

# DIEŤA



V CENTRE ODBORNEJ POZORNOSTI

Metodicko – odborný časopis pre poradenskú prax a širšiu verejnosť

3 | 2024

**TÉMA ČÍSLA:**

**Hoaxy, dezinformácie,  
konšpiračné teórie  
a propaganda**



<b>ÚVODNÍK</b>	
(Mgr. Karin Belovičová, Mgr. Jarmila Zsírosová) .....	1
<b>PROJEKT</b>	
Všeobecné informácie o projekte.....	2
<b>ROZHOVOR</b>	
Rozhovor na tému HoDeKoPro .....	3
Medailóniky členov/členiek platformy (SK) .....	9
Medailóniky členov/členiek platformy (CZ).....	11
<b>ODBORNÉ PRÍSPEVKY</b>	
Ako na (dez)informácie? .....	13
<i>(Kristína Blažeková)</i>	
Dezinformácie z pohľadu mladých ľudí a mediálnej výchovy (slovensko-český kontext).....	16
Správanie mladých ľudí v online a offline prostredí v kontexte rôznorodého narábania s informáciami .....	17
<i>(Esterá Kövérová, Jarmila Zsírosová)</i>	
Výzvy výuky mediálnej gramotnosti z pohľadu učiteľů a pracovníků s mládeží: Zjištění ze skupinových rozhovorů .....	20
<i>(Zuzana Scott, Daniel Carbol)</i>	
Falešné informace na sociálních sítích: Jak jim adolescenti rozumějí a jak s nimi pracují? .....	23
<i>(Lucie Čejková)</i>	
Testovanie 8-dimenzionálneho modelu spokojnosti s osobnou pohodou študentov a študentiek .....	25
<i>(Robert Tomšík, Jarmila Zsírosová, Karin Belovičová)</i>	
Anotácie posterov z konferencie HoDeKoProM.....	28
<b>Z POHĽADU ODBORNÍKOV</b>	
Nahlas o deťoch – téma HoDeKoPro.....	30
Príklady konkrétnych dezinformácií a návrhy na diskusiu s mladými.....	35
<i>(Karin Belovičová)</i>	
Praktické rady (nielen) pre pracovníkov a pracovníčky špeciálnych výchovných zariadení – príklady ako komunikovať s mládežou.....	37
<i>(Karin Belovičová)</i>	
<b>INFORMÁCIE</b>	
Rubrika desatoro VÚDPaP – 9 rád pre rodičov.....	40
<i>(Karin Belovičová)</i>	





Milí čitatelia a čitateľky,

s veľkým potešením Vám prinášame špeciálne číslo nášho časopisu, ktoré sa zameriava na tému dezinformácií a mediálnej gramotnosti a ich vplyvu na mladých ľudí i na našu spoločnosť ako celok. Prostredníctvom tohto vydania sa môžete zoznámiť s názormi odborníkov, praktickými radami a výsledkami výskumu z projektu *HoDeKoProM – Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi*.

V úvode Vám priblížime projekt, ktorý spája odborníkov zo Slovenskej a Českej republiky. Zaoberá sa témou dezinformácií a mediálnej gramotnosti. Prostredníctvom medailónikov predstavíme členov a členky platformy HoDeKoProM, ktorí v sekcii otázok a odpovedí priblížili svoje osobné názory na danú tému.

Okrem odborných teoretických článkov na Vás čakajú aj čiastkové výstupy z výskumných zistení, prepis podcastu na tému hoaxov a dezinformácií, či anotácie odborných posterov, prezentovaných na medzinárodných konferenciách. Záver patrí konkrétnym príkladom dezinformácií a praktickým radám, ktoré môžu byť cennou pomôckou pre pedagógov/-čky a pracovníkov/-čky s mládežou.

Veríme, že toto špeciálne číslo Vás inšpiruje, obohatí a podporí pri Vašej práci s mladými ľuďmi v dobe plnej výziev.

Prajeme príjemné čítanie!

Mgr. Karin Belovičová  
výskumná pracovníčka  
antropologička, manažérka a koordinátorka projektových aktivít

Mgr. Jarmila Zsírosová  
výskumná pracovníčka  
psychologička, koordinátorka projektových aktivít



# Všeobecné informácie o projekte

Projekt realizoval VÚDPaP v spolupráci s Inštitutom pro psychologický výzkum (INPSY) z Masarykovskej univerzity v Brne. Obe organizácie vnímali nedostatok informácií a odborných výstupov v súvislosti s mladými ľuďmi a vnímaním hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy (téma HoDeKoPro).

V rámci projektu sme vo VÚDPaPe zoskupili odborníkov a odborníčky do medzinárodnej platformy. Na prelome rokov 2023 a 2024 sme zorganizovali sériu dvanástich fókusových skupín s mladými, s pedagogickými zamestnancami/-kyňami a s pracovníkmi/-čkami s mládežou vo formálnom a neformálnom vzdelávaní. Súčasne sme zrealizovali online mapovanie prostredníctvom dotazníkovej batérie, ktorú vyplnilo viac ako 2000 respondentov/-tiiek. Pripravili sme výskumnú

správu HoDeKoProM, o ktorej informujeme v šiestej kapitole tohto čísla. V októbri 2024 sme zrealizovali konferenciu HoDeKoProM pre 120 účastníkov/-čok zo Slovenskej a Českej republiky, kde sme predstavili nielen nazbierané výsledky, ale aj uskutočnili viaceré zaujímavé prednášky, panelovú diskusiu či workshopy.

Našou snahou bolo priniesť cenné informácie odborníkom v oblasti prevencie rizikového správania mládeže a podpory ich duševného zdravia. Prostredníctvom spomínanej správy HoDeKoProM poskytujeme česko-slovenskému prostrediu prehľad existujúcich nástrojov na zmiernenie dopadov HoDeKoPro na mládež.

Ďalšie informácie a výstupy z projektu môžete nájsť aj na stránke [www.hodekoprom.eu](http://www.hodekoprom.eu).



# Rozhovor na tému HoDeKoPro

**Mgr. Karin BELOVIČOVÁ**

## Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?

Ľudia by sa podľa môjho názoru mali viac venovať téme HoDeKoPro, pretože šírenie dezinformácií, hoaxov a propagandy ohrozuje v našom každodennom živote pravdu ako takú, ako aj zdravé fungovanie spoločnosti. Učenie sa a získavanie zručností ako rozpoznať nepravdivé informácie na internete pomáha chrániť jednotlivcov pred manipuláciou a extrémnymi názormi. Informované skupiny ľudí sú odolnejšie voči dezinformáciám a podporujú sociálnu súdržnosť v spoločnosti. Navyše, ľudia, ktorí dokážu rozlíšiť pravdivé informácie od falošných, sú podľa výskumov menej vystavení stresu a úzkosti. Záujem o túto tému prispieva k vytváraniu odolnejšej a lepšie informovanej spoločnosti, kde sú občania schopní robiť rozhodnutia a efektívne riešiť problémy.

## Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?

Jedno z najzaujímavejších zistení z nášho výskumu bolo to, ako adolescenti chápu a identifikujú dezinformácie. Adolescenti typicky definovali dezinformáciu ako falošnú informáciu, ktorá je vytrhnutá z kontextu alebo je skreslená, a to s úmyslom zmiasť alebo presvedčiť v prospech toho, kto ju šíri. Niektorí rozlišovali medzi dezinformáciou a misinformáciou na základe zámeru, pričom dezinformáciu považovali za chybnú informáciu s úmyslom poškodiť, zatiaľ čo misinformácia bola chápa-

ná ako chybná informácia šírená bez úmyslu poškodiť. Toto rozlíšenie je významné, pretože ukazuje, že niektorí adolescenti už hlbšie rozumejú týmto pojmom, čo považujem za kľúčové pre efektívne mediálne vzdelávanie a kritické myslenie. Taktiež to naznačuje, že sú si vedomí úlohy zámeru pri šírení informácií, čo je základom pre pochopenie komplexných dynamík v modernom mediálnom prostredí.

## Čo považujete za efektívny nástroj/prístup k riešeniu HoDeKoProM?

Uvediem príklad jednej z najúspešnejších krajín v boji proti dezinformáciám – Fínsku. Úspech dosiahli integráciou mediálnej gramotnosti do školských osnov, študenti sa učia kriticky hodnotiť informácie a rozpoznávať falošné správy už od základnej školy. Široká verejná osвета a kampaň na zvyšovanie povedomia o dezinformáciách sú podporované vládou aj neziskovými organizáciami a sú zamerané na rôzne vekové skupiny. Fínsko tiež profituje zo silnej spolupráce medzi verejným a súkromným sektorom. Vláda spolupracuje s technologickými spoločnosťami, médiami a akademickou obcou na vývoji a implementácii stratégií na boj proti dezinformáciám. Vláda aktívne podporuje tieto iniciatívy financovaním výskumu a vzdelávacích programov. Efektívne využívanie pokročilých technologických riešení na monitorovanie a analýzu dezinformácií umožňuje ich rýchle identifikovanie a elimináciu. Neuviedla som síce jeden konkrétny nástroj, ale takto zložitú problematiku nie je podľa môjho názoru možné efektívne riešiť bez komplexných postupov a zohľadnení všetkých aspektov.

**Mgr. Zuzana SCOTT, Ph.D.**

### **Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?**

Z perspektívy môjho odboru, psychológie, je dôležité sa téme dezinformácií venovať obzvlášť u mladých dospelých. Vyrastajú v digitálnej ére, ktorej dominuje extrémne rýchla dostupnosť informácií a novovzniknutá online prepojenosť, ktorú poskytujú sociálne siete. Pochopenie toho, ako algoritmy sociálnych médií, vplyv rovesníkov a emocionálne reakcie formujú vnímanie a porozumenie informáciám u mladých ľudí, nám môže pomôcť identifikovať zraniteľné miesta a vytvoriť efektívnejšie vzdelávacie stratégie, ktoré podporujú mediálnu gramotnosť a kritické hodnotenie informačných zdrojov. V konečnom dôsledku sa snažíme prispieť k formovaniu informovanej spoločnosti, ktorá je odolná voči záujmom jednotlivcov a je schopná odlíšiť pravdu od fikcie.

### **Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?**

Adolescenti v našom výskume mali základné znalosti o tom, čo dezinformácie sú, prečo sa šíria a ako ich rozpoznať. Napriek tomu často uvádzali, že pokiaľ nie je pre nich téma dostatočne dôležitá, informácie si veľmi neoverujú a pre základnú orientáciu často čerpajú informácie zo sociálnych sietí. Z hľadiska informačného zahltenia, v ktorom dnešní mladí ľudia vyrastajú, je tomu možné dobre porozumieť. Nie je možné sa o všetkom informovať do hĺbky. Zároveň často vyjadrili potrebu dostať sa ku kvalitným a pravdivým informáciám. Ocitli sa tak v pasci, lebo vedeli, že rýchly prístup k informáciám nesie riziko, že informácie budú neúplné a skreslené, ale skutočný čas, ktorý majú k dispozícii, im nedovolil ísť do hĺbky, alebo overovať informácie z viacerých zdrojov. Museli teda vždy robiť určitý kompromis a uvažovať, do čoho investujú svoj čas a kognitívnu kapacitu. V diskusiách sa táto dilema objavovala rela-

tívne často a adolescenti ponúkli niekoľko riešení, ale žiadne nebolo úplne uspokojujúce. Používanie wikipédie bolo podľa adolescentov čiastočne efektívne, aj keď vedeli, ako upravovanie obsahu funguje. Overovanie z viacerých zdrojov sa ukázalo ako efektívne, ak boli v oblasti zainteresovaní. Ak ich téma osobne neoslovila, uspokojili sa s tým, že najšť pravdivé informácie je zložitá a každý sa musí spoľahnúť na svoj úsudok, čomu uverí a čomu nie.

Považujem to za zaujímavé zistenie - mladí ľudia boli sebakritickí a reflektovali dilemu medzi ideálom a realitou, podobnej dileme pravdepodobne čelí veľká časť populácie. Verím, že ak zabezpečíme pre mladých dostupnosť nástrojov na rozpoznávanie HoDeKoPro, môžeme im pomôcť rýchlejšie filtrovať (ne)pravdivé informácie.

