do vašej práce s mládežou?
- Začnem zámerne veľmi široko, a to, ako teda pracujete s témou mediálnej výučby?
- Čo vám príde dôležité študentom odovzdať? Čo považujete za dôležité, čo by sa mali naučiť?
- Ako pri tom postupujete? Ako vlastne vyzerá vaša výučba mediálnej výchovy? Máte nejaké konkrétne stratégie, ktoré používate?
- Ktoré stratégie vám fungujú lepšie a ktoré horšie?
- Ako hodnotíte mediálnu gramotnosť študentov? Čo považujete za úspech a čo za neúspech? Ako hodnotíte, či tieto stratégie fungujú aj dlhodobo?
- Čo považujete za najväčšiu výzvu v mediálnej výučbe?
- Aké zdroje máte k dispozícii na prípravu výučby?
- Odkiaľ tieto zdroje čerpáte? Zúčastnili ste sa nejakého školenia/seminára? Prečo áno/nie?
- Ako sa v týchto zdrojoch orientujete? Podľa čoho si vyberáte?
- Akú úlohu v tom zohráva vedenie školy? Dostávate podporu od vedenia školy?

## Výsledky - dospelá populácia

### Vnímané vlastné kompetencie

Prvým kľúčovým aspektom, ktorý učitelia potrebujú na podporu študentov v oblasti mediálnej gramotnosti (MG), je **presvedčenie o vlastných kompetenciách**. V rámci fókusových skupín sa opakovane ukazovalo, že schopnosť dôverovať svojim znalostiam a skúsenostiam je rozhodujúca pre sebavedomú prácu s témami MG. Respondenti vyzdvihovali, že vnútorné presvedčenie o vlastných zručnostiach je dôležitým zdrojom, avšak pripúšťali, že jeho nedostatok môže zhoršiť ich schopnosti pri výučbe MG. Ako uviedol jeden z účastníkov: „...problém je v tom, že učitelé nemajú jako žádný odborný základ. Když někomu řeknete ‚Uč jako mediální výchovu, tak to je úplně stejný, jak když mi někdo řekne, zítra budeš učit fyziku“ (ČR, muž, učitel na škole).

Okrem toho sa kompetencie úzko spájajú s **dostupnosťou vhodného vzdelávania**. Respondenti zdôraznili, že špecializované školenia im môžu poskytnúť potrebné zručnosti a motiváciu k ďalšiemu vzdelávaniu. „...skvelé školenie, dvojdňové, ktoré som absolvovala, mi toho dalo fakt veľa a odvtedy som tak namotivovaná si to vyhľadávať“ (SR, žena, pracovníčka s mládežou), povedala jedna z účastníčok. **Nedostatok príležitostí na vzdelanie** bola potreba, ktorá sa opakovala naprieč skupinami v oboch krajinách: „...čo by sme potrebovali ako tú podporu je práve možno aj nejaké certifikované vzdelávanie, ktoré by nám dalo, povedzme, ten štepel, že sme kvalifikovaní pracovať s týmito témami“ (SR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia).

**Frustrácia** z nedostatku vzdelania alebo obmedzených možností na vzdelávanie sa tiež odrážala v bezradnosti učiteľov, ktorú zažívajú v konkrétnych situáciách. Mnohí z nich sa cítili **zneistení**, keď sa stretli s otázkami alebo informáciami, s ktorými si nevedeli poradiť. Ako povedala jedna účastníčka:



„...čo teraz s touto informáciou, keď absolútne neviem, ako argumentovať nejakými faktami?“ (SR, žena, pracovníčka s mládežou). Očakávanie, že učitelia dosiahnu potrebné kompetencie pre efektívne vyučovanie MG, vedie k tomu, že sa aktívne snažia hľadať vhodné materiály a zdroje na štúdium. „Mám pocit, že bych potrebovala – něco vím – ale měla bych ráda nějaký materiál, kde bych to měla všechno velmi jasně a stručně sepsané“ (ČR, žena, pracovníčka s mládežou). Problémom spojeným s nutnosťou neustáleho reagovania na zmeny v obsahu výučby a potreby samoštúdia, bol najčastejšie **čas**. Táto téma sa opäť diskutovala naprieč skupinami a naprieč krajinami.

Na záver, potreba osvojiť si kompetencie v oblasti MG bola neustále prítomná. Tí učitelia, ktorí sa aktívne zaujímali o túto problematiku, popisovali **väčší pocit kompetencie a sebadôvery**, čo pozitívne ovplyvnilo nielen ich prípravu na výučbu, ale aj samotnú výučbu MG. Záujem o aktuálne témy a mediálne dianie im umožňoval lepšie reagovať na otázky a problémové situácie, čím sa stávali efektívnejšími v práci s mládežou.

### Mediálna (ne)gramotnosť – vnímané vlastné limity

Ďalšou výzvou, ktorej učitelia a pracovníci s mládežou čelili bola ich **vlastná schopnosť kriticky vyhodnotiť mediálny obsah**, čo veľmi presne vystihol respondent v učiteľskej skupine: „...obecně jako ty učitelé nemají jako vyšší nějakou mediální gramotnost, než mají ty ostatní. Neví moc, jak fungují média, ne, nevyznají se v tom mediálním průmyslu...“ (ČR, muž, učiteľ na škole). Napriek tomu, že vnímaná úroveň vlastnej (osobnej) mediálnej gramotnosti úzko súvisí s vyššie spomenutými kompetenciami, zaslúži si zvláštnu pozornosť, pretože podľa našich respondentov a respondentiek významne ovplyvnila ich schopnosť kriticky vyhodnocovať mediálny obsah v širšom kontexte, nielen vo vyučovacom procese. Navyše oproti relatívne vágne diskutovaným kompetenciám nadobúda potreba rozvoja vlastnej mediálnej gramotnosti viac konkrétnu podobu. Diskusie o úrovni vlastnej mediálnej gramotnosti sa vo väčšine prípadov otočili na diskusiu o stave MG kolegov a kolegýň. Je to relatívne pochopiteľné, ak sa na reflexiu vlastnej úrovne mediálnej gramotnosti pozeráme ako na citlivú tému, v kontexte fókusovej skupiny a prítomnosti ďalších účastníkov.

Možné vysvetlenie odklonu od vlastných nedostatkov a väčší dôraz na problémy ostatných ponúkol respondent v učiteľskej skupine. „...což je další problém v té vzdělávací oblasti, že spousta učitelů se bojí zeptat na to, že něco neví, že, že si s tím nedokáže jako nějak poradit, což je tak jako velká bariéra rozvoje něčeho, co my víme, že všeobecně ti učitelé neumí.“ (ČR, muž, učiteľ na škole). Toto zameranie na úroveň MG kolegov a kolegýň síce priamo neovplyvňovalo výučbu MG, v širšom zmysle však predstavovalo prekážku, pretože učitelia cítili **nedostatok podpory**. Mnohí sa cítili izolovaní a nedôvera voči kolegom v otázkach MG mohla viesť k napätiu a konfliktom na pracovisku, ktoré mali vplyv na vyučovanie. Ako naznačila jedna z respondentiek: „...já tam vnímám, už nás rozdělilo očkování a takový jako opravdu... A to jsou opravdu citlivé zdravotní témata“ (ČR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia). Situácia mohla prerásť až do požiadaviek na zákaz diskusie o určitých témach, čo podkopávalo harmonické pracovné podmienky. Respondenti tiež vyjadrovali sklamanie a pobúrenie z toho, že ich kolegovia sa stávali šíriteľmi dezinformácií, čo mohlo ohroziť ich autoritu a dôveryhodnosť: „... ako může toto zdielať niekto, kto je učitel?“ (SR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia).

Porovnanie MG učiteľov a ich študentov ukázalo, že učitelia si často uvedomovali, že nemôžu odovzdávať znalosti študentstvu, ktoré je v tejto oblasti obratnejšie: „...my jsme tam pořádali



takovou veľkou akci vĕnovanou nĕjakĕ interpretaci informaci... a stalo se nĕm to, ŷe ti, kdo se nĕm v tĕch informaciach ztratili, byli ti dospĕlĕ...“ (ĀR, ŷena, uĕitelka na ŷkole); „...tieŷ som sa neraz stretol v praxi s tĕm, ŷe ŷkola aj samotnĕ uĕitelia ako ŷirili rĕzne pochybnĕ informaciĕ a sprĕvy, minimĕlne mali rĕzne pochybnĕ postoje“ (SR, muŷ, pracovník mimoŷkolskĕho zariadenia). Z toho vyplýval logickĕ rozpor: uĕitelia by mali byĕ vzorom pre ŷtudentov v oblasti mediĕlnej gramotnosti, ale Āasto zaostĕvali. **Cĕtili, ŷe nemĕŷu predĕvĕt znalosti, keď sami bojujĕ s vlastnĕmi medzerami.** Osobnĕ mediĕlnu gramotnosĕ uĕitelia považovali za nevyhnutnĕ zdroj, nielen pre seba, ale aj pre svojich kolegov, na ktorĕch by sa radi obracali. Āastĕ poukazovanie na kolegov v rozhovoroch podĕiarklo dĕlĕŷitosĕ kolektĕvu a kolegiĕlného zĕzemia pre vĕuĕbu. Jeho absencia a naruŷenie sa vŷak stali jednĕm z najkritickejšĕch aspektov, ktoré uĕitelia vnĕmali v rĕmci prĕce s MG.

## Potreba spolupracĕ

Silne vnĕmanou potrebou, napriĕĕ skupinami v oboch krajinĕch, bola potreba spolupracĕ. Tĕ pramenila z **pocitu osamotenĕa**, ktorĕ vyjadrovala vŷeobecnĕ potrebu uĕitelĕv maĕ sa – v kontexte vĕuĕby mediĕlnej gramotnosti (MG) – na koho obrĕtiĕ a s kĕm spolupracovaĕ. Uĕitelia v tejto oblasti Āastejšie nĕŷ u inĕch predmetov pociĕovali, ŷe sĕ v tomu sami: „...prĕve niektorĕ ich [uĕitelĕv; pozn. ed.] kolegovia sĕ inak naklonenĕ tejto tĕme ako oni, Āiŷe skĕr sa cĕtia osamotenĕĕ“ (SR, ŷena, pracovníĕka mimoŷkolskĕho zariadenia). **Frustrĕcia z nedostatku podpory a spolupracĕ** ich nĕtila niestĕ ŕarchu vĕuĕby MG na svojich pleciach. Ako uviedol jeden z respondentov: „...[uĕitelia; pozn. ed.] sĕ prĕve takĕ sami vojaci v poli, ŷe sĕ tak nĕjako na okraji...“ (SR, ŷena, pracovníĕka mimoŷkolskĕho zariadenia).

Uĕitelia si uvedomovali, ŷe v prĕci s MG **chĕba tĕmovĕ prĕca a podpora**, pretoŷe si uvedomovali, ŷe vĕuĕba MG je obvykle predmetom zĕujmu iba jednotlivcov, ako naznaĕil jeden z respondentov: „...teĕ budu reŷit jako modernĕ dĕjiny, tak vĕm, ŷe tam mĕm jako 4 skvĕlĕ kolegy a vĕm, ŷe dostanu nĕjakej zdroj. Ale v tom mediĕlnĕm vzdĕlĕvĕnĕ to tak nenĕ“ (ĀR, muŷ, uĕitel na ŷkole). Tĕto jednotlivci pociĕovali, ŷe **ostatnĕ o MG neprejavujĕ zĕujem**, a preto sa cĕtili izolovanĕ: „Jinak to celkem druhĕ vĕbec neŕeŷĕ, protoŷe prostĕ na to nemĕjĕ Āas a tak dĕle a tak dĕle“ (ĀR, ŷena, uĕitelka na ŷkole).

Nedostatok spolupracĕ medzi uĕitelmi vyjadroval aj frustrĕciu a nedostatoĕnĕ zdieľanie informaciĕ, Āo nĕsledne prispievalo k pocitu osamotenĕa. Uĕitelia sa Āasto cĕtili, ŷe **nemĕjĕ s kĕm zdieľĕt svoje skĕsenosti a pocity**: „...ŷe by se tomu [kolegovĕ; pozn. ed.] vĕnovali nĕjak vĕce... tak to tak ŕplnĕ u nĕs nefunguje“ (ĀR, ŷena, uĕitelka na ŷkole). Tento nedostatok potreby spolupracĕ a zdieľania mohol predstavovaĕ **prekĕŷku v ich vlastnej motivĕcii a rozvoji**: „...to sdĕlenĕ tĕchto zkuŷenostĕ je jako klĕĕovĕ, potom, pro nĕjakĕ nĕŷ dalŷĕ jako posun“ (ĀR, ŷena, pracovníĕka mimoŷkolskĕho zariadenia).

Respondenti sa zhodli, ŷe by **potrebovali jasne definované cĕle a podporu na vŷetkĕch ŕovniach**, aby zaistili efektĕvnu vĕuĕbu MG a znĕžili pocit osamotenĕa. Takto zdieľanĕ spolupracĕ bola pre uĕitelĕv zĕsadnĕ nielen po profesionĕlnej, ale aj po osobnej strĕnke, a preto bolo treba vyvinuĕ prax, ktorĕ by umoŷnila lepŷiu organizĕciu a systematickĕ prĕstup k vĕuĕbe MG.