### **Čo považujete za efektívny nástroj/prístup k riešeniu HoDeKoProM?**

Opäť odpoviem z pohľadu psycholožky so zameraním na mladých ľudí, ktorým sa vo výskume venujeme. Rozvoj kritického myslenia a mediálneho vzdelávania sú nepochybne efektívnymi nástrojmi v riešení otázok HoDeKoPro. Ukazuje sa ako nedostatočné poskytnúť študentom faktické vedomosti, potrebujeme ich naučiť, ako si informácie overiť a na praktických príkladoch im ukázať ako hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda vznikajú, komu slúžia a hlavne – ako ich odhaliť. Využívajú sa k tomu rôzne workshopy a kurzy, ktoré by sa v budúcnosti mali stať súčasťou výuky naprieč predmetmi. Príkladom z nedávnej minulosti môže byť COVID-19 pandémie, počas ktorej tí, ktorí boli vybavení kritickým myslením a mediálnou gramotnosťou, boli schopní lepšie rozlíšiť dôveryhodné informácie o zdraví od zavádzajúcich tvrdení. Efektívne overovali zdroje, identifikovali chybné uvažovanie pri argumentovaní (apely na emócie), rozlišovali medzi faktickým spravodajstvom a subjektívnym názorom, identifikovali stratégie ako je šírenie strachu a paniky.



## Mgr. Lucie ČEJKOVÁ

### Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?

U této otázky je pro mě vždy nejdůležitější uvědomit si roli, jakou hrají média a sdílené informace ve společenské soudržnosti. Je logické, že nás každého zajímá něco jiného a na mnoho věcí můžeme mít různé názory – a to je v pořádku. Zároveň ale považuji za velmi důležité, abychom se jako společnost dokázali shodnout na některých základních událostech či skutečnostech. Myslím si, že jevy jako hoaxy, dezinformace nebo konspirace s sebou mohou nést jednání a chování, které tuto základní společenskou kohezi narušuje. Považuji proto za důležité věnovat se tomuto tématu a prozkoumávat dynamiku šíření, přijímání a vnímání různých typů zkreslených a falešných informací.

### Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?

Pracovala jsem zejména na analýze dat z focus groups s adolescenty, a to konkrétně se zaměřením na přijímání zpráv a informací v kontextu různých typů falešných informací, hlavně s důrazem na online sociální sítě. Tam mě velmi zaujalo, že adolescenti občas záměrně vyhledávají různé typy falešných informací a posílají si je mezi sebou, diskutují o nich, dělají si z nich legraci. Pro některé jsou tedy falešné informace zdrojem zábavy či témat, která pak diskutují s přáteli a vrstevníky. Myslím, že to ukazuje nový pohled na falešné informace a jejich recepci – tedy že nemusejí být jen škodlivé, jak se často objevuje ve veřejných diskuzích, ale fungovat i jako něco, s čím se adolescenti běžně setkávají a běžně s nimi interagují. To zároveň přináší nové výzvy pro mediální vzdělávání, které by mělo dle mého názoru tuto skutečnost zohlednit.

### Čo považujete za efektívny nástroj/prístup k riešeniu HoDeKoProM?

Osobně si myslím, že řešení musejí přicházet z více stran – na úrovni státu v podobě dobře nastavené regulace, na úrovni médií v podobě zodpovědné, transparentní a pestře žurnalistiky, na úrovni platform online sociálních sítí v podobě zodpovědného přístupu k obsahům a uživatelům a také na úrovni jednotlivců v podobě vzdělávání se v dané oblasti. Myslím, že náš projekt přináší důležitá zjištění pro všechny tyto strany. Abych navázala na svoji předchozí odpověď – například skutečnost, že HoDeKoPro mohou být běžnou součástí každodenního života adolescentů, může dávat důležitý nový kontext pro mediální vzdělávání. Nemá totiž smysl k tématu přistupovat tak, že falešné informace jsou děsivé a je třeba si vše ověřovat – z výzkumů ve světě víme, že tento přístup vede spíše k celkové skepsi ke všem médiím. Naopak je třeba programy nastavit tak, aby místo strašení škodlivostí falešných informací kladly důraz na budování znalostí a schopností, které pomohou jednotlivcům najít a podpořit věrohodná média a kvalitní žurnalistiku.

## Mgr. Klára SMEJKAL, Ph.D.

### Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?

Téma považuji za důležité, protože zásadním způsobem mění vnímání mediálního prostředí veřejností. Zatímco v minulosti bylo jasné, jaké zprávy jsou důvěryhodné, protože nic jako alternativní média téměř neexistovalo, v současnosti tomu tak není. Je proto mnohem těžší rozpoznat, jaká informace je důvěryhodná a jaká ne. A to může být problém, protože se tím dostáváme do situace, kdy se nejsme schopni shodnout na tom, jak vypadá realita kolem nás. Pokud totiž média mají informovat veřejnost o podstatných věcech a lidé mají problém se vyznat v tom, kdo píše pravdu, jsou odkázaní na svůj vlastní rozum a své vlastní schopnosti. Zkoumat proto, jak dezinformace a kons-

pirační teorie ovlivňují veřejnost má zásadní význam. Umožňuje nám to totiž porozumět, jak a proč lidé chápou svět kolem sebe.

### **Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?**

Má role ve výzkumu byla spjata především s diskuzními skupinami, které jsme prováděli s učiteli a sociálními pracovníky. Zajímavých zjištění byla celá řada, ale vypíchla bych dvě, které mě zaujaly nejvíce. Zaprvé pro mě bylo zajímavé zjistit, že učitelé z gymnázií zmiňovali, že studenti se v tématu mediální výchovy velmi často dobře orientují, naopak ale občas narážejí na situaci, kdy mají nízkou mediální gramotnost jejich vlastní kolegové, což následně způsobuje spory v pracovním kolektivu. Učitelé ze středních odborných škol/ učilišť zase vyjadřovali své zklamání, že na téma je velmi málo času a prostoru a že by ho potřebovali více. Zadruhé bylo pro mě velmi zajímavé zjištění, že zatímco učitelé mediální výchovy mají velmi dobrou podporu ze strany vedení i spoustu materiálů, které pravidelně využívají, sociální pracovníci si na vše musí přijít sami. A to i přesto, že často pracují se zranitelnými dětmi z okraje společnosti. Sami navíc často přiznávali, že ani oni ne vždy vědí, kde je pravda, ani jakých nástrojů by mohli využít. Vše tedy řeší takzvaně selským rozumem.

### **Čo považujete za efektívny nástroj / prístup k riešeniu HoDeKoProM?**

Za efektívny nástroj považuji zaprvé zodpovědný přístup ze strany profesionálních médií, která by neměla vědomě shazovat čtenáře dezinformací, ale spíše se aktivně věnovat tématům, které jsou spjaté se zranitelnými skupinami společnosti. Právě tyto skupiny jsou totiž dezinformacemi ohroženy nejvíce, zároveň ale často nejsou jejich problémy v médiích adekvátně reprezentovány. Zadruhé považuji za důležité věnovat se intenzivně práci s informacemi na školách, a to nejen z oblasti médií. Už totiž dávno ne-

žijeme ve světě, kdy bychom mohli věřit čemukoliv, co si najdeme na internetu. Skvělé by také bylo, kdybychom dokázali v mediální výchově vyškolit i sociální pracovníky, kteří pracují se zranitelnými dětmi a mladými lidmi.

### **Mgr. Estera KÖVÉROVÁ, PhD.**

### **Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?**

Klamlivé informácie na internete alebo rôzne podoby hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy sú súčasťou života mladých ľudí, podobne ako online prostredie. Trávia v ňom veľké množstvo svojho času. Je preto nevyhnutné poznať riziká, ktoré z tohto prostredia a fenoménov v ňom vyplývajú. Jedným z týchto rizík je aj násilná radikalizácia prostredníctvom manipulatívneho narábania s informáciami online. Ochrana pred týmito rizikami spočíva v poznaní týchto fenoménov a v poznaní správania sa mladých ľudí v online prostredí. Iba tak je možná účinná prevencia či intervencia. Zároveň dezinformácie súvisia s fenoménmi ako hate speech, polarizácia či násilný extrémizmus, čo sú fenomény, ktoré vedú k oslabovaniu sociálnej kohézie a znemožňujú sociálnu inklúziu.

### **Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?**

Zaujalo ma najmä to, ako mladí pristupujú k informáciám v online prostredí a ako sa v online prostredí správajú. Častokrát len bezcieľne "skrolujú" - informácie a online prostredie na nich pôsobia, nevyvíjajú žiadnu aktivitu, nič si nemyslia, nič necítia, k ničomu sa kriticky nevzťahujú, iba nasávajú rôzny, aj pochybný obsah, čo možno vnímať ako vysoko rizikové. Zároveň ako rizikové sa ukazuje, že často sú samé/sami pri zaplavení takýmito informáciami. Nekonzultujú informácie, ktoré sa dozvedeli online od kamarátov, rodičov či



učiteľov, čo môže byť ohrozujúce z hľadiska násilných a extrémnych názorov a myšlienok.

Zaujímavé bolo tiež zistenie, že mladí vôbec neriešia tradičné dezinformačné témy tak, ako my dospelí – COVID-19, vojnu na Ukrajine, vojnu medzi Izraelom a Palestínou, voľby. Dezinformácie majú pre nich úplne iný význam. Za dezinformácie považovali rôzne podvodné reklamy a výhry, ohováranie sa v rámci kamarátskych vzťahov s rovesníkmi, či dezinformácie týkajúce sa celebrit. Iba malé množstvo participantov a participantiek v súvislosti s dezinformáciami hovorilo o politických témach.

### Čo považujete za efektívny nástroj / prístup k riešeniu HoDeKoProM?

Podľa mňa najúčinnějšía stratégia je stratégia všeobecnej nešpecifickej prevencie, kde nie je ani potrebné pojmy spojené s klamlivým obsahom na internete zavádzať, ale vhodné je budovať u mladých odolnosť voči týmto rizikám. Rozvíjať také schopnosti a zručnosti, ktoré mladých ochránia pred celou škálou faktorov, ktoré do tohto rizikového správania spadajú - napríklad v podobe mediálnej gramotnosti, kritického myslenia, zdravého sebavedomia, schopnosti odolať peer tlaku, schopnosti zvládať stres či kritické situácie a bezpečne narábať so svojimi emóciami. Považujeme to za protektívne faktory aj vzhľadom na iné typy rizikového správania. Zároveň je ako prevencia nevyhnutná dostupná podpora a pomoc pokiaľ si mladý človek nevie účinne poradiť sám.

**Mgr. Kristína BLAŽEKOVÁ, PhD.**

### Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?

Je zrejmé, že všetci si formujeme názory na svet na základe informácií, ktoré k nám smerujú z rôznych smerov, najmä však z (online) médií. Na základe týchto informácií a názorov sa potom i rozhodujeme. Ak tieto roz-

hodnutia vznikajú na podklade neúplných, skreslených alebo dokonca zavádzajúcich a nepravdivých informácií, môže to byť škodlivé nielen pre nás samotných, ale v mnohých prípadoch i pre celú spoločnosť. Preto je potrebné sa témam dezinformácií a propagandy venovať, aby sme dokázali rozlišovať medzi kvalitnými a nekvalitnými, pravdivými a nepravdivými informáciami - zvlášť v súčasnej dobe, kedy sa na Slovensku darí šíriteľom dezinformácií aj z kruhov, ktoré by mali byť dôveryhodné, pre verejnosť môže byť zrazu oveľa náročnejšie rozpoznať, čo sú fakty a pravda.

### Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?

Za zaujímavé považujem to, že mladí ľudia majú záujem o kvalitné informácie a uvedomujú si dôležitosť toho, odkiaľ ich čerpajú. Napriek tomu potom mnohí z nich považujú za kvalitné a pravdivé také zdroje, ktorých kvalitu by sme mohli označiť minimálne za spornú. Vnímam to ako námet pre nás, odborníkov, ktorí sa venujeme vzdelávaniu v tejto oblasti - využiť tento ich záujem a poskytnúť im také nástroje, aby mladí ľudia dokázali ešte efektívnejšie budovať svoje zručnosti v oblasti posudzovania kvality zdrojov a informácií, ktoré vnímajú.

### Čo považujete za efektívny nástroj / prístup k riešeniu HoDeKoProM?

Jednoznačne vzdelávanie – systematické a od čo najnižšieho veku. V súčasnosti vzdelávanie o problematike dezinformácií a propagandy na školách absduje, väčšinou sa tejto téme venujú mimovládne organizácie, prípadne iniciatívni jednotlivci, ako sú novinári, samozrejme nájdu sa i učители a učiteľky, ktorým záleží na tom, aby tieto témy zahŕňali do vyučovania. Takéto aktivity však aktuálne nedokážu tieto témy komplexne pokryť, kľúčová je najmä systematickosť, teda pravidelnosť a dlhodobá perspektíva. Bez systematického prístupu odolnosť voči

narastajúcemu tlaku dezinformácií vieme len ťažko zabezpečiť.