## Nadstavenie systĕmu a spoločnosti

Poslednou tĕmou bol pohľad uĕitelĕv na celospolĕĕenskĕ nastavenie ako vĕznamnĕ zdroj, Āi potenciĕlna prekĕŷka vo vĕuĕbe mediĕlnej gramotnosti (MG). Uĕitelia sa zhodli, ŷe **okolnosti vĕuĕby do znaĕnej miery zĕvisia od systĕmovĕho nastavenĕa**; vyjadrovali pocit, ŷe rĕzne politickĕ zĕujmy mĕŷu ovplyvniĕ ich opornĕ body a spĕsobiĕ obmedzenie ich prĕce. Tento pohľad bol, na rozdiel od



kompetencií a vnímanej osobnej mediálnej gramotnosti, najmenej individuálny a zameriaval sa na širšie spoločenské a štátne vplyvy, ktoré môžu jednotlivci len ťažko ovplyvniť. Na dôležitosti týchto vplyvov sa zhodli respondenti z oboch krajín.

Hlavným argumentom, ktorý rezonoval medzi všetkými skupinami, bolo, že **na výučbu MG sa v spoločnosti kladie nedostatočný dôraz**. Respondenti naprieč oboma štátmi pociťovali, že MG je okrajovým záujmom. Vyskytli sa pripomienky, že aj keď sa MG na školách vyučuje, obvykle je to len doplnková téma. Nedostatok záujmu a systémovej podpory bol pociťovaný aj v mimoškolských zariadeniach, kde bola MG považovaná za menej podstatnú: *“A, ehm, když přemýšlím o tom, jak pracujeme tady s tímto tématem, tak myslím, že spíš tak jako okrajově”* (ČR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia). Niektorí respondenti pripúšťali, že hoci považovali riešenie MG za dôležité, čelili nedostatku podpory zo strany vedenia: *“...já jsem nezaznamenala z vedení charity nějakou snahu něco v tomto podnikat, ale já jsem to nezaznamenala”* (ČR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia). Naprieč rozhovormi vyšlo najavo, že respondenti kritizovali aj absenciu organizačných aspektov v rámci výučby MG a zdôrazňovali potrebu systematického a organizovaného prístupu: *“...ja čo mám skúsenosť zo škôl, tak veľmi málo sa touto otázkou zaoberajú”* (SR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia). Jeden z respondentov poukázal na to, že učitelia musia často rozdeliť svoj čas, aby sa mohli venovať výučbe MG, a že **absencia času je základným problémom**: *“Pre mňa akože základný challenge je proste čas”* (SR, muž, učiteľ na škole).

**Nedostatok vhodného zázemia a času** bol považovaný za prekážku, ktorá bránila kvalitnej výučbe MG. Jedna respondentka poznamenala, že nie je reálne, aby sa učitelia dostatočne zaoberali výučbou MG: *“...tak nám na to taky zejména chybí jako čas...”* (ČR, žena, učiteľka na škole). Učitelia sa cítili osamelí a odkázaní na vlastnú iniciatívu, pričom sa snažili tému presadiť aj na úkor iných: *“...keď sa im podarí zaradiť tieto aktivity, tak je to veľmi silná ich iniciatíva”* (SR, žena, pracovníčka mimoškolského zariadenia). V tejto súvislosti bolo jasné, že učitelia by chceli mať od systému väčšiu podporu, aby mohli výučbu MG realizovať bez obáv: *“Mně by se jako hrozně líbilo, kdybysme se jako nebáli takovejchhle témat, kdybysme si jako řekli, že to je priorita, problém, chceme tomu nějakým způsobem pomoci. A nejen jako my, co tady sedíme a řešíme to, věnujeme se tomu. Ale i jako třeba důležitější části společnosti, nějaký jako rozhodující, který na to mají opravdu jako vliv.”* (ČR, muž, pracovník mimoškolského zariadenia).

## Zhrnutie - dospelá populácia

Rozhovory s učiteľmi/učiteľkami a pracovníkmi/pracovníčkami s mládežou poukázali na ich potreby podpory a jasnejších pokynov, aby mohli efektívne vyučovať mediálnu gramotnosť. Analýza rozhovorov poukázala na to, že **najsilnejšou potrebou**, ktorú učitelia a pracovníci s mládežou pri výučbe MG majú, je **pocit istoty**, ktorú získavajú prostredníctvom vlastných znalostí, zručností, spolupráce s kolegami, zdieľania skúseností a systémovej podpory. Prekážky vo výučbe mediálnej gramotnosti boli často spojené s **nedostatkom** týchto **zdrojov**, čo viedlo k pocitom osamelosti, neistoty a nedostatku podpory.





# Limity kvalitatívneho výskumu

Vzhľadom na to, že výskum bol realizovaný prostredníctvom fókusových skupín, je potrebné uviesť niekoľko obmedzení, ktoré ovplyvňujú jeho závery. Po prvé, výskum zahŕňal iba obmedzenú vzorku respondentov – adolescentov a pracovníkov s mládežou z dvoch krajín (Českej a Slovenskej republiky). Výsledky preto nemusia byť plne generalizovateľné na širšiu populáciu mladých ľudí. Ďalej, otvorená diskusia v skupine môže u niektorých účastníkov vyvolať tendenciu prispôbovať svoje odpovede prevládajúcim názorom, čo môže skresliť autentické postoje jednotlivcov. Ďalším obmedzením je relatívne krátka doba rozhovorov (cca 2 hodiny), čo nemusí poskytnúť dostatočne hlboký pohľad do komplexných tém, ako sú dezinformácie a ich vnímanie.

## Zhrnutie kvalitatívnej časti

Kvalitatívny výskum priniesol cenné informácie o vnímaní dezinformácií, hoaxov a propagandy medzi mladými ľuďmi v Českej a Slovenskej republike. Napriek určitým obmedzeniam sa domnievame, že tento výskum prispel k hlbšiemu pochopeniu vnímania rizík digitálneho prostredia dospievajúcimi a identifikoval kľúčové oblasti, v ktorých je potrebné posilniť mediálnu gramotnosť. Výsledky budú užitočné nielen pre odborníkov zapojených do vzdelávania, ale aj pre všetkých, ktorí sa snažia predchádzať rizikám spojeným so šírením nepravdivých informácií medzi mladými ľuďmi.



# Kvantitatívna časť - Online mapovanie

Pre hlbšie poznanie obrazu mladých ľudí o hoaxoch, dezinformáciách, konšpiračných teóriách a propagande (ďalej len HoDeKoPro) bolo realizované online mapovanie, do ktorého boli zapojení mladí ľudia naprieč celým Slovenskom. Cieľom výskumu bolo zachytiť väčšiu časť populácie, najmä študentov a študentky základných a stredných škôl, s dôrazom na doplnenie výskumných zistení z fókusových skupín. Dotazníková batéria bola zostavená tak, aby pokryla širokú sféru faktorov, ktoré súvisia s HoDeKoPro v online priestore aj v osobnom kontakte. Prevažne autorské dotazníky sa zameriavajú na pochopenie toho, odkiaľ čerpajú mladí ľudia informácie, ako vnímajú HoDeKoPro, kde sa s nimi stretávajú, ako reagujú, či čo prežívajú pri kontakte s nimi. Zisťovaná bola aj všeobecná tendencia upodozrievať rôznych aktérov zo šírenia dezinformácií, či osobné presvedčenia a skúsenosti respondentov/-iek s nepravdivými informáciami.

## Výskumný súbor a zber dát

Do výskumu bolo zaradených  $N = 2075$  respondentov/-iek, pričom všetky údaje boli úplné, bez chýbajúcich hodnôt. Pôvodný súbor bol tvorený  $N = 2564$  respondentmi/-kami, z čoho 19,07 % bolo vypustených z analýz vzhľadom na vysoké skóre nekonzistencie výpovedí. Súbor bol rovnomerne rozdelený vzhľadom na rod respondentov/-iek:  $n = 910$  respondentov boli muži (43,8 %),  $n = 1064$  boli ženy (51,3 %), a  $n = 101$  osôb sa identifikovalo ako „iné“ (4,9 %). Respondenti/-ky boli diferencovaní/-é do troch základných vekových kategórií. Najväčšia skupina respondentov/-iek bola vo veku 13 až 15 rokov ( $n = 1269$  osôb, 61,1 %). Druhou najväčšou skupinou boli respondenti/-ky vo veku 16 až 18 rokov ( $n = 650$  osôb, 31,3 %), a najmenej zastúpenou skupinou boli respondenti/-ky vo veku 19 a viac rokov ( $n = 156$  osôb, 7,5 %). Priemerný vek respondentov/-iek bol  $M = 15,37$  rokov. Zastúpenie respondentov/-iek vzhľadom na navštevovaný typ školy, bolo nasledovné: 57,6 % ( $n = 1195$ ) navštevovalo základnú školu, 30,7 % ( $n = 636$ ) bolo na strednej škole a 10,0 % ( $n = 208$ ) študovalo na gymnáziu (vrátane 8-ročných gymnázií). Geografická distribúcia respondentov/-iek naprieč Slovenskom bola rôznorodá. Najviac respondentov/-iek pochádzalo z Banskobystrického kraja ( $n = 534$  osôb, 25,7 %), nasledovaného Košickým krajom ( $n = 392$  osôb, 18,9 %) a Prešovským krajom ( $n = 252$  osôb, 12,1 %). Najmenej respondentov/-iek pochádzalo z Trnavského a Žilinského kraja (zhodne po  $n = 145$  osôb, 7,0 %). Pokiaľ ide o veľkosť miesta bydliska, väčšina respondentov/-iek pochádzala z obcí do 10-tisíc obyvateľov ( $n = 1188$  osôb, 57,3 %). Ďalšie významné skupiny predstavovali respondenti/-ky z miest s počtom obyvateľov do 50-tisíc ( $n = 342$  osôb, 16,5 %) a do 25-tisíc ( $n = 310$  osôb, 14,9 %). Najmenej respondentov/-iek bolo z miest nad 100-tisíc obyvateľov ( $n = 85$  osôb, 4,1 %). Podrobnejšie údaje o výskumnom súbore sú uvedené nižšie v tabuľke 2.

Dáta pre predmetný výskum boli zbierané v období mesiacov marec a apríl 2024 prostredníctvom online formulára, ktorý bol administratívne spracovaný v skupinovej forme, konkrétne po triedach v školách. Zber dát prebiehal anonymne, nakoľko respondenti/-ky neudávali žiadne osobné údaje, na základe ktorých by bolo možné respondenta/-ku identifikovať. Každý/-á respondent/-ka bol/-a oboznámený/-á s cieľom štúdie a súčasťou formulára bol aj informovaný súhlas. Tento súhlas bol zabezpečený spôsobom, aby respondenti/-ky boli jasne informovaní/-é o dobrovoľnej povahe účasti na výskume, možnosti kedykoľvek odstúpiť bez následkov, a o zabezpečení dôvernosti ich odpovedí. Prístup k formuláru bol umožnený len členom/-kám výskumného tímu cez zabezpečenú platformu, čím bola zaručená anonymita všetkých účastníkov/-čok.



Tabuľka 2: Charakteristika výskumného súboru.

Premenná		N	%
Rod	Muž	910	43,9
	Žena	1064	51,3
	Iné	101	4,9
Veková kategória	13-15	1269	61,2
	16-18	650	31,3
	≥19	156	7,5
Typ školy	Základná škola	1195	57,6
	Gymnázium	208	10,0
	Stredná škola	636	30,7
Kraj	Bratislavský	170	8,2
	Trnavský	145	7,0
	Nitriansky	199	9,6
	Trenčiansky	238	11,5
	Banskobystrický	534	25,7
	Žilinský	145	7,0
	Prešovský	252	12,1
	Košický	392	18,9
Veľkosť mesta bydliska	do 10-tisíc obyvateľov	1188	57,3
	do 25-tisíc obyvateľov	310	14,9
	do 50-tisíc obyvateľov	342	16,5
	do 100-tisíc obyvateľov	150	7,2
	nad 100-tisíc obyvateľov	85	4,1

## Výskumné metódy

Za účelom kvantitatívneho mapovania bolo vyvinutých niekoľko autorských dotazníkov, ktoré boli navrhnuté na detailné skúmanie rôznych aspektov spojených s hoaxmi, dezinformáciami, konšpiračnými teóriami a propagandou. Tieto nástroje boli konštruované s cieľom pokryť široké spektrum faktorov a premenných, ktoré sú relevantné pre pochopenie skúseností, správania, postojov a emocionálnych reakcií jednotlivcov v súvislosti s nepravdivými informáciami. Škály boli navrhnuté spôsobom, aby poskytli komplexné údaje na základe vedeckých princípov a psychometrických analýz:

- **Škála všeobecnej HoDeKoPro mentality** (Zsírosová, Tomšík & Belovičová, 2024): nástroj je zameraný na meranie a skúmanie všeobecných presvedčení o zámernom šírení HoDeKoPro rôznymi aktérmi. Ide o všeobecnú tendenciu – mentalitu, podozrievať rôznych aktérov zo zámerného zavádzania verejnosti prostredníctvom šírenia nepravdivých, či skreslených informácií. Škála pozostáva zo 16 položiek rozdelených do štyroch faktorov: Hoaxy, Dezinformácie, Konšpiračné teórie a Propaganda. Každý faktor obsahuje štyri položky, hodnotené na šesťbodovej Likertovej škále, ktorá mapuje mieru nesúhlasu alebo súhlasu respondentov/-iek s uvedenými tvrdeniami. Položky faktoru Konšpiračné teórie sú prebraté z Dotazníka konšpiračnej mentality (Conspiracy Mentality Questionnaire; Bruder et al., 2013). Psychometrické ukazovatele dotazníka preukazujú jeho vysokú spoľahlivosť a validitu.