## Mgr. Jarmila ZSÍROSOVÁ

### Prečo je podľa Vás dôležité sa téme HoDeKoPro venovať?

Žijeme v časoch, kedy sme zaplavovaní najrôznejšími informáciami, a to veľmi rýchlo a v krátkom slede za sebou. Zorientovať sa v nich pôsobí niekedy ako nadľudská úloha. Informácie, resp. dezinformácie, majú veľký vplyv, na ich základe robíme rozhodnutia, modifikujeme svoje správanie, prežívame emócie, či komunikujeme so svojim okolím. Zároveň definujú svet, v ktorom žijeme, ovplyvňujú spoločenskú súdržnosť, resp. vedú k jej polarizácii. Snaha pochopiť, akým spôsobom sa šíria, s akým zámerom a aký môžu mať dopad, je nesmierne dôležité a nevyhnuté pre „zdravé“ fungovanie spoločnosti i jednotlivcov.

### Ktoré zistenie z nášho výskumu Vás najviac zaujalo?

Zaujímavé zistenia prinieslo online mapovanie, do ktorého sa zapojilo viac ako 2000 respondentov a respondentiek. Pýtali sme

sa, v rámci akých tém sa najčastejšie stretávajú s dezinformáciami. Napriek tomu, že politické dianie nie je centrom záujmu mladých ľudí, boli to práve politické témy (voľby, vojny), kde si dezinformácie všimli najčastejšie. Medzi mladými taktiež rezonovali klamlivé informácie o LGBTI+ alebo o klimatických zmenách. Premenné ako vek, rod, či typ školy súviseli s tým, s akými témami a dezinformáciami mladí prichádzali do kontaktu. Na základe týchto dát, ako aj zo skúseností z fókusových skupín usudzujem, že mladí ľudia vnímajú všeobecný diskurz v spoločnosti. Napriek tomu, že väčšiu pozornosť a úsilie overovať informácie vynakladajú na témy súvisiace s ich záujmovými aktivitami či osobným životom, sú si vedomí širšieho spoločenského kontextu.

### Čo považujete za efektívny nástroj/prístup k riešeniu HoDeKoProM?

Systematické vzdelávanie o týchto fenoménoch, rozvoj kritického myslenia a výchova k mediálnej gramotnosti sú nesmierne dôležité a efektívne v rámci prevencie negatívnych dopadov HoDeKoPro a pri budovaní odolnosti aj voči iným formám rizikového správania. Ako psychologička by som však vyzdvihla aj úlohu emócií a podporu rozvíjania emocionálnej gramotnosti.

# Medailóniky členov/členiek platformy (SK)

## Mgr. Karin Belovičová

VÚDPaP

e-mail: karin.belovicova@vudpap.sk

Od roku 2020 pôsobí vo Výskumnom ústave detskej psychológie a papiro-psychológie ako antropologička a výskumná pracovníčka. Výskumne sa venovala overovaniu metodiky „Skríning rozvoja detí v predprimárnom vzdelávaní“ v materských školách na Slovensku a podieľala sa na organizácii VÚDPaP konferencií. V rámci projektu „Hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda u mladých ľudí“ je projektovou manažérkou a zároveň sa podieľa na koordinácii, tvorbe obsahu a realizácii projektových aktivít.



## Mgr. Jarmila Zsírosová

VÚDPaP

e-mail: jarmila.zsirosova@vudpap.sk

Od roku 2020 pôsobí vo Výskumnom ústave detskej psychológie a papiro-psychológie ako psychologička a výskumná pracovníčka. Výskumne sa venuje témam radikalizácie a extrémizmu a iným formám rizikového správania mládeže. V rámci projektu „Hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda u mladých ľudí“ sa podieľa na koordinácii, tvorbe obsahu a realizácii projektových aktivít.



## Mgr. Kristína Blažeková, PhD.

Zvol.si.info

Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity

e-mail: kristina.blazekova@truni.sk

Od roku 2022 pôsobí na Trnavskej univerzite a prednáša predmety z oblasti pedagogicko-psychologickej diagnostiky, problémového správania detí, čitateľskej a mediálnej gramotnosti. Pôsobí v občianskom združení Zvol si info na Slovensku, v rámci ktorého sa venuje prednáškovým, výskumným a vedecko-popularizačným aktivitám v oblasti mediálnej a informačnej gramotnosti (s dôrazom na odolnosť voči dezinformáciám, mediálnu výchovu a kritické myslenie) pre mládež a dospelých. V rámci projektu „Hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda u mladých ľudí“ je členkou ČR-SR Platformy HoDeKoProM, spolupodieľa sa na tvorbe obsahu a realizácii projektových aktivít.



**Mgr. Estera Kövérová, PhD.****Mládež ulice**

e-mail: ester@mladezulice.sk

Od roku 2013 sa venuje terénnej práci s mladými ľuďmi, ktorí trávajú svoj voľný čas na ulici alebo sa inak rizikovo správajú. Pôsobila ako evaluačka v rámci projektu Exit Europe, ktorý slúžil ako podklad pre vznik programu Exit Slovensko. Vo Výskumnom ústave detskej psychológie a patopsychológie pripravovala odborný postup pre pedagogických a odborných zamestnancov na tému radikalizácia a extrémizmus na školách a s tým spojené pracovné stretnutia. Viedla medzinárodný projekt (De)radical, zameraný na vytváranie tréningového modulu pre prácu s mládežou ohrozenou radikalizáciou a násilným extrémizmom. Je autorkou viacerých knižných aj časopiseckých, vedeckých a odborných publikačných výstupov v zahraničí aj doma, ktoré sa zaoberajú prevenciou rizikového správania, sociálnymi nerovnosťami a formálnym systémom vzdelávania. V rámci projektu „Hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda u mladých ľudí“ je členkou ČR-SR Platformy HoDeKoProM, spolupodieľa sa na tvorbe obsahu a realizácii projektových aktivít.

**PaedDr. Robert Tomšík, PhD.****VÚDPaP**

Od roku 2018 pôsobí vo Výskumnom ústave detskej psychológie a patopsychológie a zameriava sa na problematiku psychometriky, metodológie, štatistiky a psychologických diagnostických nástrojov. V súčasnosti sa výskumne sústreďuje na skúmanie narcizmu a psychopatie so špecifickým dôrazom na overovanie skriningových a výskumných nástrojov pre efektívny zber dát. Okrem toho pracuje ako konzultant pre obeť narcistického zneužívania. V rámci projektu „Hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propaganda u mladých ľudí“ sa spolupodieľa na tvorbe obsahu a realizácii projektových aktivít.



# Medailóniky členov/členiek platformy (CZ)

## Mgr. Zuzana Scott, Ph.D.

(scott@fss.muni.cz) sa venuje výskumu v oblasti občianskej angažovanosti v Inštitúte pre psychologický výskum (INPSY) na Fakulte sociálnych štúdií Masarykovej univerzity. Zaujíma sa najmä o postoje mladých ľudí k spoločnosti, konkrétne o to, ako adolescenti a mladí dospelí vnímajú svoju úlohu ako občania. Zuzana má skúsenosti s medzinárodným výskumom a sústredí sa hlavne na kvalitatívnu stránku výskumu. V minulosti sa venovala angažovanosti a participácii minorít, vnímanej legitimitate politického rozhodovania a v súčasnosti sa podieľa na projekte, ktorý skúma vzťah medzi občianskou participáciou a duševnou pohodou u mladých.



## Doc. Mgr. Lukas Blinka, Ph.D.

(lukasblinka@gmail.com) je docentom Inštitútu pre psychologický výskum (INPSY) na Masarykovej univerzite. Odborne (výskumne aj výukovo) sa zaoberá najmä témami v rámci psychológie médií, napríklad nadmerným používaním digitálnych technológií či súvislosťou medzi používaním médií a duševnou pohodou a zdravím.



## Doc. Mgr. et Mgr. Ján Šerek, Ph.D.

(serek@fss.muni.cz) je docentom v oblasti sociálnej psychológie v Inštitúte pre psychologický výskum (INPSY) na Fakulte sociálnych štúdií Masarykovej univerzity. Výskumne sa venuje občianskej socializácii, psychologickým aspektom občianskej participácie a otázkam dôvery a legitimity autorít. Zúčastnil sa niekoľkých medzinárodných výskumných projektov, ktoré sa danými témami zaoberali. Vyučuje najmä kurzy zamerané na sociálnu a politickú psychológiu a filozofické základy psychológie. Medzi jeho ďalšie odborné záujmy patrí etika vedeckého výskumu.



## Mgr. Lucie Čejková

(luc.cejkova@mail.muni.cz) je doktorandka a výskumníčka v oblasti mediálnych štúdií (Fakulta sociálnych štúdií, Masarykova univerzita; Národný inštitút SYRI). Vo svojom výskume sa zameriava na témy recepcie spravodajských obsahov, konšpiračného myslenia alebo dôvery v médiá. Spolupracovala tiež na výskumných projektoch o polarizácii na online sociálnych sieťach alebo o dezinformáciách a fact-checkingu. Okrem



toho pôsobí v spolku Fakescape, kde vyvíja vzdelávaciu aktivitu o médiách pre starších dospelých a seniorov. Predtým pracovala ako koeditorka v regionálnej redakcii Českej televízie a ako klimatická redaktorka a analytička v Denníku Referendum.

### Mgr. Klára Smejkal

(klara.smejkal@mail.muni.cz) je doktorandská študentka a výskumníčka v oblasti mediálnych štúdií (Fakulta sociálnych štúdií, Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Univerzita Karlova). Výskumne sa zameriava predovšetkým na médiá verejnej služby a ich úlohu v dnešnom svete. Zaujímajú ju pritom pohľad politikov, novinárov, ale aj publika. Okrem toho je aktívnou členkou Junáka – českého skauta, v ktorom sa aktívne podieľa na vzdelávaní budúcich vedúcich v oblasti komunikácie.



### Mgr. Tereza Kráčmarová

(kracmarova@fakescape.cz) je piaty rok predsedníčkou spolku Fakescape a má na starosť koordináciu celej organizácie. Študovala žurnalistiku a mediálne štúdiá v Brne a magisterskú politológiu. Zároveň dokončuje magisterský odbor Informačné štúdiá a knihovníctvo so špecializáciou na technológie vo vzdelávaní. Pracovala ako externistka v Českom rozhlase pre spravodajský web iRozhlas.cz a venovala sa komunikácii s mládežou v Európskom parlamente. Absolvovala stáž v estónskej organizácii Shokkin, kde vyvíjala vzdelávacie hry pre mládež.



### Veronika Sodomová

(veronika.sodomova@jsns.cz) je členkou česko-slovenskej platformy HoDeKoProM. Pôsobí v organizácii Človek v tísní, kde sa v rámci programu Jeden svet venuje na školách mediálnemu vzdelávaniu študentov ako aj učiteľov.



# Ako na (dez)informácie?

Mgr. Kristína BLAŽEKOVÁ, PhD.

Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity, OZ Zvol si info Slovensko

V súčasnej dobe si už len ťažko dokážeme predstaviť, že by sme si chodili informácie vyhľadávať výhradne do knižnice, prípadne že by sme na informácie o tom, čo sa deje doma i vo svete čakali na večerné televízne spravodajstvo. Dnes už informácie neprijímame iba cielene, v obmedzenom čase a množstve, ale prúdia k nám samé, takmer neustále a z rôznych zdrojov. Prieskum z roku 2024 ukázal, že hoci staršie generácie stále preferujú ako svoj primárny zdroj správ televíziu, polovica Slovákov a Sloveniek do 44 rokov čerpá informácie o dianí doma i vo svete zo sociálnych sietí (NMS Market Research, 2024).

S množstvom obsahu, ktorý musíme denne spracovať, stúpajú i nároky na posudzovanie jeho kvality. To platí zvlášť najmä pre sociál-

ne siete, nakoľko okrem rýchlo dostupných užitočných a faktických informácií sa práve na nich môžeme stretávať i so zavádzajúcimi správami či dezinformáciami.

Je preto dôležité mať dostatočné zručnosti na to, aby sme vedeli klamstvá a manipulácie rozoznávať, rozlišovať medzi kvalitnými a nekvalitnými správami a zároveň vedieť, ako si z informácií vyberať faktické a užitočné a vyhýbať sa tým, ktoré môžu byť škodlivé – či už pre konkrétneho jednotlivca alebo pre spoločnosť. Prvým krokom je vedieť, že v prostredí sociálnych médií sa všetkým nezobrazuje rovnaký obsah. Tento je personalizovaný a stoja za tým **algoritmy**. Algoritmy spracúvajú dáta o našej činnosti v online prostredí a ponúkajú nám ďalej taký obsah,



o ktorom predpokladajú, že by nás mohol zaujať a ktorý by udržal našu pozornosť na sociálnych sieťach čo najdlhšie. Pomocou takýchto obsahov sa môžeme uzatvárať do tzv. **informačných bublín**, v ktorých si neustále potvrdzujeme naše názory a presvedčenia a do ktorých už informácie iného názorového spektra prapniknú len veľmi ťažko.

## Ako sa dá informáciami manipulovať?

Spôsobov, ako sa dá s online obsahmi manipulovať je v súčasnosti množstvo. Zjednodušene ich môžeme zaradiť do troch hlavných kategórií:

**1. Manipulácia textom** – text ponúka neobmedzené možnosti na to, ako informácie upravovať či ohýbať tak, aby autor dosiahol svoj cieľ. Do tejto kategórie spadajú napríklad senzačné titulky, ktoré nabádajú na kliknutie na článok, tzv. **clickbaity**. V texte sa môžeme stretnúť so zvýraznením určitých slov, s cieľom upriamiť pozornosť (veľké písmená, kurzíva), použiť výrazy, ktoré ľahko zaujmú (vulgarizmy, expresívne výrazy, sexuálny kontext), využiť interpunkciu (výkričníky, tri bodky) či označiť niekoho prezývku, ktorá je ľahko zapamätateľná a ktorá predstavuje súbor určitých s ňou automaticky spájaných vlastností (slniečkari, neprispôsobiví, atď.). Využíva sa aj odvolávanie na falošné authority, ktoré má zvýšiť dôveryhodnosť prezentovanej informácie.

**2. Manipulácia obrazom** – manipulovať sa dá s obrazom statickým (úprava fotografií vo fotoeditoroch, ich vytrhnutie z kontextu, recyklácia už existujúcich obrázkov a ich využitie na tvorbu dezinformácií, realisticky vyzerajúce obrázky vytvorené umelou inteligenciou), ale tiež aj s obrazom dynamickým. V online prostredí už nie je výnimkou naraziť na videá vytvorené prostredníctvom umelej inteligencie (AI), ktoré dokážu napodobniť výzor, hlas a mimiku reálnych osôb – tzv.

**deepfakes**. Takéto videá sú čoraz kvalitnejšie a môžu byť na nerozoznanie od reality. Existujú aj ich „chudobnejší príbuzní“, tzv. **cheapfakes** alebo **shallowfakes**, tieto nepotrebujú špeciálnu technológiu, stačí ich len vytrhnúť z kontextu alebo vhodne upraviť strihom.

**3. Manipulácia kontextom** – takéto manipulácie sa môžu týkať ako textového, tak i vizuálneho obsahu. Jedným spôsobom je **vytrhnutie nejakej informácie** z kontextu (napríklad výber len jedného tvrdenia z množstva, či zverejnenie fotografie, ktorá zachytáva len výsek alebo určitý moment z udalosti a nevykresľuje ju v jej komplexnosti). Druhým spôsobom je naopak, už spomínané **ukotvenie informácie do iného kontextu**. Často sa napríklad môžeme stretávať s tým, že manipulátori použijú starú fotografiu, ku ktorej vytvoria príbeh a vzniká tak úplne nová, nepravdivá informácia.

Pri posudzovaní kvality informácií by bolo veľmi ľahké spoliehať sa len na objektívne ukazovatele toho, čo je faktické a držať sa ich. Nemôžeme však zabúdať na to, že existuje ešte jeden dôležitý faktor pri tom, ako k informáciám pristupujeme - a tým sme my sami. Kahneman (2012) poukazuje napríklad na skutočnosť, že sa často mýlime pri výbere faktov, ktoré považujeme za relevantné. V situáciách, kedy nemáme k dispozícii dostatok informácií, prípadne sme unavení, v strese alebo pod vplyvom inej emócie, sa často pri rozhodovaní uchylujeme k **heuristikám** (Nocun, Lamberty, 2021). Heuristiky si môžeme predstaviť ako akési skratkovité „rozhodovanie od oka“. Tieto nám na jednej strane uľahčujú proces rozhodovania, na strane druhej sú však v mnohých prípadoch príčinou zásadných chýb v úsudku (Gazda a kol., 2019). Dôležitú úlohu pri našom prístupe k získavaniu informácií zohrávajú i naše emócie. Cieľom manipulácie je častokrát vyvolať v nás hnev, nenávisť či pocit ohrozenia alebo nespravodlivosti. Následne ustupuje racionálne premýšľanie a pod vplyvom emócií môžeme



vytvárať rýchle a nesprávne úsudky, prípadne informácie bez ich dôkladného overenia šírieme ďalej.

Ako si teda pomôcť, ak chceme posúdiť, či sú nami prijímané informácie kvalitné a dôveryhodné?

1. Čítať celé články, nielen nadpisy.
2. Byť otvorení voči novým faktom, nedržať sa svojho presvedčenia za každú cenu.
3. Overiť si zdroj a autora informácie – je dôležité, aby sme informácie vyhľadávali z overených zdrojov (niektoré stránky a profily už na prvý pohľad vyzerajú nekvalitne, vznikli len nedávno, prípadne nevieme dohľadať, kto za nimi stojí, kde sídli apod.). Podstatný je vždy i autor informácie – je známy? Je odborníkom na oblasť, o ktorej píše? Existuje vôbec?
4. Ak je správa podporená fotografiou či videom, overiť si, či neboli upravené v nejakom editore, nie sú vytrhnuté z kontextu alebo vytvorené umelou inteligenciou (pre tieto účely môžeme použiť spätné vyhľadávanie obrázkov cez Google alebo TinEye, na overovanie videí napr. YouTube Data Viewer).
5. Posúdiť, či správa prezentuje fakty, alebo sa skôr snaží vyvolať emócie.
6. Overovať si informácie z viacerých zdrojov, kombinovať ich.
7. Poznať sami seba – vedieť, kde sú naše citlivé miesta a „spúšťače“, kedy viac podliehame emóciám a máme tendenciu pod ich vplyvom konať alebo sa rozhodovať.
8. Využiť pomôcky na overovanie informácií, napr. FANTOMAS alebo metóda HRANA.
9. Nezdieľať informácie ďalej, ak si nie sme istí ich pravdivosťou a spoľahlivosťou.
10. Využiť stránky a nástroje, ktoré sa venujú overovaniu informácií alebo spoľahlivosti zdrojov (FB profil *hoaxy* a podvody, databáza *konšpiratori.sk*, weby *hoax.sk* a *hoax.cz*, *checkbot*, pri zahraničných zdrojoch napríklad *snopes.com*, existuje tiež rozšírenie pre chrome – *bullshit detector* alebo *InVID* a ďalšie).

## LITERATÚRA

- GAZDA, J. – LIŠKA, V. – MAREK, B. 2019. Kritické myšlení: dovednosť (nejen) pro 21. století. Praha: Nakladatelství P3K. ISBN: 978-80-87343-88-3, 88s.
- KAHNEMAN, D. 2012. Myšlení rychlé a pomalé. Brno: Jan Melvil Publishing. ISBN: 978-80-8727-042-4. 544s.
- NMS MARKET RESEARCH, 2024. Sociálne siete dobiehajú televízne spravodajstvo. Každý druhý vďaka nim získava informácie o diani. DOI: < <https://nms.global/sk/kazdy-druhy-ziskava-informacie-o-diani-zo-socialnych-sieti/> > cit. dňa [2024-09-02]
- NOCUN, K. – LAMBERTY, P. 2021. Faľšovaná pravda: O vplyve konšpiračných teórií na naše myslenie. Bratislava: N Press. ISBN: 978-80-99925-82-4, 310s.

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

Výskumná správa z projektu

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 kládol za cieľ prispieť k lepšiemu pochopeniu tejto kľúčovej oblasti a následne k rozvoju efektívnych stratégií na podporu mediálnej gramotnosti adolescentov. Správa obsahuje zistenia z kvalitatívneho a kvantitatívneho výskumu i príklady dobrej praxe z mediálnej výchovy.

Obsahom kvalitatívnej časti sú zistenia z fókusových skupín českej a slovenskej mládeže aj dospelaj populácie, ktorá s mladými ľuďmi pracuje. Prebehlo dokopy 8 skupinových rozhovorov s adolescentmi, ktorých cieľom bolo preskúmať ich porozumenie dezinformáciám, ich účelu a efektu. Ďalšie 4 fókusové skupiny prebehli s učiteľmi/-kami a pracovníkmi/-kami s mládežou, ktorí/-é sa venujú mediálnej gramotnosti. Cieľom bolo preskúmať ich potreby, úspechy a prekážky, s ktorými sa vo svojej práci s mládežou stretávajú.

Kvantitatívna časť pozostáva z online mapovania, do ktorého sa zapojilo 2075 študentov a študentiek zo Slovenskej republiky. Cieľom výskumu bolo zachytiť väčšiu časť populácie, s dôrazom na doplnenie výskumných zistení fókusových skupín. Dotazníková batéria sa zameriavala na pochopenie toho, odkiaľ čerpajú mladí ľudia informácie, ako vnímajú HoDeKoPro, kde sa s nimi stretávajú, ako reagujú, alebo čo prežívajú pri kontakte s nimi.

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.

Výskumná správa je dostupná TU: <https://inpsy.fss.muni.cz/vyzkumna-temata/obcanstvi-a-demokracie/hodekoprom/zaverecna-zprava>

# Správanie mladých ľudí v online a offline prostredí v kontexte rôznorodého narábania s informáciami

Mgr. Estera KÖVÉROVÁ, PhD., Mgr. Jarmila ZSÍROSOVÁ

Na prelome rokov 2023 a 2024 bola zrealizovaný kvalitatívny výskum slovenskej časti projektu s názvom „HoDeKoProM – Vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi“ (ďalej len HoDeKoProM). Výskumný súbor tvorili mladí ľudia od 12 do 16 rokov (štyri fókusové skupiny) a profesionáli a profesionálky pracujúci s mládežou (dve fókusové skupiny). V skupinách mladých ľudí sme zisťovali, čo si pod pojmi hoaxy, dezinformácie, konšpiračné teórie a propaganda (ďalej len HoDeKoPro) predstavujú, ako k nim pristupujú, aké sú ich skúsenosti a ako vplyvajú na ich prežívanie. Výskumu sa zúčastnili študenti a študentky z gymnázia, strednej odbornej školy s maturitou, strednej odbornej školy bez maturity a tiež účastníci a účastníčky nízkoprahového programu pre deti a mládež.

Druhá časť výskumu sa zamerala na dospelé osoby, ktoré sa v tejto oblasti angažujú. Cieľovou skupinou boli pedagogickí a odborní zamestnanci a zamestnankyne v školách alebo v centrách poradenstva a prevencie, ktorí sa zaujímajú o tému HoDeKoPro a prinášajú ju do svojej práce s mladými. Druhou skupinu tvorili pracovníci a pracovníčky s mládežou v nízkoprahových programoch. Obsahom rozhovorov bolo zistiť, akým spôsobom o tejto téme s mladými hovoria, čo sa im v praxi osvedčilo a čo nie. Každý skupinový rozhovor



trval asi 90 min a skupina pozostávala z 5-7 participantov a participantiek.

Príspevok sa zameriava na výsledky kvalitatívnej tematickej analýzy prehovorov vo fókusových skupinách s mladými ľuďmi zo Slovenska. Venujeme sa najmä témam spojeným s chápaním, prežívaním a správaním mladých ľudí v online kontexte nepravdivých informácií.

## Definície a obsah HoDeKoPro

Prehovory týkajúce sa chápania a definovania HoDeKoPro pojmov naznačujú, že

mladí ľudia nevedia dostatočne jasne rozlišovať medzi jednotlivými pojmami - pojmy si zamieňajú a spájajú. Zároveň nám zistenia z fókusových skupín na stredných odborných školách naznačujú, že HoDeKoPro sú pre mladých ľudí veľmi široké pojmy – z hľadiska obsahu aj rozsahu pojmu. Napríklad k pojmom HoDeKoPro radili aj pojmy ako vzájomné ohováranie medzi kamarátmi (18 zo 127 prehovorov), zavádzajúca reklama či falošné výhry (10 z 127 prehovorov). Pri téme dezinformácií sa im vybavili najmä tie, ktoré sa týkajú života celebrit, športu a videohier. Hovorili aj o poplašných správach, ako varovanie pred apokalyptickými udalosťami, šíriacimi sa na platformách ako *TikTok*. Najčastejšie dezinformačné témy, týkajúce sa politiky, nie sú pre mládež v našom výskume až tak dôležité – venovala sa im iba skupina gymnazistov. Tradičné dezinformačné témy (ako COVID-19, vojna na Ukrajine, vojna Palestína-Izrael, voľby...) opisovali najmä pri správaní sa v offline prostredí - ako napríklad vylučovanie z kolektívu na základe očkovania alebo ako konflikty s rodinnými príslušníkmi. Väčšinou však tieto témy priniesla facilitátorka skupiny. Problémy sa často objavovali aj v diskusiách v rodinnom kruhu alebo medzi priateľmi, čo naznačuje, že offline prostredie je rovnako dôležitým kanálom šírenia dezinformácií ako online prostredie, dokonca z predkladanej analýzy vyplýva - čo sa týka tradičných dezinformačných tém - dôležitejším prostredím.