Vnútoraná konzistencia dotazníka bola vyhodnotená pomocou analýz McDonaldovo  $\omega$  (0,894) a Cronbachovo  $\alpha$  (0,893). Následne boli analyzované psychometrické ukazovatele faktorového modelu dotazníka, pričom výsledky naznačujú veľmi dobrú zhodu modelu s dátami. Hodnota chí-kvadrát testu bola  $\chi^2(97) = 299,922$ ,  $p < 0,001$ . Model mal vysokú zhodu s dátami, ako naznačujú hodnoty CFI = 0,990, TLI = 0,988, a RMSEA = 0,032 (90 % CI [0,028, 0,036]).

- **Škála HoDeKoPro presvedčení** (Zsírosová, Tomšik & Belovičová, 2024): nástroj je zameraný na mapovanie miery súhlasu s rôznymi tvrdeniami, ktoré sú založené na hoaxoch, dezinformáciách, konšpiračných teóriách a propagande. Respondenti/-ky hodnotili pravdivosť jednotlivých tvrdení na štvorbodovej Likertovej škále, kde 1 znamená „Určite nepravdivé“ a 4 znamená „Určite pravdivé“. Celkové skóre sa vypočíta súčtom jednotlivých položiek, pričom vyššie skóre indikuje vyššiu tendenciu viery respondentov/-iek v konkrétne HoDeKoPro. Psychometrické ukazovatele dotazníka preukazujú jeho vysokú spoľahlivosť a validitu. Vnútoraná konzistencia dotazníka bola vyhodnotená pomocou analýz McDonaldovo  $\omega$  (0,778) a Cronbachovo  $\alpha$  (0,773). Následne boli analyzované psychometrické ukazovatele faktorového modelu dotazníka, pričom výsledky naznačujú veľmi dobrú zhodu modelu s dátami. Hodnota chí-kvadrát testu bola  $\chi^2(35) = 117,882$ ,  $p < 0,001$ . Model mal vysokú zhodu s dátami, ako naznačujú hodnoty CFI = 0,986, TLI = 0,982, a RMSEA = 0,034 (90 % CI [0,027, 0,041]).
- **Škála kontaktu s témami HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšik & Belovičová, 2024): Nástroj bol navrhnutý na mapovanie frekvencií stretávania sa respondentov/-iek s dezinformáciami v rôznych témach počas posledného mesiaca. Cieľom nástroja je poskytnúť komplexný prehľad o rozšírení a charaktere dezinformácií v rôznych oblastiach a umožniť analýzu vzorcov a trendov v šírení nepravdivých informácií. Nástroj je tvorený 15 položkami, ktoré sú kategorizované podľa piatich hlavných faktorov: Politické dianie, Ľudské práva, Zdravie, Životné prostredie a Financie. Respondenti/-ky hodnotili frekvenciu, s ktorou sa stretli s dezinformáciami v každej téme, na päťstupňovej škále, kde každému stupňu je priradené číselné hodnotenie od 1 („Nikdy“) do 5 („Veľmi často“). Vnútoraná konzistencia dotazníka bola vyhodnotená pomocou analýz McDonaldovo  $\omega$  (0,892) a Cronbachovo  $\alpha$  (0,892). Následne boli analyzované psychometrické ukazovatele faktorového modelu dotazníka, pričom výsledky naznačujú veľmi dobrú zhodu modelu s dátami. Hodnota chí-kvadrát testu bola  $\chi^2(79) = 314,652$ ,  $p < 0,001$ . Model mal vysokú zhodu s dátami, ako naznačujú hodnoty CFI = 0,991, TLI = 0,988, a RMSEA = 0,038 (90 % CI [0,034, 0,042]).

Súčasťou batérie, okrem overených výskumných škál, boli aj suplementárne sekcie otázok, ktoré boli zamerané na podrobnejšie mapovanie vyššie uvedených premenných. Tieto sekcie tvorili nasledovné nástroje:

- **Škála kontaktu so zdrojmi HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšik & Belovičová, 2024) je suplementárny nástroj mapujúci frekvencie stretávania sa s dezinformáciami na rôznych platformách a v rôznych sociálnych kruhoch počas posledného mesiaca. Nástroj obsahuje 9 položiek, ktoré mapujú spektrum médií a interakčných kontextov, kde sa mohli stretnúť s



nepravdivými alebo zavádzajúcimi informáciami. Respondenti/-ky sú požiadaní/-é, aby uviedli, ako často sa stretli s dezinformáciami v každom z týchto kontextov. Možnosti odpovedí sú rozdelené na päť stupňov: „Nikdy“, „Zriedka“, „Občas“, „Často“ a „Veľmi často“, pričom každému stupňu je priradené číselné hodnotenie od 1 do 5. Cieľom je poskytnúť komplexný prehľad o tom, aké sú skúsenosti respondentov/-iek s dezinformáciami na rôznych platformách a v sociálnych interakciách počas posledného mesiaca.

- **Škála emocionálnych reakcií na HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšík & Belovičová, 2024): Suplementárny nástroj sa zameriava na mapovanie emocionálnych reakcií, ktoré sa objavujú pri kontakte s nepravdivými informáciami. Nástroj je tvorený 15 položkami, pričom každá položka sa týka konkrétneho typu pocitu alebo emócie. Emocionálne reakcie, ktoré sú v dotazníku zahrnuté, sú rôznorodé a pokrývajú široké spektrum pocitov. Tieto pocity zahŕňajú podráždenie, smútok, strach, hnev, znechutenie, prekvapenie, hrdosť, šok, radosť, zvedavosť, úzkosť, zneistenie, bezmocnosť, ľahostajnosť a ublíženie. Účelom nástroja je zistiť, ako často respondenti/-ky prežívajú tieto pocity, keď sa stretnú s nepravdivými informáciami. Respondenti/-ky odpovedajú ako často sa u nich daný pocit vyskytuje. Možnosti odpovede sú rozdelené do piatich stupňov: „Nikdy“, „Zriedka“, „Občas“, „Často“ a „Veľmi často“. Každá premenná je hodnotená na škále od 1 do 5, kde 1 označuje „Nikdy“ a 5 „Veľmi často“. Cieľom nástroja je poskytnúť prehľad o tom, ako rôzne emocionálne reakcie vplývajú na jednotlivcov pri konfrontácii s nepravdivými informáciami.
- **Škála behaviorálnych reakcií na HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšík & Belovičová, 2024): Suplementárny nástroj bol konštruovaný na mapovanie rôznych spôsobov, akými respondenti/-ky reagujú na nepravdivé informácie v dvoch odlišných prostrediach: online a v reálnom svete. Každý faktor je tvorený šiestimi položkami, ktoré sa zameriavajú na konkrétne správanie a tendencie, pričom respondenti/-ky hodnotia, ako často sa dané správanie u nich vyskytuje. Možnosti odpovedí sú rozdelené na päť stupňov: „Nikdy“, „Zriedka“, „Občas“, „Často“ a „Veľmi často“, s číselným hodnotením od 1 do 5 pre každý stupeň. Cieľom mapovania predmetným nástrojom je získať komplexný prehľad o tom, ako sa respondenti/-ky vyrovnávajú s nepravdivými informáciami v rôznych prostrediach a aké správanie a postoje sa prejavujú v reakcii na takéto informácie.
- **Mapovanie doplnkových premenných**: za účelom mapovania skúseností respondentov/-iek s dezinformáciami a ich správaním pri získavaní informácií z rôznych mediálnych platforiem, boli konštruované ďalšie sekcie položiek s rôznym zameraním. Prvá sekcia je zameraná na mapovanie frekvencie využívania rôznych platforiem na získavanie informácií. Respondenti/-ky odpovedajú na stupnici od „Nikdy“ po „Veľmi často“, s číselným hodnotením od 1 do 5 pre každý stupeň. Druhá sekcia je zameraná na mapovanie, ako často respondenti/-ky navštevujú alebo sledujú konkrétne médiá za účelom získavania informácií. Médiá sú zaradené do piatich kategórií: Bulvárne médiá, Tradičné médiá, Alternatívne médiá, Veľké televízie, Lifestyleové magazíny pre mladých. Respondenti/-ky odpovedajú na stupnici od „Nikdy“ po „Veľmi často“ s číselným hodnotením od 1 do 5 pre každý stupeň. Tretia sekcia je zameraná na mapovanie osobných skúseností s dezinformáciami. Respondenti/-ky hodnotia, ako často sa stretli s rôznymi situáciami, kde nielenže uverili nepravdivej



informácii, ale sa aj zapojili do podvodných súťaží alebo reagovali na podvodné správy. Respondenti/-ky odpovedali na stupnici od „Nikdy“ po „Veľmi často“, s číselným hodnotením od 1 do 5 pre každý stupeň. Ďalšie položky tvorili otázky (otvoreného a dichotomického typu) za účelom získania podrobnejších informácií o skúsenostiach respondentov/-iek.

- Súčasťou batérie otázok bol aj **sociodemografický dotazník**, ktorý slúžil na mapovanie základných demografických charakteristík respondentov/-iek. Tento dotazník obsahoval otázky zamerané na získanie informácií o napr. veku, rode, vzdelaní, typu školy a ďalších relevantných demografických faktoroch.

### Štatistické spracovanie

Dáta boli spracované v štatistických programoch SPSS 25 a JASP 0.14.1.0. Analýzy zahŕňali základné deskriptívne ukazovatele (napr. počet, priemer, štandardná odchýlka, štandardná chyba priemeru, šikmosť, špicatosť, percentá) a inferenčné testovanie, primárne pomocou testov ako ANOVA, Studentov t-test či Pearsonov koeficient korelácie. Normalita distribúcie dát bola zisťovaná Kolmogorovovým-Smirnovovým testom (Tomšík, 2017). Vhodnosť faktorových modelov jednotlivých nástrojov bola testovaná pomocou konfirmačnej faktorovej analýzy CFA metódou DWLS (Diagonally Weighted Least Squares), či ML (Maximum Likelihood) v závislosti od odchýlok dát od normálnej distribúcie. Na hodnoty prisudzované dobrému modelu boli kladené nasledovné požiadavky: pre index RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)  $\leq 0,08$ ; pre CFI (Comparative Fit Index)  $\geq 0,95$ ; pre TLI (Tucker-Lewis index)  $\geq 0,95$  (Finney & DiStefano, 2013). Vnútoraná konzistencia bola vyhodnotená pomocou koeficientov Cronbachovo  $\alpha$  a McDonaldovo  $\omega$ .

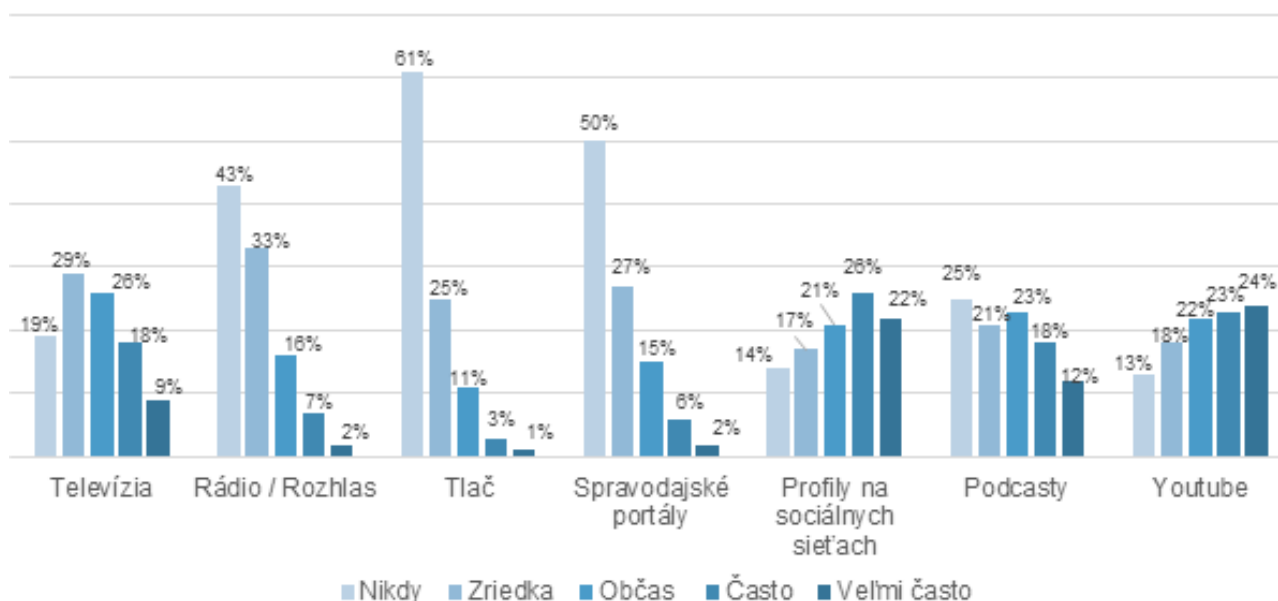


# Výsledky - Online mapovanie

## Zdroje informácií

Pre zmapovanie zdrojov, z ktorých respondenti/-ky vo všeobecnosti získavajú informácie, boli prezentované otázky dopytujúce sa na frekvenciu využívania rôznych platforiem a konkrétnych médií. Respondenti/-ky najčastejšie využívajú sociálne siete, a to v 25,9% Často a v 21,8% Veľmi často. Nasleduje YouTube s 23,1%, resp. 23,5%. Naopak, až 60,8% respondentov/-iek Nikdy nehľadá informácie v Tlačí, 49,9% na Spravodajských portáloch a 42,5% v Rozhlase. Televíziu si aspoň Občas pozrie 25,9% respondentov/-iek.

Ako často využívate nasledujúce platformy za účelom získavania informácií?



Graf 1: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé platformy v percentách.