Participant a participantky primárne vyhľadávajú informácie o témach, ktoré ich zaujímajú a súvisia s ich voľnočasovými aktivitami, záujmami alebo so školou. O politické dianie sa zaujímalo len málo respondentov a respondentiek, prevažne išlo o študentov gymnázia. Niektorí sa dokonca cielene vyhýbajú politickým témam, toto zistenie sa odráža aj vo vyššie spomínanej absencii predpokladaných tradičných dezinformačných tém, ktoré sa týkajú najmä politiky a svetového diania.

## Správanie online – zdroje

Pri zisťovaní, odkiaľ čerpajú informácie, vo veľkej miere participant a participantky spomínali platformu *Google*. Ide o pomerne nešpecifickú informáciu, nakoľko ďalej nekonkretizovali, podľa čoho si vyberajú z ponúknutých vyhľadaných odkazov, alebo na akom type stránok si potrebujú informáciu nakoniec nájsť. Významnými zdrojmi informácií sú pre nich aj *YouTube* a sociálne siete, prevažne *Tik-Tok* a *Instagram*. Jediným konkrétnym médiom, o ktorom mladí hovorili, bol portál *Refresher*. Imponuje im, že zverejňuje informácie o aktuálnom dianí rýchlo a bezprostredne po udalosti. Toto médium označili viacerí za dôveryhodné, no vyskytol sa aj názor, že práve kvôli tomu rýchlemu prinášaniu obsahu mu nedôverujú. V rámci rozhovorov zazneli od mladých ešte aj ďalšie zdroje, ako napr. knihy alebo umelá inteligencia, komentáre, či podcasty.

## Správanie online - dôvera a overovanie informácií

Participant a participantky uvádzali, že si informácie overujú buď prostredníctvom iných webstránok alebo u niekoho, komu dôverujú. Mladší spomínali rodičov, stredoškolačky a stredoškolačky svojich kamarátov a kamarátky. Časť z nich však nezdieľa konkrétne informácie s nikým – najmä v skupine zo strednej odbornej školy bez maturity a v skupine z nízkoprahových programov. Ak sa im však na prvý pohľad zdá informácia nepravdivá, či príliš šokujúca, nevenujú jej viac pozornosti. Pri posudzovaní dôveryhodnosti informácie sa respondenti a respondientky vo veľkej miere spoliehajú práve na svoju intuíciu. Dôverujú svojim schopnostiam nepravdivú informáciu rozpoznať, pričom vychádzajú zo svojich predošlých skúseností a vedomostí. Ak sa informácia nezhoduje s ich vlastnými presvedčeniami, označia ju za dezinformáciu.

Dôveryhodnosť zdrojov posudzujú respondenti a respondentky aj na základe vizuálnych prvkov danej stránky. Veľké množstvo reklám, „vyskakovacie“ okná, notifikácie, presmerovanie na iné stránky sú pre mladých indikátory, že stránka nie je dôveryhodná. Tiež nedôverujú informácii, ak chyba autor článku alebo profil, ktorý informáciu zdieľa, má málo, či žiadnych sledovateľov.

Ako nedôveryhodné zdroje uvádzali najmä sociálne siete ako *Tik-Tok*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, či platformy *YouTube* a *Twitch*. Zaujímavosťou však je, že práve tieto sociálne siete uvádzali ako zdroje, z ktorých informácie primárne vyhľadávajú. Na základe výpovedí je však možné sa domnievať, že si uvedomujú prítomnosť individuálnych užívateľov, ktorí šíria neoverené a nepravdivé informácie. Taktiež poukazujú na motiváciu niektorých užívateľov dosiahnuť čo najväčšie dosahy. Spomenutá bola aj online encyklopédia *Wikipedia*, ktorej obsah tvoria jednotlivci, a teda nemusí zahŕňať overené informácie. Zaujímavá je stránka *Refresher*, ktorá bola pre časť respondentov a respondentiek nedôveryhodným zdrojom, iní ju však označili za dôveryhodný zdroj, z ktorého čerpajú informácie.

### Prežívanie spojené s klamlivým obsahom

Emocionálne prežívanie mladých, zamerané na hoaxy, dezinformácie, konšpiračné teórie a propagandu je rôznorodé. Medzi pozitívne emócie patrí radosť - ak je niečo vtipné, tak sa na tom spoločne zasmejú. Zároveň niektorí vnímajú napríklad konšpiračné teórie ako zaujímavé, dokonca niektorí priznávajú, že sa im páči vymýšľať si vlastné konšpiračné teórie. Najčastejšie negatívne emócie sú strach, hnev a smútok. V prípade strachu sa vyskytovalo najmä šírenie strachu prostredníctvom klamlivých informácií, smútok a hnev boli používané v dvoch významoch - emóciu spôsobovala samotná dezinformácia alebo išlo o prežívanie hnevu a smútku nad tým, že vô-

bec niekto môže uveriť tak očividne klamlivej informácii. Zaujímavá bola aj skupina odpovedí, kde mladí uviedli, že necítia nič: „často-krát len tak pozeráš do telefónu a nehladáš nič konkrétne. Proste len pozeráš a nemyslíš si o tom nič.“ (chlapec, 13 rokov, NPDM). Poskytuje nám informácie o samotnom správaní mladých online a tiež aj o nebezpečenstve automatického prijímania nezvútnutých informácií. Môžu vytvárať priestor na skreslenia a pre nástroje extrémistickej propagandy. Prostredníctvom fókusových skupín bolo zisťované aj správanie offline. Ak sa mladí ľudia (participanti a participantky skupín) stretnú s dezinformáciami v online priestore, vo väčšine prípadov ich vôbec ďalej nezdieľajú, nevenujú tomu väčšiu pozornosť a pokračujú ďalej v *scrollovaní*. Dezinformáciu prepošlú len v prípade, že sa im zdá vtipná a chcú sa podeliť s kamarátmi a spoločne sa na tom zasmiať.

Kvalitatívna výskumná sonda a analýza získaných dát poukázala na viaceré fenomény v správaní mladých ľudí v kontexte klamlivého obsahu. Správanie je často pasívne, mladí nechávajú informácie iba voľne pôsobiť, nepristupujú k nim aktívne, zároveň sú často v týchto situáciách osamotení. Mediálna gramotnosť sa ukazuje ako dostatočná - informácie si overujú a posudzujú, aj keď často je argumentom správnosti/nesprávnosti informácie intuitívne vnímanie, či informácia je alebo nie je dôveryhodná. Môžeme konštatovať, že tento znak správania by bolo ešte potrebné preskúmať a v skupinových rozhovoroch nebol dostatočne do hĺbky tematizovaný.

Ďalším zaujímavým zistením je neschopnosť mladých ľudí definovať a rozlišovať pojmy *HoDeKoPro*, zároveň medzi tieto pojmy radia aj fenomény ako podvodná reklama, falšovaná výhra, ohováranie sa medzi kamarátmi. Prekvapivé bolo tiež zistenie, že iba jedna skupina (skupina gymnazistov) hovorila v súvislosti s *HoDeKoPro* o politických témach, ostatní označovali skôr obsah týkajúci sa sveta celebrit, či súkromných životov.

# Výzvy výuky mediální gramotnosti z pohledu učitelů a pracovníků s mládeží: Zjištění ze skupinových rozhovorů

Zuzana SCOTT, Daniel CARBOL

## Proč je důležité mediální vzdělávání ve škole i mimo ni?

V dnešní digitální době, kdy jsme neustále zaplaveni informacemi z různých online zdrojů, je schopnost kriticky přemýšlet o těchto informacích a vyhodnocovat jejich spolehlivost klíčová. Tato dovednost, označovaná jako mediální gramotnost, nabývá na stále větší důležitosti ve všech oblastech našeho života, včetně vzdělávání. Zvláště mladí lidé, kteří tráví online obrovské množství času, jsou vystaveni intenzivnímu působení digitálních médií. To s sebou nese řadu výzev, jako je například informační přetížení nebo manipulace. Proto je nezbytné, aby se naučili rozlišovat mezi spolehlivými a nespolehlivými zdroji informací a aby byli schopni kriticky vyhodnocovat obsah, který konzumují. Mediální gramotnost může adolescentům pomoci lépe vyhodnocovat informace, které mohou mít přímý dopad na jejich život, například v oblasti sexuálního chování, užívání návykových látek, rozvoje identity nebo poruch příjmu potravy (Brown, Bobkowskí, 2011).

Učitelé a další odborníci pracující s mládeží hrají v tomto procesu klíčovou roli. Právě oni by měli mladým lidem poskytnout potřebné znalosti a dovednosti, které jim umožní úspěšně se orientovat v komplexním mediál-

ním prostředí. Cílem výzkumu, na který text odkazuje, bylo prozkoumat, jaké jsou aktuální zdroje a překážky při rozvoji mediální gramotnosti adolescentů. Autoři se zaměřili na to, jaké výzvy učitelé při této výuce řeší a jaké zdroje by jim mohly být nápomocné.

## Současný stav mediálního vzdělávání

Výuka mediální gramotnosti se stává stále důležitější součástí vzdělávání; přesto čelí řadě překážek. Ačkoli se mediální gramotnost postupně zařazuje do školních osnov, v praxi se často setkáváme s tím, že učitelé nemají dostatečné zdroje, podporu nebo znalosti pro její efektivní výuku.

Mezinárodní výzkumy upozorňují na nejčastější problémy, mezi které patří nedostatek kvalitních učebních materiálů, nedostatečné zaškolení učitelů, nedostatek času a personálních kapacit, nevhodně nastavené osnovy a nedostatek jasných směrnic. Mnozí učitelé sami nemají dostatečné znalosti o mediální gramotnosti a nevědí, jak ji vhodně začlenit do výuky (Baker et al., 2022; Lipkin et al., 2020; Yeleusiz, 2024).

V České republice a na Slovensku došlo k povinnému zařazení mediální výuky do osnov až v roce 2006, resp. 2008, což je později než



v ostatních západních zemích. To se odráží v menší zkušenosti učitelů s výukou mediální gramotnosti. Průzkum Univerzity Palackého a nadace O2 Chytrá škola ukázal, že až 80 % učitelů mediální výchovy nebylo na práci s mediální gramotností v průběhu svého vzdělání nijak připravováno; 63 % pak neabsolvovalo žádný seminář ani později během praxe (viz Český učitel ve světě médií, n.d.). Analýza stavu mediálního vzdělávání na základních a středních školách v ČR (Kaderka, 2018) upozornila mimo jiné také na to, že mediální výchova by neměla znamenat naučit studenty pouze rozpoznávat dezinformace a fake news, ale měla by šířejí obsáhnout mediální gramotnost, vybavit studenty porozuměním, jak dezinformace vznikají a jak a proč se šíří, jinými slovy rozvíjet kritické myšlení a obsáhnout digitální vzdělávání v celé jeho šíři.

Zkoumání osobního pohledu učitelů a pracovníků s mládeží jako klíčových aktérů vzdělávacího procesu je nezbytné pro lepší pochopení faktorů, které mohou stát v cestě kvalitnímu vedení žáků. Výsledky tohoto výzkumu by mohly přispět k vývoji nových strategií a nástrojů pro podporu učitelů a zlepšení výuky mediální gramotnosti.

### Perspektiva učitelů a pracovníků s mládeží - od výzev k potřebám

Abychom zjistili jak se učitelé, odborní zaměstnanci a pracovníci s mládeží cítí ve výuce mediální gramotnosti<sup>1</sup> zorganizovali jsme v každé zemi dva skupinové rozhovory, jeden s učiteli a jeden s pracovníky s mládeží, nejčastěji z různých nízkoprahových zařízení nebo neziskových organizací. Celkem se rozhovorů zúčastnilo 25 respondentek

a respondentů. Následná analýza rozhovorů ukázala, že učitelé a pracovníci s mládeží čerpají při výuce mediální gramotnosti z řady důležitých zdrojů, resp. mluvili o tom, jakým výzvám při výuce čelí a jaké zdroje potřebují: na osobní rovině se jedná hlavně o přesvědčení o vlastních kompetencích a vlastní mediální (ne)gramotnost, na kolektivní rovině je to pocit osamocení a nedostatek struktury a v neposlední řadě respondenti zmiňovali překážky v nadstavení systému.

*„...problém, je v tom, že učitelé nemají jako žiadnej odbornej základ. Kdýž někomu řeknete ‚Uč jako mediální výchovu,‘ tak to je úplně stejný, jak kdýž mi někdo řekne, ‚zítra budeš učit fyziku,‘ jo, nebo čínštinu“ (R8, FG2: 132)*



Vlastní kompetence byly popsány jako klíčový zdroj, který učitelům a pracovníkům s mládeží dodával pocit sebevědomí ve výuce. Problém ale byl, že tyto kompetence museli často aktivně získávat sami svou vlastní iniciativou a necítili se být na výuku mediální gramotnosti připraveni svým formálním vzděláním.

*„...skvelé školenie, dvojdňové, ktoré som absolvovala, mi toho dalo fakt veľa a odvtedy som taká namotivovaná si to vyhľadávať a zúčastňovať sa, pokiaľ mi to dovoľuje čas, čo väčšinou sa nájde. Číže možno tie osobné*

<sup>1</sup> U pracovníků s mládeží se nejedná o formální výuku. Při jejich získávání do výzkumu jsme jako kritérium účasti uvedli aktivní kontakt/práce s mládeží a osobní zájem o téma dezinformací a osvětu v této oblasti.

stretnutia s lektormi, odborníkmi v danom odbore... a tam to čerpám. A oni vlastne potom poskytnú aj nejaké pramene, z ktorých čerpajú zase oni a podobne. Takže tak; preškoľovať sa a školit' sa." (R17,FG3: 196)

Ďalší často popisovanou výzvou byl určitý pocit osamocení. Lidé v našem výzkumu byli často jediní v jejich škole, organizaci, kde se tématu mediální gramotnosti věnuje a často jim chyběla možnost sdílení a spolupráce s ostatními učiteli.

„...učitelia sú práve takí sami vojaci v poli, že sú tak nejako na okraji. Dokonca by som nepovedala, že by boli pochválení za to, že sa tým témam venujú, ale práve naopak, sú nejako na okraji toho kolektívu. Vidím, že R24 aj prikyvuje, že to je tak aj u nich." (R22, FG4: 56)

V návaznosti na potřebu větší propojenosti s kolegy vyslovili respondentky a respondenti také potřebu větší koordinace napříč institucemi. Učitelům chyběl pocit efektivního řízení, necítili se být součástí funkčního celku se smysluplným jednotným cílem, který by přesahoval úroveň jejich pracoviště či organizace, kde působí.

“...jednotlivcov je veľa, len teda niekedy aj duplicitne robíme niečo, v inom regióne to zase chýba, takže je to trochu komplikované (...) je dôležité v týchto témach byť aj konzistentný. Naozaj, keď príde do školy niekto iný, kto bude

hovorit' o tej téme, tak aby dostávali jednotné informácie, tí mladí ľudia." (R22, FG4: 101)

Tato nekoordinovat a chybějící propojení byly zmiňovány napříč skupinami jako důležité překážky ve výuce nebo neformálním vzdělávání v nízkoprahových zařízeních.

“Ale co si myslím, že se to nedostane tam, kam se to třeba teda má dostat, jo. Že vlastně tady je vytvořených strašně moc super materiálů, které by třeba vám, co zmiňujete, podle mě strašně moc pomohly. Ale je ideální, aby vás tím třeba někdo jako provedl, nebo prostě, aby se tomu dala i v té organizaci důležitost, nebo aby se ta informace vůbec jenom jakoby dostala tam, kam, kam jakoby má.” (R7, FG1: 135)

## Shrnutí

Rozhovory s učiteli/učitelkami a pracovníky/pracovnicemi s mládeží dále poukázaly na jejich potřeby podpory a jasnějších pokynů, aby mohli efektivně vyučovat mediální gramotnost. Učitelé nejčastěji zmiňovali, že potřebují především jistotu v této oblasti, kterou získávají prostřednictvím vlastních znalostí, dovedností, spolupráce s kolegy, sdílení zkušeností a systémové podpory. Překážky ve výuce mediální gramotnosti byly často spojeny s nedostatkem těchto zdrojů, což vedlo k pocitům osamělosti, nejistoty a nedostatku podpory.

## LITERATURA

- 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.
- 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.
- Lipkin, M. C. - Culver, S. H., & Redmond, T. 2020. A snapshot: The state of media literacy education in the United States. In Media literacy in a disruptive media environment, pp. 23-35. Routledge
- Yeleussiz, A. 2024. Exploring EFL teachers' perceptions of media literacy in Kazakhstan. Journal of Social Studies Education Research, 15, 1, 282-316.



# Falešné informace na sociálních sítích: Jak jim adolescenti rozumějí a jak s nimi pracují?

Mgr. Lucie ČEJKOVÁ, PhD.

Mladí lidé se stále více spoléhají na online sociální sítě jako na zdroj zpráv a informací o dění ve světě. Je proto klíčové, abychom lépe rozuměli jejich povědomí o rozšíření falešných informací na těchto platformách. Právě na to, jak adolescenti chápou různé pojmy související s falešnými informacemi a jak se s nimi setkávají na online sociálních sítích, jsme se zaměřili v rámci projektu HoDeKoProM – Vnímání hoaxů, dezinformací, konspirací a propagandy mezi mladými lidmi.

Naše zjištění z šesti fokusních skupin se studentstvem ze středních škol v České a Slovenské republice ukazují paradox, který odpovídá celosvětovému trendu: zatímco mladí lidé čím dál více využívají online sociální sítě pro příjem zpráv, jsou zároveň více skeptičtí ke kvalitě informací, které tyto platformy poskytují. Tato skepse vychází zejména z rostoucího povědomí o dezinformacích, falešných zprávách, hoaxech, konspiračních teoriích a propagandě, které se šíří na platformách jako je X (dříve Twitter), Facebook, TikTok nebo YouTube.

Zároveň je však pro adolescenty často obtížné odlišit od sebe různé pojmy, které se s falešnými informacemi pojí. Zejména slova jako *hoax*, *fake news*, nebo dezinformace vnímají jako vzájemně se překrývající. Někteří účastníci a účastnice fokusních skupin – zejména ti s celkově větším zájmem o veřejné dění – však

byli naopak velmi dobře zorientovaní v tom, co který pojem označuje.

Porozumění falešným informacím u adolescentů tak lze stručně rozdělit do několika kategorií:

- **Dezinformace:** Úmyslně falešné informace sdílené s cílem poškodit nebo obelhat.
- **Fake news:** Informace šířené s cílem oklamat a/nebo podané zavádějícím způsobem, často napodobující vzhled a strukturu legitimních zpráv.
- **Hoax:** Vymyšlené informace určené jak k oklamání, tak i k pobavení, rychle se šíří po online sociálních sítích a internetu.
- **Konspirační teorie:** Spekulace a myšlenky, které obvykle zahrnují také podezření o tajném spiknutí. Pro adolescenty jsou někdy zdrojem zábavy, ale uvědomují si také jejich negativní dopady zejména na zranitelné části společnosti.
- **Propaganda:** Informace, ať už pravdivé, či falešné, které strategicky šíří zejména státní aktéři či geopolitické mocnosti za účelem ovlivnění veřejného mínění.

Vnímání dané falešné informace se přitom ukazuje být velmi důležité – podle toho, s jakým pojmem si adolescenti danou informaci ztotožní, pak obvykle také reagují. Při setkání s falešnými informacemi na online sociálních sítích tak používají různé strategie jak s nimi naložit.

Jednou z častých reakcí je pasivní ignorování dané informace – zejména tehdy, pokud se jim informace jeví jako přehnaná nebo zcela irelevantní. Když se však jedná o téma, které spadá pod jejich zájmy, nebo je považují za celospolečensky důležité, často přistupují pak leckdy i k ověřování faktů. V takových případech hledají dodatečné informace online nebo konzultují danou informaci s přáteli a rodinou.

Někteří adolescenti také falešné informace, včetně dezinformací a konspiračních teorií, sdílejí pro zábavu. I když si uvědomují, že mohou mít vážné dopady na některé ohrožené části společnosti, často se v těchto případech jedná o způsob pobavení a základ pro konverzaci s přáteli. Na druhou stranu jsou adolescenti schopni podnikat i určité aktivity pro napravení kvality informačního prostředí, kdy se zapojují do online diskusí a poskytují ostatním faktické a ověřené informace, zejména při komunikaci s blízkými osobami.

Emocionální reakce adolescentů na falešné informace se pak liší v závislosti na tom, jak vnímají důležitost dané zprávy. Reakce se tak mohou pohybovat od frustrace a podráždění – to pokud jsou informace vnímány jako důležité – až po lhostejnost nebo dokonce pobavení, pokud tyto informace považují adolescenti za méně významné.

Náš výzkum přináší nejen vědecká zjištění, ale také implikace pro vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti. Nakládání adolescentů s falešnými informacemi se výrazně liší napříč různými platformami a typy falešných informací – může se pohybovat od hledání spolehlivých informací až po sdílení hoaxů a dezinformací pro zábavu. Programy mediální gramotnosti tak musí tuto komplikovanou skutečnost zohlednit, podporovat kritické myšlení, ale zároveň se vyhnout demonizaci falešných zpráv jako takových, neboť mohou sloužit i jako zdroj zábavy a téma pro běžnou konverzaci s přáteli – zejména tehdy, pokud je adolescenti rovnou vyhodnotí jako nepravdivé a absurdní.

# Testovanie 8-dimenzionálneho modelu spokojnosti s osobnou pohodou študentov a študentiek

PaedDr. Robert TOMŠIK, PhD.; Mgr. Jarmila ZSÍROSOVÁ;  
Mgr. Karin BELOVIČOVÁ

(robert.tomsik@vudpap.sk; jarmila.zsirosova@vudpap.sk;  
karin.belovicova@vudpap.sk)

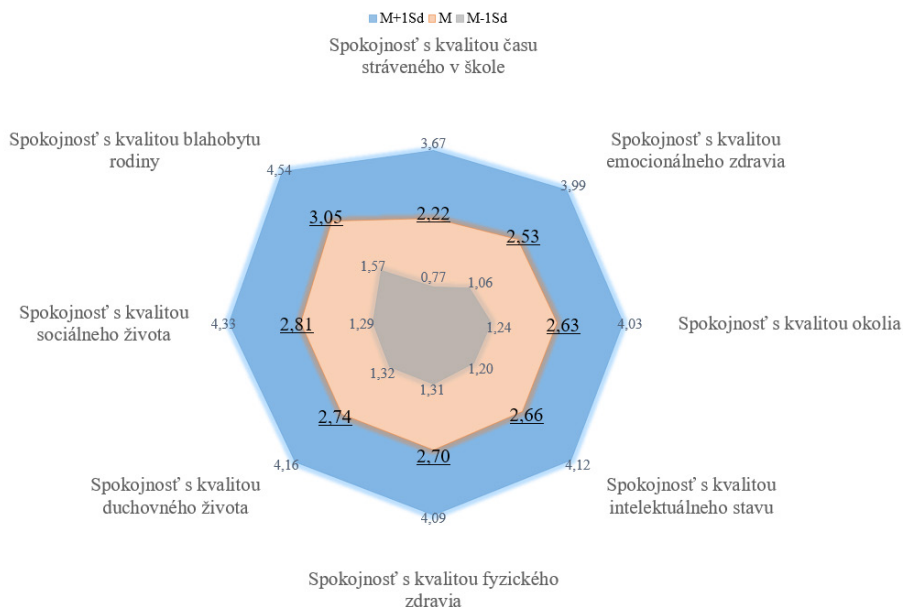


Poster uverejnený na odbornej konferencii „Dieťa v ohrození 2024“, 29.–30. 5. 2024, Hotel Tatra (Bratislava, ulica 1. mája č. 5).

Na základe výskumu zameraného na osobnú pohodu (wellbeing) študentov a študentiek v rámci Slovenska sa identifikovalo niekoľko kľúčových oblastí, ktoré ovplyvňujú ich celkovú spokojnosť a kvalitu života. Výskum sa uskutočnil na vzorke 2 268 respondentov vo veku od 11 do 25 rokov a sústredil sa na osem dimenzií osobnej pohody, medzi ktoré patrili

emocionálne a fyzické zdravie, sociálny život, rodinný blahobyt, školské prostredie a ďalšie.

Jedným z najvýraznejších zistení bolo to, že študenti a študentky vykazovali najnižšiu spokojnosť s kvalitou času stráveného v škole. Priemerné skóre v tejto oblasti dosiahlo iba 2,22 bodu z možných 5, čo naznačuje značnú nespokojnosť s aspektmi vzdelávacieho systému a školského prostredia. Tento výsledok korešponduje s celosvetovými trendmi, kde školské prostredie často pred-



stavuje zdroj stresu a nespokojnosti medzi mladými ľuďmi (Stoewen, 2017).