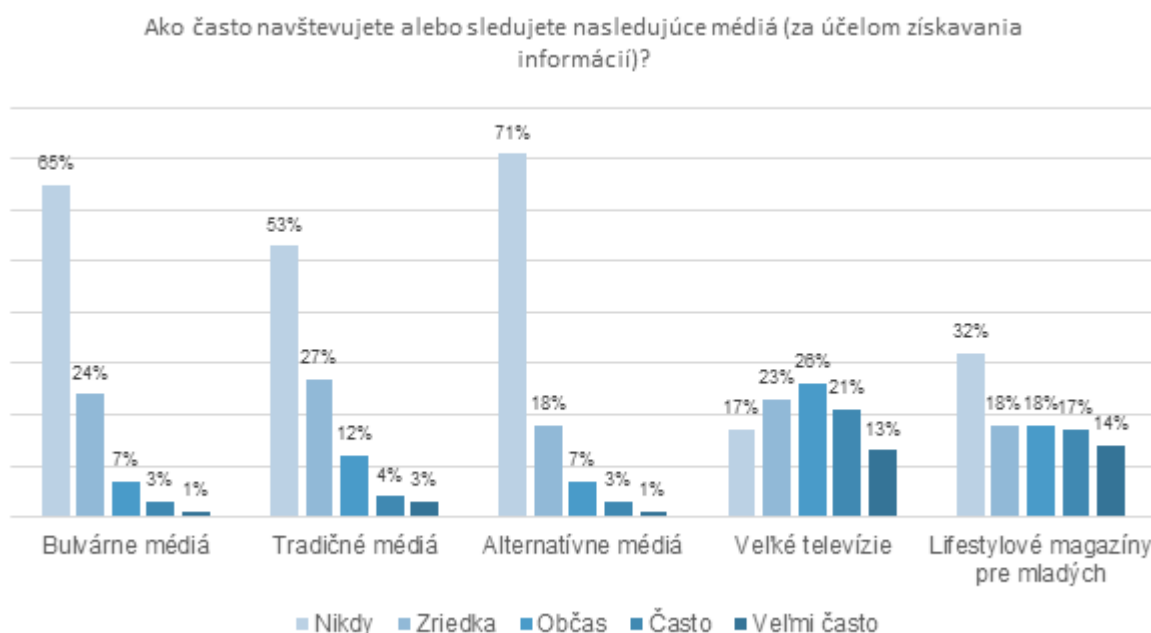
- Štatisticky významné rozdiely medzi **rodovými skupinami** sa preukázali pri sledovaní televízie ( $p < 0,001$ ) a profilov na sociálnych sieťach ( $p < 0,001$ ), ktoré boli typickejšie pre ženy. Youtube ( $p < 0,001$ ) ako zdroj informácií využívajú skôr muži a osoby iného rodu.
- Porovnanie **vekových skupín** poukázalo na štatisticky významné rozdiely pri sledovaní televízie ( $p < 0,001$ ) a Youtube ( $p < 0,050$ ) v prospech respondentov/-iek vo veku 13-15 rokov. 19 a viac-roční/-é zas sledujú viac spravodajské portály ( $p < 0,001$ ) v porovnaní s mladšími respondentmi/-kami.
- Vzhľadom na **typ škôl** boli zistené štatisticky významné rozdiely pre platformy Televízia ( $p < 0,001$ ) a Youtube ( $p < 0,001$ ), ktorú častejšie využívajú študenti/-ky základných škôl. Spravodajské portály vo väčšej miere navštevujú gymnazisti/-ky ( $p < 0,001$ ).

Pre bližšie zmapovanie pôvodu informácií, s ktorými respondenti/-ky prichádzajú do kontaktu, bolo zisťované, ako často navštevujú konkrétne média za účelom získavania informácií. Média sú rozdelené do 5 kategórií: 1. **Bulvárne médiá**: Topky.sk, Pluska, Nový Čas, Blesk, Šarm a pod., 2.



*Tradičné médiá:* SME, Denník N, Pravda, Aktuality.sk a pod., 3. *Alternatívne médiá:* Hlavné správy, Slobodnyvysielac.sk, Infovojna.sk, Protiproud a pod., 4. *Veľké televízie:* RTVS, TV Markíza, TV JOJ a pod. a 5. *Lifestylové magazíny pre mladých:* Refresher, StartitUp, Živé.sk, Noizz.sk a pod.

Z dát vyplýva, že respondenti/-ky z ponúknutých možností najviac sledujú veľké televízie, a to v 13% *Veľmi často* a 21% *Často*. Nasledovali médiá pre mladých v 14% *Veľmi často* a 17% *Často*. Najmenej sledujú alternatívne médiá, kde možnosť *Nikdy* zvolilo až 71% respondentov/-iek, potom nasledovali bulvárne médiá s 65% pri možnosti *Nikdy*. Podrobnejšie údaje pre jednotlivé odpovede sú uvedené v grafe nižšie.



Graf 2: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé médiá v percentách.

- Vzhľadom na **rod** boli zistené štatisticky významné rozdiely pri veľkých televíziách ( $p < 0,001$ ), médiách pre mladých ( $p < 0,001$ ) a bulvárnych médiách ( $p < 0,001$ ), a to vo všetkých prípadoch v prospech žien.
- Štatisticky významné rozdiely medzi **vekovými skupinami** boli zaznamenané pri tradičných médiách, veľkých televíziách a médiách pre mladých. Tradičné médiá ( $p < 0,001$ ) sledujú častejšie respondenti/-ky vo veku 19 a viac rokov, veľké televízie ( $p < 0,001$ ) zas najmladší/-ie 13 až 15-roční/-é respondenti/-ky. Lifestylové médiá pre mladých ( $p < 0,001$ ) vo vyššej miere sledovali 16-18-roční/-é v porovnaní s ostatnými vekovými skupinami.
- Častotnosť sledovania súvisela aj s **typom školy**. Štatisticky významné rozdiely boli pri médiách pre mladých ( $p < 0,001$ ) a tradičných médiách ( $p < 0,001$ ), ktoré sledujú častejšie gymnazisti/-ky. Veľké televízie ( $p < 0,001$ ) vo väčšej miere sledujú respondenti/-ky zo základných škôl. Bulvárne médiá ( $p < 0,050$ ) významne častejšie sledujú študenti/-ky z gymnázií a stredných škôl v porovnaní so základnými školami.





## Témy HoDeKoPro

Pomocou Škály kontaktu s témami HoDeKoPro bolo zisťované, ako často sa respondenti/-ky stretli s nepravdivými informáciami v rámci uvedených tém za posledný mesiac. Zber dát prebiehal počas mesiacov marec a apríl 2024. Témy dezinformácií sú rozdelené do 5 tematických okruhov, ktoré sýtia nasledovné faktory: Politické dianie (PD1-3), Ľudské práva (ĽP4-6), Zdravie (ZD7-9), Životné prostredie (ŽP10-12) a Financie (FN13-15).

Z dát je zrejmé, že v sledovanom období sa respondenti/-ky najčastejšie stretávali s dezinformáciami v témach politického diania a LGBTI+. Približne 22% opýtaných uviedlo, že sa *veľmi často* stretlo s dezinformáciami v súvislosti s dianím na politickej scéne a 23% sa stretlo *často*. S dezinformáciami v téme LGBTI+ sa *veľmi často* stretlo 22% a *často* 16% respondentov/-iek. Témy, ktoré rezonovali medzi respondentmi najmenej boli interrupcie a Covid-19. Dezinformácie o interrupcii a reprodukčných právach *nikdy* nezaznamenalo 39% a 27% respondentov/-iek sa *nikdy* nestretlo s dezinformáciami o Covid-19 v období za posledný mesiac (marec – apríl 2024).

Tabuľka 3: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály kontaktu s témami HoDeKoPro v percentách.

	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
PD1. Medzištátne vojnové konflikty <sup>b, c</sup>	2,72	21%	28%	22%	18%	12%
PD2. Presídľovanie migrantov a utečencov <sup>b</sup>	2,32	31%	31%	21%	12%	6%
PD3. Dianie v politickej sfére <sup>b, c</sup>	3,13	17%	19%	19%	23%	22%
ĽP4. LGBTI+ <sup>b, c</sup>	2,99	19%	23%	20%	16%	22%
ĽP5. Interrupcia (prerušenie tehotenstva a reprodukčné práva) <sup>a, b, c</sup>	2,17	39%	27%	19%	9%	6%
ĽP6. Rodová diskriminácia <sup>a, b, c</sup>	2,36	33%	28%	20%	11%	9%
ZD7. Kvalita zdravotnej starostlivosti <sup>a, b, c</sup>	2,68	20%	27%	27%	15%	10%
ZD8. Covid-19 <sup>a, b, c</sup>	2,24	37%	29%	15%	9%	9%
ZD9. Očkovanie <sup>a, b, c</sup>	2,35	33%	28%	19%	11%	9%
ŽP10. Pridávanie škodlivých chemických látok do ovzdušia alebo potravín <sup>a</sup>	2,31	35%	27%	19%	11%	8%
ŽP11. Klimatické zmeny <sup>a, b</sup>	2,89	17%	25%	25%	20%	14%
ŽP12. Rýchla móda <sup>a, b, c</sup>	2,66	27%	22%	23%	15%	13%
FN13. Phishing (pokús o podvodné získanie citlivých informácií pri elektronickej komunikácii) <sup>b, c</sup>	2,41	34%	25%	18%	13%	11%
FN14. Kryptomena a NFT <sup>a, b, c</sup>	2,46	34%	24%	17%	13%	13%
FN15. Čerpanie štátnych a verejných financií <sup>b, c</sup>	2,58	28%	25%	22%	13%	13%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke

- Medziskupinové porovnávanie bolo prevedené vzhľadom na faktory, ktoré tvoria vyššie uvedené tematické okruhy. **Medzirodové rozdiely** sa v štatistickej významnosti preukázali vo všetkých faktoroch okrem faktoru Politické dianie. S dezinformáciami v témach Ľudských



práv sa častejšie stretávali osoby iného rodu ( $p < 0,001$ ). Medzi ženami viac rezonovali témy Zdravia ( $p < 0,001$ ) a Životného prostredia ( $p < 0,001$ ). S dezinformáciami o Financiách mali viac skúseností muži a osoby iného rodu ( $p < 0,001$ ).

- Štatisticky významné rozdiely medzi **vekovými skupinami** boli zaznamenané vo všetkých faktoroch (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ), a to v prospech najstarších respondentov/-iek vo veku od 19 a viac rokov, ktorí/-é sa s uvedenými témami stretávali častejšie v porovnaní s mladšími respondentmi/-kami.

Porovnávanie medzi **typmi škôl** poukázalo na štatistickú významnosť vo všetkých faktoroch s výnimkou faktoru Životné prostredie. Gymnazisti/-ky sa častejšie stretávali s dezinformáciami o Politickom dianí ( $p < 0,001$ ), Ľudských právach ( $p < 0,001$ ) a Financiách ( $p < 0,001$ ) v porovnaní so študentami/-kami z iných škôl. Respondenti/-ky navštevujúce stredné odborné školy prichádzali častejšie do kontaktu s dezinformáciami ohľadom Zdravia ( $p < 0,001$ ).

### Zdroje HoDeKoPro

Pomocou Škály kontaktu so zdrojmi HoDeKoPro bolo zisťované, na akých platformách a v akých sociálnych kruhoch sa respondenti/-ky za posledný mesiac najčastejšie stretli s dezinformačným obsahom. Ako možnosti boli uvedené online platformy, médiá, politické skupiny, či osobný kontakt v rámci rodiny, kamarátov a školského, resp. pracovného prostredia. S dezinformačným obsahom sa respondenti/-ky v období za posledný mesiac (marec-apríl 2024) najčastejšie stretávali v online prostredí, a to na sociálnych sieťach v 32% *veľmi často* a v 28% *často*. Nasledovali webové stránky a blogy v 13% *veľmi často* a 20% *často*. Pri osobnom kontakte sa s nepravdivými informáciami stretávali skôr v rámci kamarátskych kruhov (11 % *veľmi často*, 15% *často*). Cez emaily a reťazové správy *nikdy* neprišlo do kontaktu s dezinformáciami 42% respondentov/-iek a 35% sa *nikdy* s nimi nestretlo na messagingových aplikáciách.

Tabuľka 4: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály kontaktu so zdrojmi HoDeKoPro v percentách.

	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
1. Sociálne siete <sup>a, b</sup>	3,66	6%	14%	20%	28%	32%
2. Webové stránky a blogy <sup>b, c</sup>	2,87	17%	26%	24%	20%	13%
3. Emaily a reťazové správy <sup>b, c</sup>	2,09	42%	28%	17%	8%	6%
4. Messaging aplikácie <sup>c</sup>	2,30	35%	27%	19%	11%	8%
5. Televízia a rádio <sup>a, b, c</sup>	2,76	20%	27%	24%	16%	13%
6. Politické a ideologické skupiny <sup>b, c</sup>	2,69	28%	21%	20%	16%	15%
7. Pri osobnom kontakte (v rámci kamarátskych kruhov) <sup>a, b, c</sup>	2,69	20%	28%	25%	15%	11%
8. Pri osobnom kontakte (v rámci užšej a širšej rodiny) <sup>a, b, c</sup>	2,49	27%	29%	23%	12%	9%
9. Pri osobnom kontakte (v školskom a/alebo pracovnom prostredí) <sup>a, b, c</sup>	2,65	20%	30%	26%	12%	11%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke



- Štatisticky významné rozdiely medzi **rodovými skupinami** boli zaznamenané v prospech žien. Respondentky sa častejšie stretávali s klamlivými informáciami na sociálnych sieťach ( $p < 0,001$ ), pri osobnom kontakte so všetkými skupinami ( $p < 0,001$  pre položky č. 7, 8, 9) a v televízii a rádiu ( $p < 0,050$ ).
- Pri **vekových kategóriách** sa štatisticky významné rozdiely ukázali pri všetkých položkách, okrem položky č. 4 – Messagingové aplikácie. Respondenti/-ky vo veku 19 a viac rokov sa častejšie stretávali s dezinformáciami v uvedených kruhoch (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ) v porovnaní s mladšími respondentmi/-kami.
- Medzi **typmi škôl** boli taktiež namerané štatisticky významné rozdiely vo všetkých položkách s výnimkou sociálnych sietí. Kontakt s klamlivými informáciami cez digitálne platformy ( $p < 0,001$  pre položky č. 2, 3, 4) a televíziu a rádio ( $p < 0,001$ ) mali študenti/-ky stredných odborných škôl vo väčšej miere v porovnaní s ostatnými skupinami. Pre gymnazistov/-ky bolo charakteristické, že sa za posledný mesiac stretli častejšie s dezinformáciami šírenými cez politické a ideologické skupiny ( $p < 0,001$ ) a pri osobných kontaktoch (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ).