Ďalšou problematickou oblasťou bolo emocionálne zdravie, kde priemerné skóre dosiahlo 2,53 bodu. To poukazuje na potrebu zlepšenia emocionálnej podpory a rozvoja mentálnej odolnosti u študentov, čo môže súvisieť so zvýšenou mierou stresu, úzkosti a depresie v tejto vekovej skupine (Orth; Robins, Widaman, 2022). V kontraste s tým sa ako najlepšie hodnotená dimenzia ukázala kvalita rodinného blahobytu, kde respondenti dosiahli priemerné skóre 3,05 bodu. Uvedená dimenzia odráža stabilitu a podporu, ktorú mladí ľudia vnímajú v rodinnom prostredí, čo môže byť kľúčovým faktorom ich celkovej spokojnosti s osobným životom.

#### Zaujímavé výsledky:

- Celkové hrubé skóre spokojnosti s kvalitou osobnej pohody sa štatisticky významne líšilo vzhľadom na kraje SR, kde u študentov/-iek zo Žilinského kraja bolo zistené najvyššie priemerné skóre (M = 22,94),

kým najnižšie bolo zistené u študentov/-iek z Košického kraja (M = 19,77).

- V spokojnosti s kvalitou sociálneho života a intelektuálneho stavu dosiahli dievčatá štatisticky významne vyššie skóre v porovnaní s chlapcami ( $p < 0,001$ ).
- Celkové hrubé skóre všetkých dimenzií osobnej pohody sa pohybovalo na škále od 0 do 40 bodov. Priemerné skóre celkovej osobnej pohody bolo M = 21,34.

Študenti/-ky boli najviac nespokojní s kvalitou času stráveného v škole (M = 2,22) a s kvalitou ich emocionálneho zdravia (M = 2,53). Najvyššia spokojnosť bola nameraná pri dimenzii kvality blahobytu rodiny (M = 3,05).

Výsledky výskumu ďalej naznačujú, že existujú regionálne rozdiely v spokojnosti s osobnou pohodou. Napríklad študenti/-tky zo Žilinského kraja vykazovali najvyššiu úroveň spokojnosti, pričom ich priemerné skóre bolo 22,94 bodov. Na opačnom konci spektra sa nachádzali študenti/-tky z Košického kraja s priemerným skóre 19,77 bodov. Tieto rozdiely môžu byť dôsledkom rozdielnych so-

ciekonomických podmienok, dostupnosti zdravotnej starostlivosti a úrovne podpory v regionálnom vzdelávacom systéme.

Rodové rozdiely boli taktiež štatisticky významné. Dievčatá preukázali vyššiu spokojnosť v dimenziách sociálneho života a intelektuálneho rozvoja v porovnaní s chlapcami, čo môže naznačovať odlišné očakávania a potreby medzi pohlaviami. Tento trend je v súlade s ďalšími výskumami, ktoré ukazujú, že dievčatá majú tendenciu klásť väčší dôraz na sociálne a emocionálne aspekty života (Westerhof, Keyes, 2010).

Zistenia z výskumu poukazujú na potrebu väčšieho zamerania sa na rozvoj osobnej pohody mladých ľudí, najmä v oblastiach emocionálneho zdravia a kvality školského prostredia. Tieto výsledky naznačujú, že súčasné vzdelávacie a sociálne politiky by mali byť zamerané na vytváranie pozitívneho prostredia, ktoré podporuje nielen akademický rast, ale aj emocionálny a sociálny rozvoj študentov.

*Projekt HoDeKoProM je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+.*

---

## LITERATÚRA

- STOEWEN, D. L. 2017. Dimensions of wellness: Change your habits, change your life. \*The Canadian Veterinary Journal\*, vol. 58, no. 8, s. 861–862. ISSN 0008-5286
- ORTH, U., ROBINS, R.W., WIDAMAN, K.F. 2022. Life-span development of self-esteem and its effects on important life outcomes. \*Journal of Personality and Social Psychology\*, vol. 122, no. 3, s. 493–510. ISSN 0022-3514
- WESTERHOF, G. J., KEYES, C. L. M. 2010. Mental illness and mental health: The two continua model across the lifespan. \*Journal of Adult Development\* vol. 17, no. 2, s. 110–119. ISSN 1068-0667

# Anotácie posterov z konferencie HoDeKoProM

VÚDPaP, Bratislava, 11. 10. 2024

## HoDeKoProM: Ako mladí ľudia dôverujú médiám v dobe dezinformácií?

*Abstrakt posteru:* Výskumná štúdia bola realizovaná v rámci projektu HoDeKoProM, ktorý sa zameriava na vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy u mladých ľudí na Slovensku. Cieľovou skupinou boli študenti a študentky vo veku od 13 do 25 rokov ( $N = 2075$ ,  $M = 15,37$ ,  $SD = 1,98$ ). Z tohto bolo 43,9 % mužov, 51,3 % žien a približne 4,9 % respondentov neuviedlo informáciu o rode. Výber participantov/-tiiek bol realizovaný s ohľadom na rovnomerné zastúpenie podľa veku, rodu, regiónu, veľkosti mesta, stupňa a typu školy. Dotazník zahŕňal otázky týkajúce sa frekvencie využívania a dôveryhodnosti rôznych mediálnych platforiem, vrátane bulvárnych (*Topky.sk, Pluska, Nový Čas*), tradičných (*SME, Denník N, Pravda*), alternatívnych (*Hlavné správy, Infovojna*), a audiovizuálnych médií (*RTVS, TV Markíza, TV JOJ*). Výsledky odhaľujú preferencie študentov pri hľadaní informácií a hodnotenie dôveryhodnosti jednotlivých platforiem.

*Kľúčové slová:* HoDeKoProM, hoaxy, dezinformácie, propaganda, konšpiračné teórie, médiá  
*Autori posteru:* Mgr. Jarmila Zsírosová, Mgr. Karin Belovičová, PaedDr. Robert Tomšík, PhD.

## HoDeKoProM: Mládež a ich kontakt s HoDeKoPro témami

*Abstrakt posteru:* Výskumná štúdia realizovaná v rámci projektu HoDeKoProM sa zamerala na skúmanie vnímania hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy medzi mladými ľuďmi na Slovensku. Cieľovou skupinou boli študenti a študentky vo veku od 13 do 25 rokov ( $N = 2075$ ,  $M = 15,37$ ,  $SD = 1,98$ ). Z tohto bolo 43,9 % mužov, 51,3 % žien a približne 4,9 % respondentov neuviedlo informáciu o rode. Cieľom štúdie bolo analyzovať frekvenciu stretávania sa s dezinformáciami v rôznych oblastiach (politika, ľudské práva, zdravie, životné prostredie a financie) počas posledného mesiaca pomocou Škály prevalencie tém HoDeKoPro. Nástroj pozostáva z pätnástich položiek a je navrhnutý na zistenie, v akých oblastiach sa mladí ľudia najčastejšie stretávajú s dezinformáciami. Respondenti hodnotili svoju skúsenosť na päťstupňovej škále (1-nikdy, 5-veľmi často). Psychometrické analýzy preukázali vysokú vnútornú konzistenciu škály, s hodnotami McDonaldovo  $\omega = 0,892$  a Cronbachovo  $\alpha = 0,892$ .

*Kľúčové slová:* HoDeKoProM, hoaxy, dezinformácie, propaganda, konšpiračné teórie, témy  
*Autori posteru:* Mgr. Jarmila Zsírosová, PaedDr. Robert Tomšík, PhD., Mgr. Karin Belovičová

## Viera mládeže v konkrétne HoDeKoPro tvrdenia

*Abstrakt posteru:* Výskumná štúdia realizovaná v rámci projektu HoDeKoProM sa zamerala na vnímanie hoaxov, dezinformácií, konšpiračných teórií a propagandy medzi mladými ľuďmi na Slovensku. Cieľovou skupinou boli študenti a študentky vo veku od 13 do 25 rokov ( $N = 2075$ ,  $M = 15,37$ ,  $SD = 1,98$ ). Z tohto bolo 43,9 % mužov, 51,3 % žien a približne 4,9 % respondentov neuviedlo informáciu o rode. Na zber dát bol použitý nástroj Škála HoDeKoPro presvedčení (Zsírosová, Tomšík, Belovičová, 2024), pomocou ktorého bola mapovaná miera súhlasu s rôznymi tvrdeniami, založenými na hoaxoch, dezinformáciách, konšpiračných teóriách a propagande. Respondenti hodnotili pravdivosť jednotlivých tvrdení na štvorbodovej Likertovej škále. Celkové skóre sa vypočítalo súčtom jednotlivých položiek, pričom vyššie skóre indikovalo vyššiu dôveru respondentov v tieto teórie.

*Kľúčové slová:* HoDeKoProM, hoaxy, dezinformácie, propaganda, konšpiračné teórie, viera

*Autori posteru:* Mgr. Jarmila Zsírosová, PaedDr. Robert Tomšík, PhD., Mgr. Karin Belovičová

# Nahlas o deťoch – téma HoDeKoPro

podcast VÚDPaP

19. 08. 2024, upravené

<https://vudpap.sk/podcasty/hoaxy-dezinformacie-a-konspiracie-medzi-mladymi-ludmi/>

*Výskumný ústav detskej psychológie a patopsychológie sa aktívne venuje projektu HoDeKoProM. Je to projekt zameraný na skúmanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi. O tejto téme sme hovorili so psychologičkou **Mgr. Jarmilou Zsírosovou** a antropologičkou **Mgr. Karin Belovičovou**.*

Pýtala sa: Mgr. Darina Mikolášová

**Darina Mikolášová (DM):** Výskumný ústav detskej psychológie a patopsychológie sa už rok a pol aktívne venuje projektu HoDeKoProM. Je to projekt zameraný na skúmanie hoaxov, dezinformácií, konšpirácií a propagandy. Odborníci Výskumného ústavu detskej psychológie a patopsychológie v rámci tohto projektu realizovali výskum v podobe online mapovania a skupinových rozhovorov s mladými ľuďmi na školách.

## Čo sa skrýva za skratkou HoDeKoProM?

**Karin Belovičová (KB):** HoDeKoPro je skratka pre hoaxy, dezinformácie, konšpirácie a propagandu. Tieto fenomény výrazne ovplyvňujú mladých ľudí na Slovensku, pričom mnohí z nich prichádzajú do kontaktu s nepravdivými informáciami práve prostredníctvom sociálnych sietí. Mladí často cítia, že sú zaplavovaní týmito informáciami, najmä v oblasti politických a ideologických tém.

**DM: Čiže téma je výsostne aktuálna. Ako presne definujeme hoaxy?**

**Jarmila Zsírosová (JZ):** Hoaxy sú falošné správy alebo informácie, ktoré sa zámerne šíria s úmyslom oklamať alebo vytvoriť zmätok. Sú vytvorené za účelom pobaviť, vytvoriť nejakú senzáciu, šokovať a vyvolať silné emócie a takýmto spôsobom získať pozornosť. Väčšinou nemajú nejaký základ založený na faktoch. Častokrát sú už aj na prvý pohľad dosť nezmyselné. Úspešne sa šíria v online prostredí.

**DM: A aký je rozdiel medzi hoaxom a dezinformáciou? Je to to isté alebo nie?**

**JZ:** Nie je. Dezinformácia sa používa aj ako zastrešujúci pojem pre všetky pojmy, o ktorých sa rozprávame. Samostatne sa však dezinformácia môže definovať ako úmyselne vytvorená, skreslená informácia, ktorá sa navonok môže javiť pre verejnosť ako spoľahlivá, ale jej cieľom je pomýliť adresátov a nejakým spôsobom ovplyvniť verejnú mienku. Vzniká alebo sa šíri za účelom vytvárať nejaký mylný obraz a dosiahnuť určité politické, sociálne alebo ekonomické ciele. Účelom je





manipulovať s dôverou ľudí a ovplyvniť ich názory. Rozdiel vnímame najmä v tom, že hoaxy sú zamerané na vyvolanie emócií, snažia sa vyvolať nejaký škandál alebo šok. Dezinformácie sa môžu javiť ako dôveryhodné, ale sú v nich pozmenené určité informácie, dáta, a preto môžu zavádzať. Stretávame sa aj s pojmom konšpirácie alebo konšpiračné teórie.

**DM: Podme si aj to vysvetliť.**

**JZ:** Konšpiračné teórie, alebo v súčasnosti presnejšie používaný pojem konšpiračné naratívy, predstavujú akési alternatívne vysvetlenia o príčinách rôznych historických alebo politických udalostí. Sú založené na predstave, že za tieto udalosti sú zodpovedné nejaké konkrétne skupiny ľudí, ktoré sú vnímané ako zlomyseľné a konajú proti spoločenskému dobru a čisto len pre svoj vlastný prospech. Takto vnímané konšpiračné teórie predstavujú zhuk dezinformácií, ktoré sú zasadené do určitého kontextu s jasnou témou a príbehom. Príbeh je iba ťažko možné vyvrátiť alebo potvrdiť. Predstavujú domnienky,

ako situácia mohla vzniknúť, alebo čo sa na jej pozadí nachádza.