## Emocionálne reakcie pri kontakte s HoDeKoPro

Mapované boli aj emocionálne reakcie pri kontakte s nepravdivými informáciami. Respondenti/-ky uvádzali, ako často prežívajú uvedené emócie pri strete s HoDeKoPro.

Najčastejšie prežívanými emóciami sú hnev a znechutenie. Hnev prežívalo 19% respondentov/-iek *veľmi často* a 23% *často*, pričom znechutenie bolo vyjadrené pri 18% *veľmi často* a pri 23% *často*. Na druhej strane, najmenej často prežívanými emóciami sú hrdosť a radosť. Až 73% respondentov/-iek uviedlo, že *nikdy* nepociťujú hrdosť, a len 4% ju prežíva *často* alebo *veľmi často*. V prípade radosti označilo možnosť *nikdy* 63% opýtaných. Výsledky naznačujú, že v priemere kontakt s nepravdivými informáciami vyvoláva u respondentov/-iek uvedené emocionálne reakcie skôr zriedka, pričom prevažujú negatívne emócie v porovnaní s pozitívnymi.

Tabuľka 5: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky škály emocionálnych reakcií na HoDeKoPro v percentách.

Emócia	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
1. Podráždenie <sup>a, b, c</sup>	2,65	21%	27%	27%	17%	8%
2. Smútok <sup>a, c</sup>	2,15	36%	30%	21%	9%	4%
3. Strach <sup>a, b, c</sup>	2,16	35%	31%	21%	10%	3%
4. Hnev <sup>a</sup>	3,14	14%	19%	25%	23%	19%
5. Znechutenie <sup>a, b, c</sup>	3,09	15%	19%	24%	23%	18%
6. Prekvapenie <sup>a, b, c</sup>	2,79	17%	25%	30%	19%	9%
7. Hrdosť <sup>a, b, c</sup>	1,46	73%	15%	9%	2%	2%
8. Šok <sup>a</sup>	2,62	20%	30%	27%	15%	8%



9. Radosť <sup>a, b, c</sup>	1,66	65%	16%	11%	4%	3%
10. Zvedavosť <sup>a, b, c</sup>	2,74	22%	24%	25%	16%	12%
11. Úzkosť <sup>a</sup>	1,81	55%	22%	14%	5%	4%
12. Zneistenie <sup>a, b</sup>	2,33	31%	28%	23%	12%	6%
13. Bezmocnosť <sup>a, c</sup>	1,96	49%	23%	16%	7%	5%
14. Ľahostajnosť	1,88	50%	25%	15%	6%	4%
15. Ublíženie <sup>a, b, c</sup>	1,93	50%	23%	16%	6%	5%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke

- Z hľadiska **rodových skupín** boli zistené štatisticky významné rozdiely pri všetkých emóciách (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ) s výnimkou pocitu ľahostajnosti. Vyššie priemerné hodnoty dosahovali ženy v porovnaní s mužmi a osobami iného rodu, čo znamená, že ženy častejšie prežívali pri kontakte s nepravdivými informáciami uvedené pocity a emócie.
- Pri porovnávaní **vekových skupín** boli zistené štatisticky významné rozdiely, pričom respondenti/-ky vo veku 13-15 rokov dosahovali vyššie priemerné hodnoty skóre pri všetkých uvedených emóciách (označené <sup>b</sup> v tab. 4; hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ), okrem pocitov podráždenia ( $p < 0,001$ ) a znechutenia ( $p < 0,001$ ), kde naopak dosiahli vyššie priemerné skóre najstarší respondenti/-ky vo veku 19 a viac rokov.
- Štatisticky významné rozdiely boli zaznamenané aj pri **type školy**. Pocity podráždenia ( $p < 0,001$ ), znechutenia ( $p < 0,001$ ), smútku ( $p < 0,050$ ) a bezmocnosti ( $p < 0,050$ ) prežívali častejšie študenti/-ky gymnázií v porovnaní s ostatnými dvoma skupinami. Pre respondentov/-ky zo základných škôl bolo charakteristické častejšie pociťovanie strachu ( $p < 0,001$ ), radosti ( $p < 0,001$ ), zvedavosti ( $p < 0,001$ ), prekvapenia ( $p < 0,050$ ) a ublíženia ( $p < 0,050$ ).

## Behaviorálne reakcie pri kontakte s HoDeKoPro

Respondenti/-ky boli dopytovaní/-é, ako sa správajú v prípade, že sa stretnú s nepravdivými informáciami v online priestore. Respondenti/-ky majú tendenciu sa správať skôr pasívne pri kontakte s nepravdivými informáciami v online priestore, resp. nereagujú na takýto obsah. 36% respondentov/-iek *veľmi často* a 22% *často* ignoruje dezinformácie online. Užívateľa, ktorý dezinformáciu zdieľa, si zablokuje 18% *veľmi často* a 15% *často*. Na druhú stranu, až 74% z opýtaných *nikdy* nenapísalo širiteľovi nepravdivej informácie zosmiešňujúci komentár a 55% *nikdy* nezdieľalo dezinformačný obsah medzi priateľmi na sociálnych sieťach.



Tabuľka 6: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály behaviorálnych reakcií na HoDeKoPro v online priestore v percentách.

Keď sa stretnem s nepravdivou informáciou v online priestore, mám tendenciu...	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
1. ...nahlásiť príspevok adminom platformy <sup>a</sup>	2,08	43%	27%	15%	8%	6%
2. ...napísať komentár, kde vysvetlím, prečo je informácia nepravdivá <sup>a, b, c</sup>	1,99	48%	23%	15%	8%	6%
3. ...napísať komentár, v ktorom dotyčnému nadávam a zosmiešňujem ho <sup>a, c</sup>	1,51	74%	12%	8%	3%	4%
4. ...zdieľať ju medzi priateľmi na sociálnych sieťach <sup>a, c</sup>	1,87	55%	20%	12%	8%	5%
5. ...ignorovať ju	3,56	11%	15%	17%	22%	36%
6. ...zablokovať si toho užívateľa	2,76	25%	24%	18%	15%	18%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke

- Porovnávanie medzi **rodmi** poukázalo na to, že muži častejšie píše vysvetľujúce komentáre ( $p < 0,001$ ) a nahlasujú príspevky adminom ( $p < 0,050$ ) v porovnaní so ženami a osobami iného rodu. Osoby iného rodu zas častejšie zdieľajú nepravdivú informáciu medzi priateľmi na sociálnych sieťach ( $p < 0,050$ ).
- Štatisticky významný rozdiel z hľadiska **veku** respondentov/-iek sa vyskytol len pri položke č. 2, kde veková skupina 13-15 rokov častejšie píše vysvetľujúce komentáre ( $p < 0,001$ ) v porovnaní so staršími respondentmi/-kami.
- Pri porovnaní **typu školy** bolo zistené, že štatisticky významne rozdiely sa prejavili v prospech študentov/-iek základných škôl, ktorí/-é častejšie píše vysvetľujúce komentáre ( $p < 0,001$ ), zosmiešňujúce komentáre ( $p < 0,050$ ) a zdieľajú medzi priateľmi na sociálnych sieťach ( $p < 0,050$ ).

Nasledovali položky zisťujúce, ako sa respondenti/-ky správajú, keď počujú niekoho rozprávať nepravdivé informácie v reálnom svete, resp. pri osobnom kontakte. Z uvedených dát vyplýva, že najčastejšími reakciami na nepravdivé informácie v reálnom svete sú ignorovanie/ nereagovanie a to v 16% *veľmi často* a v 18% *často*. Nasleduje diskutovanie s inými ľuďmi, kde možnosť *veľmi často* označilo 11% a *často* 19% respondentov/-iek. Naopak, 61% respondentov/-iek sa *nikdy* nehádalo/nezosmiešňovalo šíriteľa nepravdivej informácie, *zriedka* tak urobilo 21%. S osobou šíriacou nepravdivé informácie sa *nikdy* neprestalo stýkať 48% a *zriedka* 28% opýtaných. Je možné skonštatovať, že respondenti sa vo väčšej miere vyhýbajú priamej konfrontácii s osobou šíriacou dezinformácie a uprednostňujú vyhýbavé formy správania, akými sú ignorovanie a rozprávanie sa o situácii alebo osobe šíriacej nepravdivé informácie s inými ľuďmi.



Tabuľka 7: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály behaviorálnych reakcií na HoDeKoPro v reálnom svete v percentách.

Keď niekoho počujem v reálnom svete rozprávať nepravdivé informácie, mám tendenciu...	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
7. ...pustiť sa s ním do diskusie a snažiť sa vysvetliť, prečo je informácia nepravdivá	2,87	18%	25%	25%	18%	15%
8. ...hádať sa s ním, nadávať mu a zosmiešňovať ho <sup>a, b, c</sup>	1,71	61%	21%	9%	4%	5%
9. ...prestať sa s ním stykať	1,91	48%	28%	13%	7%	4%
10. ...ignorovať ho /nereagovať na to <sup>b</sup>	2,90	17%	25%	24%	18%	16%
11. ...o tom diskutovať s inými <sup>a, c</sup>	2,77	19%	27%	24%	19%	11%
12. ...vytvoriť si zlú mienku /názor o danom človeku <sup>c</sup>	2,22	36%	29%	17%	10%	7%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke

- Štatisticky významné rozdiely z hľadiska **rodu** sa vyskytli v dvoch prípadoch. Osoby iného rodu mali tendenciu sa častejšie hádať alebo zosmiešňovať osobu šíriacu nepravdivé informácie ( $p < 0,001$ ) v porovnaní s mužmi a ženami. Ženy zas vo väčšej miere diskutujú o tom s druhými ľuďmi ( $p < 0,001$ ).
- Porovnanie **vekových skupín** prinieslo zistenie, že ignorovanie je v štatisticky významnej miere typickejšie pre najstarších/-ie respondentov/-ky vo veku 19 a viac rokov ( $p < 0,050$ ). Naopak, najmladšia skupina vo veku 13-15 rokov sa viac háda a zosmiešňuje v porovnaní so staršími respondentmi/-kami ( $p < 0,050$ ).
- **Typ školy** zohral štatisticky významnú úlohu pri vytvorení si mienky o danej osobe ( $p < 0,001$ ) a diskutovaní o tom s druhými ( $p < 0,050$ ) v prospech študentov/-iek gymnázií. Tendenciu hádať sa a zosmiešňovať mali skôr respondenti/-ky zo základných škôl ( $p < 0,001$ ).

## Všeobecná HoDeKoPro mentalita

Všeobecná HoDeKoPro mentalita predstavuje presvedčenia respondentov/-iek o zámernom šírení skreslených informácií médiami, politikmi, či organizáciami. Súhlas s uvedenými výroky naznačuje nedôveru daným aktérom a presvedčenia o častom využívaní nepravdivých informácií pre dosiahnutie osobných cieľov. Respondenti/-ky v 25% úplne súhlasia a v 27% súhlasia s tvrdením, že politici zámerné manipulujú s informáciami ( $M = 4,44$ ). 20% úplne súhlasí a 29% súhlasí, že ľudia v stave paniky majú sklon k šíreniu neoverených informácií ( $M = 4,34$ ). O tom, že vo svete sa deje veľa dôležitých vecí, o ktorých nie je verejnosť informovaná je presvedčených 17% (*Úplne súhlasím*),



resp. 29% (Súhlasím) respondentov/-iek (M = 4,27). S tvrdení, že politici strategicky hlásajú ideológie úplne súhlasí 15% a súhlasí 25% opýtaných (M = 4,15). V tabuľke 8 je uvedená opisná štatistika pre jednotlivé položky škály.

Tabuľka 8: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky škály všeobecnej HoDeKoPro mentality v percentách.

Myslím si, že ...	M	1	2	3	4	5	6
H1 ... väčšina médií (napr. TV, rozhlas, tlač) zámerne podáva klamlivé informácie s cieľom šokovať alebo vyvolať silné emócie (napr. pocit ohrozenia, ľútosť, nadchnutie).	3,95	5%	10%	20%	28%	21%	15%
H2 ... existuje veľa organizácií, ktoré zámerne vytvárajú zavádzajúce informácie s cieľom vyvolať zmätok v spoločnosti.	4,01	4%	9%	19%	33%	22%	14%
H3 ... politici často siahajú k vymysleným informáciám pre účely zastrašovania obyvateľstva.	3,93	4%	10%	21%	31%	19%	14%
H4 ... väčšina ľudí v stave paniky má sklon k šíreniu neoverených informácií (napr. aby získali pozornosť, varovali okolie, dosiahli svoje záujmy, a pod.)	4,34	4%	6%	11%	30%	29%	20%
D1 ... väčšina médií (napr. TV, rozhlas, tlač) zámerne podáva skreslené informácie s cieľom zavádzať a vytvárať mylný obraz.	3,83	6%	13%	20%	28%	19%	14%
D2 ... existuje veľa organizácií, ktoré zámerne vytvárajú zavádzajúce informácie za cieľom ovplyvniť verejný názor alebo rozhodnutia.	4,22	4%	7%	14%	30%	27%	18%
D3 ... väčšina politikov zámerne manipuluje s informáciami, ktoré prezentujú verejnosti na dosiahnutie vlastných cieľov.	4,44	4%	5%	12%	28%	27%	25%
D4 ... ľudia svoje výmysly či nespoľahlivé informácie často prezentujú ako fakty.	4,42	3%	5%	10%	30%	31%	21%
K1 ... vo svete sa deje veľa veľmi dôležitých vecí, o ktorých verejnosť nikdy nie je informovaná.	4,27	4%	5%	13%	32%	29%	17%
K2 ... vládne orgány pozorne sledujú všetkých občanov.	3,29	7%	19%	33%	25%	12%	4%
K3 ... udalosti, ktoré zdanlivo nemajú súvislosť, sú často výsledkom tajných aktivít.	3,44	5%	14%	32%	32%	13%	4%
K4 ... existujú tajné organizácie, ktoré výrazne ovplyvňujú politické rozhodnutia	3,93	5%	10%	19%	33%	20%	13%
P1 ... systematická kontrola verejnej mienky je nástrojom vlády na udržanie svojej moci.	3,67	4%	10%	29%	34%	15%	8%
P2 ... politici strategicky hlásajú určité ideológie na dosiahnutie svojich cieľov.	4,15	4%	7%	15%	34%	25%	15%
P3 ... aktivisti sústavne vnucujú svoje presvedčenia na zvyšovanie povedomia a získavania podpory.	4,02	4%	9%	19%	32%	22%	14%
P4 ... je veľa organizácií, ktoré opakovane realizujú kampane, ktoré slúžia na hájenie ich skrytých záujmov.	3,89	5%	8%	21%	34%	21%	11%

Poznámka: 1 – Úplne nesúhlasím; 2 – Nesúhlasím; 3- Skôr nesúhlasím; 4 – Skôr súhlasím; 5 – Súhlasím; 6 – Úplne súhlasím.



Uvedených 16 položiek tvorí štyri faktory: Hoaxy (H1-H4), Dezinformácie (D1-D4), Konšpiračné teórie (K1-K4) a Propaganda (P1-P4). Najvyššie priemerné hodnoty skóre respondenti/-ky dosahovali pri faktore Dezinformácie (M=16,9) a najnižšie pri faktore Konšpiračné teórie (M=14,9). Medziskupinové porovnávanie bolo vykonávané vzhľadom na tieto faktory.

Tabuľka 9: Opisná štatistika faktorov Škály všeobecnej HoDeKoPro mentality.

Faktory	N	MIN	MAX	M
Hoaxy (H) <sup>a, b, c</sup>	2075	4,00	24,00	16,22
Dezinformácie (D) <sup>b, c</sup>	2075	4,00	24,00	16,91
Konšpiračné teórie (K) <sup>b, c</sup>	2075	4,00	24,00	14,93
Propaganda (P) <sup>b, c</sup>	2075	4,00	24,00	15,73

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danom faktore

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danom faktore

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danom faktore

- Vzhľadom na **medzirodové rozdiely** sa štatistická významnosť preukázala len pri faktore hoaxy ( $p < 0,050$ ), kde ženy dosahovali vyššie priemerné skóre v porovnaní s mužmi a osobami iného rodu. Ženy skôr súhlasili s tvrdeniami, ktoré poukazujú na zámerné šírenie nepravdivých informácií s cieľom vyvolať silné emócie.
- Porovnávanie **vekových skupín** prinieslo zistenie, že so zvyšujúcim sa vekom narastala u respondentov/-iek aj všeobecná HoDeKoPro mentalita, čiže presvedčenia o zámernom šírení HoDeKoPro rôznymi aktérmi. Respondenti/-ky vo veku 19 viac rokov skórovali štatisticky významne vyššie vo všetkých faktoroch v porovnaní s mladšími respondentmi/-kami (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ).
- Štatisticky významné rozdiely existujú aj medzi **typmi škôl**. Gymnazisti/-ky dosahovali vyššie skóre vo faktoroch Hoaxy, Dezinformácie a Propaganda ( $p < 0,001$ ). Pri faktore Konšpiračné teórie ( $p < 0,050$ ) sa priemerná hodnota skóre zvyšovala v prospech študentov/-iek stredných odborných škôl.

## HoDeKoPro presvedčenia

Zisťovaná bola miera presvedčenia respondentov/-iek o pravdivosti konkrétnych príkladov konšpiračných naratívov a dezinformácií, ktoré sa šíria vo verejnom priestore. Úlohou respondentov/-iek bolo vyjadriť, nakoľko považujú dané výroky za pravdivé na 4 bodovej Likertovej škále. Vyššie skóre priemerných hodnôt (M) indikuje vyššiu tendenciu považovať dané konšpiračné naratívy za pravdivé. Výsledky naznačujú, že väčšia časť respondentov/-iek považuje dané výroky za nepravdivé, pričom najsilnejší nesúhlas bol s tvrdením o plochej Zemi (M = 1,39), a to až v 72% prípadov pri možnosti *určite nepravdivé*, resp. 19% pri *skôr nepravdivé*. Nasledovali tvrdenia o vojne medzi Ruskom a Ukrajinou ako výmysle USA (M = 1,58), kde odpoveď *určite nepravdivé* označilo 62% a *skôr nepravdivé* 24%. Najvyššia hodnota priemerného skóre (M = 2,47) bola zaznamenaná pri položke č. 1. Až 28% respondentov/-iek považuje za *určite pravdivé* a 19% za *skôr pravdivé* tvrdenie, že LGBTI sa snaží zničiť tradície a rodinu. Výrok o nevyužívaní športovcov na šírenie politických myšlienok Ruska považuje za *určite pravdivý* 13% a *skôr pravdivý* 28% opýtaných (M = 2,29).





Tabuľka 10: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály HoDeKoPro presvedčení v percentách.

	M	Určite nepravdivé	Skôr nepravdivé	Skôr pravdivé	Určite pravdivé
1. LGBTI propagácia sa snaží zničiť tradície a rodinu. <sup>a, b, c</sup>	2,47	27%	27%	19%	28%
2. Lietadlá zámerne vypúšťajú chemické látky, ktoré majú poškodiť ľudské zdravie (tzv. chemtrails) <sup>a, c</sup>	1,90	39%	37%	17%	6%
3. Vojna medzi Ruskom a Ukrajinou nie je skutočná, je to výmysel USA <sup>a, c</sup>	1,58	62%	24%	10%	5%
4. Cieľom očkovania je čipovať obyvateľstvo <sup>a, b, c</sup>	1,80	50%	28%	15%	8%
5. Verejnosti sa zatajujú dôkazy o kontakte s mimozemšťanmi <sup>a</sup>	2,14	35%	30%	22%	14%
6. Farmaceutický priemysel a medicínsky priemysel spolupracujú pri „vynájdení“ nových chorôb, aby zarobili peniaze <sup>a, b, c</sup>	2,10	32%	35%	24%	9%
7. Zem je plochá, aj svetové organizácie UN, WHO, ICAO a WMO majú v logu plochú Zem <sup>c</sup>	1,39	72%	19%	6%	3%
8. Masová migrácia ľudí má za cieľ zmeniť etnické zloženie krajín alebo oslabiť ich hospodárstvo a kultúru. <sup>a, b, c</sup>	1,97	34%	41%	19%	6%
9. EÚ nariaďuje konzumáciu hmyzu <sup>a, b, c</sup>	1,59	58%	29%	9%	4%
10. Rusko nevyužíva športovcov ako prostriedok na šírenie svojich politických myšlienok. <sup>c</sup>	2,29	26%	33%	28%	13%

**Poznámka:**

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

<sup>b</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi vekovými skupinami pri danej položke

<sup>c</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi typom školy pri danej položke

- Pri porovnávaní **rodových skupín** boli zistené štatisticky významné rozdiely ( $p < 0,001$ ), pričom vyššia miera viery v HoDeKoPro bola zaznamenaná u osôb iného rodu a mužov v porovnaní so ženami. Muži sú vo vyššej miere ( $p < 0,001$ ) presvedčení o tom, že LGBTI propagácia sa snaží zničiť tradície a rodinu. Zatajovaniu dôkazov o kontakte s mimozemšťanmi vo vyššej miere veria osoby iného rodu a muži ( $p < 0,001$ ). Ženy štatisticky významne skórovali ( $p < 0,050$ ) len pri položke č. 2 týkajúcej sa chemtrails.
- Vzhľadom na **vek** boli zistené štatisticky významné rozdiely, pričom vyššiu mieru viery v konkrétne HoDeKoPro vykazovali mladší/-ie respondenti/-ky vo vekovej skupine 13-15 rokov. Najsilnejšie rozdiely boli pri položke č. 8 ( $p < 0,001$ ) týkajúcej sa migrácie a pri položke č. 4 ( $p < 0,050$ ) týkajúcej sa čipovania obyvateľstva.
- Porovnávanie medzi navštevovaným **typom školy** taktiež poukázalo na štatisticky významné rozdiely. Študenti/-ky gymnázií ( $p < 0,001$ ) dosahovali štatisticky významne nižšie priemerné skóre v porovnaní s respondentmi/-kami zo základných a stredných odborných škôl.

## Osobné skúsenosti s nepravdivými informáciami a podvodmi

Respondenti/-ky odpovedali taktiež na otázky, či sa sami/-y stali obeťou podvodov alebo uverili informácii, ktorá sa neskôr ukázala ako nepravdivá. Výsledky naznačujú, že respondenti/-ky uverili dezinformácii a sa stali obeťami podvodov len zriedka. Iba 3% opýtaných priznalo, že uverili nepravdivej informácii *veľmi často* a 10% *často*. Naopak, až 78% *nikdy* nereagovalo na podvodnú správu, ktorej účelom bolo získať ich peniaze.

Tabuľka 11: Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály osobných skúseností s nepravdivými informáciami v percentách.

Stalo sa vám, že...	M	Nikdy	Zriedka	Občas	Často	Veľmi často
1. ... ste uverili nejakej informácii, ktorá sa neskôr ukázala ako nepravdivá? <sup>a</sup>	2,30	27%	32%	27%	10%	3%
2. ... ste sa zapojili do influencerskej súťaže na sociálnych sieťach, ktorá sa neskôr ukázala ako podvodná? <sup>a</sup>	1,55	69%	15%	9%	4%	3%
3. ... reagovali na správu (napr. od kuriéra, banky a pod.), ktorá sa neskôr ukázala ako podvod na získanie vašich peňazí? <sup>a</sup>	1,37	78%	12%	6%	2%	1%

Poznámka:

<sup>a</sup> označuje zistené štatisticky významné rozdiely medzi rodovými skupinami pri danej položke

- Porovnanie medzi **rodmi** poukázalo na štatisticky významné rozdiely. Zatiaľ čo ženy častejšie uverili nepravdivým informáciám ( $p < 0,001$ ), osoby iného rodu skôr reagovali na podvodné influencerské súťaže ( $p < 0,001$ ) a na podvodné správy ( $p < 0,050$ ).
- Medzi **vekovými skupinami** a **typmi škôl** neboli zistené štatisticky významné rozdiely.
- Skúmaním **vzťahov medzi osobnými skúsenosťami s nepravdivými informáciami a mierou presvedčenia o pravdivosti konkrétnych konšpiračných naratívov** (Škála HoDeKoPro presvedčení) sa zistilo, že tieto premenné medzi sebou signifikantne korelujú. Čím mali respondenti/-ky vyššiu mieru konšpiračných presvedčení, tým mali aj viac osobných skúseností s nepravdivými informáciami. Najsilnejší korelačný vzťah bol zaznamenaný pri reagovaní na podvodnú správu ( $r = 0,160$ ;  $p < 0,001$ ), nasledovalo zapojenie sa do podvodnej súťaže ( $r = 0,126$ ;  $p < 0,001$ ) a najslabší, no stále signifikantný vzťah bol s uverením nepravdivej informácii ( $r = 0,089$ ;  $p < 0,001$ ).

## Účasť na preventívnom programe

Zisťované boli skúsenosti respondentov/-iek s preventívnym programom alebo vzdelávaním zameraným na overovanie pravdivosti informácií. Až 64% opýtaných sa nezúčastnilo preventívneho programu spomenutého typu. Medziskupinové porovnávanie v rámci vybraných premenných popísaných vyššie, poukázalo na nasledujúce zistenia:

- Respondenti/-ky, ktoré absolvovali vzdelávanie častejšie využívali ako zdroj na získavanie informácií spravodajské portály ( $p < 0,001$ ), podcasty ( $p < 0,001$ ) a tlač ( $p < 0,050$ )



- Absolventi/-ky vzdelávania sa častejšie stretávali s dezinformáciami v rámci daných tém (Škála kontaktu s témami HoDeKoPro) v porovnaní s respondentmi/-kami, ktorí/-é sa takéhoto vzdelávania nezúčastnili (hodnota štatistickej významnosti sa pohybovala od  $p < 0,001$  do  $p < 0,050$ ).
- Všeobecná HoDeKoPro mentalita, ktorá reprezentuje presvedčenia o zámernom šírení nepravdivých informácií rozličnými aktérmi, bola vyššia u absolventov/-iek vzdelávania. Štatisticky významné rozdiely boli namerané pri faktoroch hoaxy, dezinformácie a propaganda ( $p < 0,050$ ).
- Miera presvedčenia o pravdivosti konšpiračných naratívov (Škála HoDeKoPro presvedčení) bola vyššia u respondentov/-iek, ktoré neabsolvovali vzdelávanie ( $p < 0,050$ ).
- Vzhľadom na osobné skúsenosti s uverením nepravdivým informáciám a podvodom (Škála osobných skúseností s nepravdivými informáciami) sa nezistili žiadne štatisticky významné rozdiely medzi porovnávanými skupinami.

## Zhrnutie kvantitatívnej časti

Prezentované výsledky poukazujú na to, ako mladí ľudia pristupujú k informáciám a ako sa správajú pri kontakte s tými nepravdivými, pričom sa tieto skúsenosti môžu líšiť vzhľadom na rod, vek, či typ navštevovanej školy. Informácie v najväčšej miere získavajú v online priestore, najmä na sociálnych sieťach. Nie je preto žiadnym prekvapením, že sa v tomto prostredí zároveň najčastejšie stretávajú aj s nepravdivými informáciami, a to hlavne pri témach politického diania a LGBTI+. Čo sa týka emocionálneho prežívania, mladí ľudia pociťujú emócie skôr zriedka, pričom prevládajú negatívne emócie ako hnev a znechutenie. Prevažuje tendencia správať sa pasívne, čiže nereagovať a ignorovať nepravdivé informácie, a to v online prostredí i reálnom svete. Nejakú formu aktivity sú ochotnejší/-ie vyvinúť mladší/-ie respondenti/-ky zo základných škôl. Väčšina mladých ľudí je presvedčená o zámernom konaní rôznych aktérov, ktorí manipulujú s informáciami za účelom dosiahnutia vlastných cieľov. Vzhľadom na presvedčenia o pravdivosti vybraných konšpiračných naratívov je možné konštatovať, že existujú mladí ľudia, ktorí týmto naratívom veria, pričom náchylnejší/-ie sú skôr mladší/-ie respondenti/-ky. Viac ako polovica opýtaných neabsolvovala vzdelávanie zamerané na overovanie informácií. Dáta z online mapovania prispievajú k pochopeniu faktorov, ktoré môžu vplývať na skúsenosti slovenskej mládeže súvisiace s dezinformáciami.

## Limity kvantitatívnej časti

Za limity predmetného výskumu možno považovať nerovnomerné zastúpenie respondentov/-iek vzhľadom na sociodemografické premenné, akými sú vek, typ navštevovanej školy, či samosprávny kraj. Išlo o nenáhodný výber, nakoľko výskumný súbor je tvorený dostupným výberom, čiže je zastúpený len respondentmi/-kami ochotnými sa do výskumu zapojiť. Vzhľadom na tieto skutočnosti nie je možné výskumné zistenia generalizovať na celú populáciu mladých ľudí v Slovenskej republike. Ďalším limitom je dĺžka a náročnosť dotazníkovej batérie, ktorá bola pomerne rozsiahla, čo mohlo viesť k zníženiu pozornosti a motivácie respondentov/-iek svedomito odpovedať na otázky. Sporná môže byť aj zrozumiteľnosť jednotlivých položiek pre mladších/-ie respondenti/-ky, čo mohlo viesť k skresleniu výsledkov. Napriek zdôrazňovaniu zachovania anonymity nie je možné vylúčiť ani tendenciu odpovedať sociálne žiaducim spôsobom.



# Praktická časť

## Príklady dobrej praxe mediálnej výchovy v SR a ČR

V posledných desaťročiach sa digitálna revolúcia výrazne podpísala na zmenách v šírení a prijímaní informácií. Internet a sociálne médiá priniesli obrovský nárast dostupných informácií, ale zároveň otvorili priestor na šírenie dezinformácií, hoaxov a konšpiračných teórií. Tieto fenomény sa stali vážnou výzvou nielen pre verejnosť, ale aj pre odborníkov a odborníčky z oblasti vzdelávania a výchovy. Mediálna gramotnosť, chápaná ako **schopnosť kriticky analyzovať a hodnotiť mediálne obsahy**, nadobúda kľúčový význam v boji proti dezinformáciám, ktoré môžu výrazne ovplyvňovať postoje i správanie mladých ľudí.

Tento súhrnný dokument vznikol ako súčasť projektu HoDeKoProM, ktorý je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+. Cieľom projektu je aj touto formou podporiť schopnosť mladých ľudí rozlišovať medzi pravdivými a falošnými informáciami, a zároveň objasniť pedagogickým a odborným zamestnancom (PZ a OZ), ako vysvetliť mladému človeku, ako sa efektívne brániť voči šíreniu dezinformácií v digitálnom svete. Kapitola reflektuje súčasné potreby vzdelávacieho systému, ktoré boli identifikované pomocou fókusových rozhovorov s PZ/OZ koncom roka 2023. Odborníci upozorňujú, že iba systematická výučba a neustále vzdelávanie v tejto oblasti môže viesť k úspešnému vybudovaniu spoločnosti, ktorá je odolná voči dezinformáciám. Ako uvádzala Buckingham (2003) už pred viac ako dvadsiatimi rokmi, mediálna výchova by mala byť neoddeliteľnou súčasťou vzdelávacieho systému, pretože ovplyvňuje nielen akademické, ale aj sociálne a emocionálne aspekty vývoja mladých ľudí. Dnešný digitálny svet je preplnený informáciami, ktoré môžu byť pravdivé, ale aj nepravdivé či zavádzajúce. **Dezinformácie, falošné správy a konšpiračné teórie sa šíria rýchlejšie ako kedykoľvek predtým a môžu výrazne ovplyvňovať správanie a postoje mladých ľudí.** Mediálna výchova preto zohráva kľúčovú úlohu v boji proti týmto fenoménom. Cieľom by malo byť posilniť schopnosť mladých samostatne hodnotiť informácie, analyzovať ich a aktívne odolávať manipuláciám. Odporúčame štvrté vydanie príručky s názvom „Onlinové dezinformácie ako výzva pre školskú výučbu“ (vid'. referencie), ktorá poskytuje PZ/OZ komplexný súbor nástrojov na to, ako efektívne vzdelávať mladých ľudí v oblasti mediálnej gramotnosti a ako predchádzať šíreniu dezinformácií.

Realizované aktivity a metodické postupy uvedené v tejto publikácii reflektujú súčasné trendy vo vzdelávaní, pričom zohľadňujú aj potreby žiakov na základných a stredných školách. Jedným z hlavných cieľov je vytvoriť z mladých ľudí aktívnych, informovaných občanov, ktorí budú schopní rozlišovať medzi pravdivými a manipulatívnymi informáciami, a ktorí sa nebudú nechávať ovplyvňovať zavádzajúcimi médiami. Značnú časť preventívnych programov sme čerpali zo spomínanej príručky. Príklady dobrej praxe uvedené v spomínanej príručke ukazujú, že vzdelávacie programy zamerané na mediálnu gramotnosť môžu byť účinné, ak sú systematicky implementované a ak sú podporované vhodnými nástrojmi, ako sú diskusie, interaktívne hry, či práca s reálnymi príkladmi dezinformácií. Ako upozorňuje Livingstone (2014), dôležité je nielen naučiť mladých ľudí, ako analyzovať a hodnotiť mediálne obsahy, ale aj **rozvijať ich schopnosť vyjadrovať vlastné názory a angažovať sa v spoločenskom dianí.**



## Slovenské organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - ZŠ

Programy pre základné školy sú navrhnuté tak, aby rozvíjali základné kritické myslenie žiakov. Ide o aktivity, ktoré sú prispôbené veku a skúsenostiam žiakov a umožňujú im jednoduchým spôsobom pochopiť mechanizmy šírenia dezinformácií.

### **CEDMO**

Už od roku 2021 sa CEDMO zameriava na aktivity súvisiace s digitálnou transformáciou a informačnými poruchami predovšetkým v strednej Európe. Expertný tím zložený z technicky a humanitne orientovaných vedcov a vedkýň, výskumníkov a výskumníčok, novinárov a novinárok, overovateľov a overovateľiek faktov, odborníkov a odborníčok na médiá či mediálnu gramotnosť, identifikuje a skúma hlavné zdroje a príčiny nežiaducich informačných javov a porúch s cieľom navrhnúť opatrenia a odporúčania, ktoré umožnia občianskej spoločnosti, verejným inštitúciám a súkromnému sektoru reagovať na klesajúcu dôveru v kľúčové inštitúcie, a ktoré zároveň pomôžu lepšie odolávať týmto rastúcim vplyvom. Viac informácií na: <https://cedmohub.eu/sk/medialna-gramotnost/aktivity/>

### **Slovenská debatná asociácia (SDA)**

SDA rozvíja schopnosti mladých ľudí v oblasti argumentácie, logického myslenia a kritickej analýzy. Organizuje debatné turnaje a workshopy pre študentov aj učiteľov, kde sa venujú dôležitým spoločenským témam, vrátane dezinformácií a manipulácií v médiách. Viac informácií na: <https://www.sda.sk>

### **Zmudri**

Neziskový projekt vznikol v roku 2018 s cieľom pripravovať mladých ľudí na reálny život a zrozumiteľnou formou im vysvetľovať témy, ktoré v našom vzdelávacom systéme chýbajú. Projekt tvorí vzdelávacie videá, navštevuje školy a komunikuje s tisíckami učiteľov. Na svojich sociálnych sieťach, vo webovom magazíne Zmudri G, či formou podcastov vysvetľuje mladým aktuálne dianie a vyvracia najčastejšie mýty a konšpirácie. To všetko s cieľom rozvíjať u nich zručnosť, ktorá je pre život v dnešnom svete kľúčová - zručnosť kriticky myslieť. Viac informácií na: <https://zmudri.sk>

### **Komenského inštitút**

Inštitút sa zaoberá predovšetkým rozvojom a podporou učiteľských kompetencií z hľadiska kritického myslenia, či dezinformácií. Tento inštitút sa špecializuje predovšetkým na komplexné vzdelávanie a inkluzívnu komunikáciu medzi pedagogickými zamestnancami z rôznych školských/vzdelávacích inštitúcií. Organizácia vedie mnoho podnetných prednášok, seminárov, workshopov či tímbildingov, ktoré slúžia učiteľom ako také informačné kompasy, vďaka ktorým vedú odbornejšie posudzovať, rozlišovať, detegovať, či iným spôsobom identifikovať informácie ohľadom kritického myslenia napríklad v súvislosti s finančnou gramotnosťou. Viac informácií na: <https://komenskehoinstitut.sk>

### **CeNef**

Centrum pre podporu neformálneho vzdelávania vytvára: Príležitosť pre šírenie myšlienok, významu a prínosu neformálneho vzdelávania. Nástroj vzdelávania v oblasti rozvoja kompetencií pre



osobnostný i profesijný rast ľudí z rôznych sektorov. Priestor spájať skúsenosti, odbornosť a prax lektorov, trénerov, školiteľov a expertov v oblasti neformálneho vzdelávania. Viac informácií na: <https://cenef.sk>

## **Slovenské organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - SŠ**

### **Digitálna inteligencia (digiQ)**

Program určený pre stredoškolákov pomáha rozvíjať digitálnu gramotnosť a bezpečné správanie na internete. Zameriava sa na kritické hodnotenie obsahu v online priestore a boj proti dezinformáciám. Viac informácií na: <https://digiq.sk>

### **Inštitút pre aktívne občianstvo (IPAO)**

Zameriavajú sa na posilňovanie a výskum občianskej angažovanosti a rozvoj demokratických občianskych kompetencií a hodnôt vrátane kritického myslenia, a to najmä prostredníctvom skvalitňovania občianskej výchovy a vzdelávania detí aj dospelých a systémových zlepšení na lokálnej, celoslovenskej aj európskej úrovni. Viac informácií na: <https://ipao.sk/portfolio-items/partner-v-projekte-art-as-evidence/>

### **OZ Krupica**

Organizácia sa venuje primárne neformálnemu vzdelávaniu priamo na školách formou workshopov. V poslednej dobe sa však viac sústreďujú aj na vytváranie metodických plánov pre učiteľov a vytváranie edukačného obsahu na sociálnych sieťach. V ňom sa zameriavajú na vzdelávanie o demokracii a hybridných hrozbách. Viac informácií na: <https://krupica.sk>

### **Lietajúca ryba**

V občianskom združení Lietajúca ryba (Akadémia zážitkového vzdelávania) sa dlhodobo venujú témam dezinformácií. Vytvorili a prispôsobili metodické materiály a vzdelávacie aktivity pre vzdelávanie mladých ľudí v týchto témach. Teraz vďaka podpore projektov cez Prešovský samosprávny kraj a Nadáciu Orange prinášajú interaktívne zážitkové vzdelávania „Príbeh Tróje“ a „Zaži(tok) informácií“ aj na ďalšie školy v Prešovskom kraji, ale aj do niektorých iných škôl v rámci Slovenska. Viac informácií na: <https://lietajucaryba.eu/ponuka/>

### **Zvol si info**

Zameriavajú sa na vzdelávanie mladých ľudí v oblasti mediálnej gramotnosti a rozpoznávania dezinformácií. Organizácia vznikla ako študentský projekt a dnes realizuje interaktívne workshopy pre základné aj stredné školy, kde žiakov učí, ako správne pracovať s informáciami, overovať zdroje a rozlišovať medzi pravdivými a nepravdivými správami. Svoju prácu zakladá na rozvoji kritického myslenia a ponúka praktické nástroje na to, ako sa brániť pred dezinformáciami, manipuláciami a hoaxami. Viac informácií na: <https://zvolsi.info/sk>



## České organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - ZŠ

### E-Bezpečí

Program sa sústreďuje na internetovú bezpečnosť a rozpoznávanie falošných informácií. Vzdeláva žiakov o rizikách spojených s kyberšikanou a manipuláciami v online priestore. Viac informácií na: <https://www.e-bezpecci.cz>

### O2 Chytrá škola

Tento program vzdeláva deti o bezpečnom používaní internetu a pomáha im rozpoznať dezinformácie a falošné správy. Zameriava sa na rozvoj kritického myslenia a mediálnej gramotnosti. Viac informácií na: <https://o2chytraskola.cz>

### Jeden svět na školách

Interaktívny vzdelávací program pre stredoškolačkov o mediálnej gramotnosti, ktorý učí študentov rozpoznať dezinformácie a fake news. Program obsahuje množstvo edukačných materiálov a cvičení. Tento program sa zameriava na mediálnu gramotnosť, kritické myslenie a rozvoj občianskych zručností prostredníctvom filmov a vzdelávacích materiálov. Viac informácií na: <https://jsns.cz>

### Zvol si info

Program učí žiakov základných škôl rozpoznať dezinformácie, fake news a propagandu prostredníctvom interaktívnych cvičení a diskusií. Žiaci sa učia používať kritické myslenie. Viac informácií na: <https://zvolsi.cz>

### Stužák

Študenti vysokých škôl, ktorí okrem svojho štúdia, pomocou hravých a interaktívnych workshopov, pomáhajú žiakom stredných škôl zamyslieť sa nad zdanlivo obyčajnými vecami. Workshopy sú garantované odborníkmi, ale pre žiakov sú zadarmo. Robia ich srdcom, v celej SR a robia ich skvele - za prínos spoločnosti v oblasti kritického myslenia boli aj ocenení cenou Gratias Tibi. Viac informácií na: <https://stuzak.cz/>

## České organizácie venujúce sa mediálnej gramotnosti - SŠ

### E-Bezpečí

Program pre stredoškolačkov, ktorý sa zameriava na internetovú bezpečnosť a rozpoznávanie fake news a dezinformácií. Pomáha rozvíjať schopnosť študentov kriticky hodnotiť mediálny obsah. Viac informácií na: <https://www.e-bezpecci.cz>

### Fak(e)ticky - mediálne workshopy

Zaoberá sa mediálnou výchovou, kritickým myslením, bezpečnosťou na internete a kultivovaným diskutovaním. A pretože práca v školách nekončí, organizuje interaktívne workshopy aj pre učiteľov, obce a firmy. Viac informácií na: <https://www.faketicky.cz>



## FakeScape

Interatívna hra pre stredoškólkov, ktorá ich učí rozpoznávať fake news a dezinformácie. Program podporuje rozvoj kritického myslenia a mediálnej gramotnosti. Viac informácií na: <https://fakescape.cz>

## Forum pro prožitkové vzdělávání

Tento program zameraný na stredné školy využíva interaktívne metódy a zážitkové vzdelávanie na rozvoj kritického myslenia. Učí študentov, ako analyzovať informácie, rozpoznáť dezinformácie a vyrovnávať sa s online manipuláciami. Viac informácií na: <https://www.forumppv.cz>

## Demagog Projekt

Demagog.cz sa sústreďuje na overovanie faktických výrokov verejných predstaviteľov. Rozhodli sa ale ponúknuť svoje skúsenosti a znalosti ďalej a ponúkajú organizovanie workshopov pre inštitúcie verejné i súkromné o tom, čo zahŕňa mediálnu gramotnosť a ako správne rozpoznáť hoax od hlavných správ, fake news od skutočných novín. V dnešnej dobe, keď sú najmä zo sociálnych sietí ľudia atakovaní záplavou informácií a dezinformácií, je veľmi zložitá rozpoznáť, či je daná informácia presná, alebo ide o hoax, či o obskurný text. Viac informácií na: <https://demagog.cz/workshopy>

## Ďalšie inšpiratívne webové stránky:

- Manuál pre pedagógov: Ako učiť o propagande a konspiráciách © Post Bellum SK, 2021 [https://www.postbellum.sk/wp-content/uploads/2021/05/Manual\\_pre\\_pedagogov\\_konspiracie.pdf](https://www.postbellum.sk/wp-content/uploads/2021/05/Manual_pre_pedagogov_konspiracie.pdf)
- Mediálna gramotnosť v základných a stredných školách © JSNS (Človek v tiesni, Česká republika) <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>
- © Nadácia otvorenej spoločnosti <https://osf.sk/2020/03/20/ako-odhalit-fake-news/>  
Nadácia ponúka návody na odhalenie fake news a mediálnej manipulácie.
- Príručka pre učiteľov a učiteľky SŠ: [https://ipao.sk/wp-ipao-content/uploads/2024/01/IPAO\\_GI\\_AAE\\_Metodicka-prirucka\\_final\\_na-stiahnutie.pdf](https://ipao.sk/wp-ipao-content/uploads/2024/01/IPAO_GI_AAE_Metodicka-prirucka_final_na-stiahnutie.pdf)
- Metodika vzdelávania na stiahnutie: [https://www.sfpa.sk/wp-content/uploads/2021/08/metodika\\_vzdelavania\\_web\\_2s-2.pdf](https://www.sfpa.sk/wp-content/uploads/2021/08/metodika_vzdelavania_web_2s-2.pdf)
- MEDIÁLNA VÝCHOVA. Digitálni influenceri [online]. 2023. Dostupné z: <https://medialnavychova.sk/digitalni-influenceri/>

Publikácia tiež zdôrazňuje potrebu kontinuálnej spolupráce medzi školami, odborníkmi a verejnými inštitúciami v boji proti dezinformáciám. Význam mediálnej výchovy bude naďalej rásť, pretože schopnosť mladých ľudí kriticky myslieť a správne hodnotiť informácie je základným predpokladom pre ich úspech v digitálnom svete.





# Záver

Predkladaná správa poukazuje na dôležité skutočnosti týkajúce vnímania hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy medzi mladými ľuďmi v Slovenskej a Českej republike. Zistenia z fókusových skupín a online mapovania priniesli zaujímavé poznatky o živote mladých ľudí v kontexte nepravdivých informácií a pohľad dospelých, ktorí s mladými pracujú, na stav mediálneho vzdelávania. Dáta boli získavané v období (november 2023 – apríl 2024) poznačenom významnými udalosťami, ako napr. pandemiou, vojnou na Ukrajine, či izraelsko-palestínskym konfliktom. Je známe, že práve takéto neprehľadné udalosti sú častým zdrojom neoverených a klamlivých informácií, ktoré môžu prispievať k polarizácii spoločnosti. Napriek tomu, že z rozhovorov s adolescentmi na stredných školách a v nízkoprahových zariadenia vyplynulo, že sa sami aktívne o tieto témy veľmi nezaujímajú, vnímajú ich prítomnosť v spoločenskom diskurze.

Mladí ľudia si sú vedomí problematiky výskytu nepravdivých informácií v online priestore aj v osobných rozhovoroch. Majú povedomie o možných nástrahách digitálneho prostredia, avšak nevenujú primeranú pozornosť overovaniu informácií a ani nemajú dostatočné vedomosti a zručnosti, ako odlíšiť pravdivé informácie od tých nepravdivých. Preto sa často spoliehajú na vlastnú intuíciu a väčšie úsilie vynaložia len pri témach, ktoré ich osobne zaujímajú. Ich primárnymi zdrojmi informácií sú sociálne siete, čo potvrdili aj zistenia z online mapovania.

Kvantitatívna časť výskumu sa snažila o preskúmanie HoDeKoPro problematiky na väčšom počte respondentstva a doplnenie poznatkov z fókusových skupín. Na základe výsledkov je možné konštatovať, že tieto dáta zrkadlia odpovede adolescentov z fókusových skupín. Mladí ľudia vo veku od 13 do 25 rokov majú skúsenosti s nepravdivými informáciami, a to najmä z online prostredia. Sociálne siete sú miestom, odkiaľ najčastejšie čerpajú informácie, napriek tomu, že tam prichádzajú do kontaktu aj s dezinformáciami. Tak ako pri posudzovaní pravdivosti informácií, tak aj pri reagovaní na nepravdivý obsah, sú skôr pasívni a majú tendenciu dezinformácie ignorovať. Emócie pri kontakte s nepravdivými informáciami pociťujú len zriedka, a to najmä hnev, či znechutenie. Skúsenosť s nejakou formou mediálnej výchovy zameranej na rozpoznávanie dezinformácií malo menej ako polovica respondentov, čo je znakom toho, že mediálna výchova stále nie je dostatočne integrovaná do vzdelávacích programov na školách, hoci ide o prierezovú tému. O možných príčinách, prečo tomu tak je, sa dozvedáme z výpovedí dospelých respondentov z fókusových skupín.

Učitelia a učiteľky, či pracovníčky a pracovníci s mládežou v nízkoprahových centrách čelia viacerým výzvam pri realizácii mediálnej výchovy v rámci svojej práce s mladými ľuďmi. Poukazujú na absenciu kvalitných zdrojov a overených materiálov, či nedostatočnú systémovú podporu. Často tak zažívajú pocity neistoty a osamelosti, nakoľko nemajú dostatočný priestor sa sieťovať s ďalšími kolegami, ktorí sa snažia rozvíjať mediálnu gramotnosť u svojich študentov. V snahe podporiť toto snaženie je súčasťou tejto publikácie aj samostatná kapitola, ktorá ponúka zoznam už existujúcich preventívnych programov, ktorými je možné sa inšpirovať.

Tento výskumný projekt poskytol cenné informácie o vnímaní dezinformácií, hoaxov a propagandy medzi mladými ľuďmi v Českej a Slovenskej republike. Aj napriek určitým obmedzeniam sa domnievame, že tento výskum prispel k hlbšiemu pochopeniu toho, ako adolescenti vnímajú riziká digitálneho prostredia, a odhalil kľúčové oblasti, v ktorých je potrebné posilniť mediálnu gramotnosť. Výsledky budú užitočné nielen pre odborníkov, ktorí sa zaoberajú vzdelávaním, ale aj pre všetkých, ktorí sa snažia o prevenciu rizík spojených so šírením nepravdivých informácií medzi mládežou.



# Zoznam použitej literatúry

1. American Psychological Association. (2023). *Using psychological science to understand and fight health misinformation*. <https://www.apa.org/pubs/reports/misinformation-recommendations.pdf>
2. Baker, G., Faxon-Mills, S., Huguet, A., Pane, J. F., & Hamilton, L. S. (2022). *Approaches and obstacles to promoting media literacy education in U.S. schools*. RAND Corporation. [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RRA112-19.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA112-19.html)
3. Brown, J. D., & Bobkowski, P. S. (2011). Older and newer media: Patterns of use and effects on adolescents' health and well-being. *Journal of Research on Adolescence*, 21(1), 95-113. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2010.00717.x>
4. Bruder, M., et al. (2013). Measuring individual differences in generic beliefs in conspiracy theories across cultures: Conspiracy mentality questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 4, 225. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00225>
5. Buckingham, D. (2003). *Media education: Literature, education, and transitional culture*. Cambridge University Press.
6. Kačínová, V., a kolektív. (2023). *Onlinové dezinformácie ako výzva pre školskú výuku: Príklady dobrej praxe výuky mediálnej výchovy na základných a stredných školách*. Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzita sv. Cyrila a Metóda v Trnave.
7. Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). SAGE Publications.
8. Lipkin, M. C., Culver, S. H., & Redmond, T. (2020). A snapshot: The state of media literacy education in the United States. In *Mediálne literatúry in disruptive media environment* (pp. 23-35). Routledge.
9. Livingstone, S. (2014). The participation paradigm in audience research. *The Communication Review*, 16(1-2), 21-30. <https://doi.org/10.1080/10714421.2013.757174>
10. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
11. Smahel, D., Machackov, H., Mascheroni, G., Dedkov, L., Staksrud, E., Olafson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. EU Kids Online. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01ofo>
12. Tomšík, R. (2017). *Kvantitatívny výskum v pedagogických vedách: Úvod do metodológie a štatistického spracovania*. Nitra: PF, UKF.
13. Van der Linden, S., & Roozenbeek, J. (2020). Psychological inoculation against fake news. In *Routledge eBooks* (pp. 147-169). <https://doi.org/10.4324/9780429295379-11>
14. Yeleussiz, A. (2024). Exploring EFL teachers' perceptions of media literacy in Kazakhstan. *Journal of Social Studies Education Research*, 15(1), 282-316.



# Zoznam tabuliek a grafov

**Tabuľka 1:** Popis zloženia jednotlivých fókusových skupín podľa typu školy a rodu

**Tabuľka 2:** Charakteristika výskumného súboru

**Tabuľka 3:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály kontaktu s témami HoDeKoPro v percentách

**Tabuľka 4:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály kontaktu so zdrojmi HoDeKoPro v percentách

**Tabuľka 5:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály emocionálnych reakcií na HoDeKoPro v percentách

**Tabuľka 6:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály behaviorálnych reakcií na HoDeKoPro v online priestore v percentách

**Tabuľka 7:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály behaviorálnych reakcií na HoDeKoPro v reálnom svete v percentách

**Tabuľka 8:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály všeobecnej HoDeKoPro mentality v percentách

**Tabuľka 9:** Opisná štatistika faktorov Škály všeobecnej HoDeKoPro mentality

**Tabuľka 10:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály HoDeKoPro presvedčení v percentách

**Tabuľka 11:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé položky Škály osobných skúseností s nepravdivými informáciami v percentách

**Graf 1:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé platformy v percentách

**Graf 2:** Frekvencia odpovedí pre jednotlivé médiá v percentách



# HoDeKoProM

“Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií  
a propagandy medzi mladými ľuďmi.”