**DM: Kedy už hovoríme o propagande?**

**JZ:** Propaganda je rovnako zhukom dezinformácií aj konšpiračných teórií, ktoré sú začlenené do konkrétneho kontextu a sú systematické. Predstavujú súbor zámerne sa šíriacich informácií, s cieľom zavádzať a ovplyvňovať verejnú mienku, názory, presvedčenia, a tým aj správanie ľudí. Častokrát je to za účelom dosiahnuť politické, ideologické a tiež ekonomické ciele. Propaganda využíva emocionálnu manipuláciu, skresľovanie reality, vynechávanie dôležitých informácií, aby sa vytvoril pozitívny obraz o cieľovej skupine. Pre propagandu je typická aj skutočnosť, že vytvára nepriateľov, alebo vyvoláva pocit ohrozenia. Vytvárajú sa nepriatelia a tieto naratívy sú systematicky opakované.

**DM: Nie sú to iba mladí ľudia, ale aj starší ľudia, ktorí podliehajú dezinformáciám, ale rada by som bola, keby sme sa zame-**

**rali práve na tých mladých. Prečo je pre mladých ľudí také ľahké podľahnúť týmto fenoménom? Čo je na nich lákavé?**

**KB:** Problémy nevyplývajú zo skutočnosti, že by sa mladí alebo dospelí chceli zámerne obklopať nepravdivými informáciami. Dochádza k ich nekontrolovateľnému zaplavovaniu.

Ľudia môžu veriť dezinformáciám a šíriť ich, pretože nemajú dostatočnú schopnosť kriticky zhodnotiť informácie, s ktorými sa stretávajú. Podľa nás môže nedostatok mediálnej gramotnosti viesť k tomu, že ľudia sa stanú ľahkými obeťami HoDeKoPro tém. Výskumy sa vo veľkej miere zameriavajú na skúmanie psychologických faktorov, ktoré by vysvetlili motívy, na základe ktorých ľudia veria konšpiračným teóriám. Medzi tie základné možno zaradiť zaujatosť voči skupine silných jednotlivcov alebo voči oficiálnym inštitúciám.

**DM: Takže je možné, že konšpiračné teórie ľuďom istým spôsobom pomáhajú možno porozumieť veciam, ktorým nerozumejú?**

**KB:** Áno, dalo by sa to tak povedať, že konšpiračné teórie ľuďom pomáhajú naplňať túžbu pochopiť svet, porozumieť kritickým udalostiam, vyskytujúcim sa v spoločnosti a zjednotiť komplexnosť celej reality.

**JZ:** Konšpiračné teórie pomáhajú uspokojiť psychologické alebo sociálno-psychologické potreby. Rozdeľujeme ich do troch kategórií. Jednou z nich je potreba poznania, snaha porozumieť tomu, čo sa okolo mňa deje. Ďalšie sú existenciálne motívy alebo potreby, ktoré hovoria o ochrane zdravia, života, o ekonomických otázkach.

Alternatívne vysvetlenia pomáhajú naplňať pocit neistoty. Ako tretie - sociálne motívy alebo potreby väčšinou súvisia so snahou ochrániť vlastnú skupinu, ktorej sa cítia byť členmi. Konšpiračné teórie vysvetľujú negatívne vlastnosti ľudí, ktorí sú považovaní za

zlých. Ľudia im veria aj preto, lebo pomáhajú zachovať si vlastnú identitu, zároveň obhajujú skupinu - ak sa skupine nedarí, vinníkom sú tí druhí.

**DM: Máte zmapované aj to, kde mladí ľudia najčastejšie hľadajú informácie a dezinformácie a ktoré zdroje považujú za tie najdôveryhodnejšie?**

**KB:** Mladí ľudia najčastejšie hľadajú informácie na sociálnych sieťach ako Instagram, TikTok, YouTube alebo Google. Facebook je už menej používaný, a to najmä strednou generáciou. Z hľadiska dôveryhodnosti, najviac dôverujú tradičným médiám a médiám pre mladých, a naopak najmenej dôveryhodné sú pre nich alternatívne a bulvárne médiá.

**DM: S akými typmi dezinformácií sa najčastejšie mladí ľudia stretávajú? Ako na ne reagujú?**

**KB:** Mladí ľudia sa najčastejšie stretávajú s dezinformáciami na tému politických udalostí alebo LGBTI+ komunity a očkovania proti COVID-19. Väčšina z nich na dezinformácie reaguje tak, že ich ignorujú alebo zablokujú odosielateľa. Len malé percento mladých ľudí tieto informácie aktívne šíri medzi priateľmi a ak ich začnú šíriť, tak s cieľom robiť si žarty z druhých alebo sa spoločne zasmiať a pobaviť sa. Z fókusových skupín, ktoré sme realizovali, nám vyplýva, že mladí ľudia rozpoznávajú dezinformácie intuitívne a pomocou vizuálnych indikátorov. Ak sa im informácia zdá nepravdivá alebo šokujúca, označia ju za dezinformáciu. Vizuálne prvky reklám, ako sú napríklad vyskakovacie okná alebo presmerovania na iné stránky, signalizujú nedôveryhodnosť. Nedôverujú aj informáciám, ktoré nemajú autora alebo ak dostanú správu od profilov s málo sledovateľmi. Mladí si tiež overujú pravdivosť informácií vyhľadávaním na ďalších stránkach alebo konzultáciou s dôveryhodnými osobami, ako sú rodičia alebo kamaráti a ľudia z ich okolia.

**DM: Aké sú najdôležitejšie kroky, ktoré môžu rodičia podniknúť, aby pomohli svojim deťom rozpoznať dezinformácie a vyhnúť sa im?**

**KB:** Určite odporúčam, aby rodičia podporovali a učili deti kriticky myslieť a rozpoznávať dezinformácie v online svete. Za dôležité považujem, aby rodičia diskutovali s deťmi o nespoľahlivých zdrojoch, alebo naopak o spoľahlivých zdrojoch, o tom, ako ich rozpoznať, aby ich upozornili na indikátory nepravdivých informácií - napríklad bulvárne nadpisy alebo nedostatok zdrojov. Vhodné je sledovať digitálne správanie dieťaťa a v prípade výskytu problémov konštruktívne zasiahnuť.

**DM: Čo je to tá mediálna gramotnosť a ako môže pomôcť v súvislosti s kritickým myslením?**

**JZ:** Digitálnu alebo mediálnu gramotnosť môžeme definovať ako súbor zručností alebo schopností, ktoré sú nevyhnutným predpokladom na zodpovedné využívanie médií. Ide o schopnosti a zručnosti spojené s vyhľadávaním, selekciou, analyzovaním, vyhodnocovaním a zaobchádzaním s informáciami. Potrebujeme vedieť, kde si informácie vyhľadať, čo si na nich máme všimnúť a ako ich môžeme šíriť alebo nešíriť.

**DM: Učia sa mladí ľudia na školách mediálnu gramotnosť? Existujú na školách programy, ktoré pomáhajú mladým ľuďom rozpoznať dezinformácie?**

**KB:** Áno, na školách sú organizované rôzne workshopy zamerané na mediálnu gramotnosť, ale študenti často uvádzajú, že by uvítali viac interaktívnych aktivít a praktických príkladov počas bežného vyučovania. Učiteľia by ocenili viac tréningov zameraných na kritické myslenie a rozpoznávanie dezinformácií. To nám aj uvádzali počas rozhovorov vo fókusových skupinách. Potrebovali by aj

podporu zo strany vedenia školy a prístup k najnovším informáciám a technológiám.

**DM: Ako môžu rodičia a okolie pomôcť v boji proti šíreniu dezinformácií medzi mladými ľuďmi?**

**KB:** Rodičia a okolie zohrávajú dôležitú úlohu pri podpore mediálnej gramotnosti mladých. Mali by s nimi diskutovať o dôležitosti overovania informácií. Rodičia by mali ísť príkladom a sami sa vyhýbať šíreniu neoverených informácií, pretože mladí často preberajú správanie rodičov. Mladým by pomohlo pre lepšiu orientáciu v digitálnom svete aj vytvorenie bezpečného prostredia, pomáhajúceho k otvorenej diskusii. Tiež odporúčame podporiť verejnú diskusiu o rizikách dezinformácií.

**JZ:** Odporúčam zamerať sa na svoje emócie a nezabúdať na ne. Čo sa so mnou deje, keď nájdem túto informáciu a akú emóciu to vo mne vyvolá? Zamyslieť sa, čo mi tá správa hovorí a prečo sa cítim tak, ako sa cítim. Snaží sa ma informácia naozaj objektívne informovať, alebo chce vo mne vyvolať iba emóciu? Cítim sa nahnevane, šokuje ma informácia? Vhodné je nereagovať hneď, pod vplyvom emócie, uvoľniť sa, počkať.

**DM: Odporúčate poradiť sa s rodičmi, či sú informácie pravdivé, čo si o nich myslia dospelí?**

**JZ:** Určite. Rodičia sú pre mladých dôveryhodným zdrojom, ako nám spomínali aj deti v našom výskume. Ak si s niečím neboli istí, išli za rodičom. Rodič má možnosť povedať: „Ja neviem, ako to naozaj je. Skúsme sa na to pozrieť spolu.“ A pomocou indikátorov môžu spoločne identifikovať dôveryhodnosť zdroja.

**DM: Aké sú najväčšie riziká a dôsledky toho, ak mladí ľudia veria dezinformáciám? K čomu to môže smerovať?**

**KB:** Dôsledky viery v dezinformácie môžu byť veľmi vážne. Môžu sa týkať nesprávnych rozhodnutí v oblasti zdravia, polarizácie spoločnosti, nedôvery vo verejné inštitúcie, ako aj šírenia nenávisťi a predsudkov. Mladí ľudia môžu mať problémy s rozpoznaním pravdy vo všeobecnosti, čo môže ovplyvniť ich akademický a neskôr aj profesionálny život.

**DM: Môžu mať mladí ľudia, ktorí podľahnú dezinformáciám a konšpiráciám radikálne správanie?**

**KB:** Áno, hoaxy a dezinformácie môžu posilniť existujúce predsudky alebo vytvoriť nové názory, ktoré môžu byť extrémnejšie. Falošné informácie môžu formovať postoje mladých ľudí voči rôznym témam, vrátane politiky, náboženstva, etnicity. Môžu podporiť polarizáciu spoločnosti tým, že posilňujú konflikty a prehlbujú rozdiely medzi skupinami. Keď mladí ľudia pravidelne dostávajú falošné informácie online, môže to viesť k zníženej dôvere v tradičné médiá a inštitúcie. Môžu sa obrátiť k alternatívnym zdrojom informácií, ktoré sú často menej dôveryhodné a môžu viesť k propagovaniu radikálnych názorov.

Hoaxy a dezinformácie môžu prispieť k rastu extrémistických hnutí aj tým, že ospravedlňujú nevhodné postoje a posilňujú pocit ohrozenia alebo nespravodlivosti medzi mladými ľuďmi.

**DM: Ako môžu rodičia monitorovať a riadiť digitálne aktivity svojich detí, bez toho, aby narušili ich súkromie?**

**KB:** Rodičia môžu efektívne monitorovať a riadiť digitálne aktivity svojich detí tým, že s nimi pravidelne komunikujú a vytvárajú otvorené prostredie pre diskusiu o online aktivitách. Môžu používať nástroje rodičovskej kontroly, ktorá im umožní nastaviť časové limity a filtrovať nevhodný obsah. Dôležité je tiež vzdelávať deti o rizikách online sveta a podporovať ich, aby ich samy rozpoznávali a vyhýbali sa nebezpečným situáciám.

**JZ:** Byť tam pre to svoje dieťa a pýtať sa. Rodič nemusí klásť cieľené otázky, stačí ak tému internet zapojí do bežného rozhovoru. Dôležité je nastaviť správne hranice a tráviť s dieťaťom kvalitne čas aj mimo online priestoru.

# Príklady konkrétnych dezinformácií a návrhy na diskusiu s mladými

Mgr. Karin BELOVIČOVÁ

*Príklady konkrétnych registrovaných tém dezinformácií sú jedným z výstupov kvalitatívneho zberu dát. Fókusové skupiny so študentmi a študentkami stredných škôl a respondentmi z jedného nemenovaného nízkoprahového centra pre mládež v Bratislave. Skupinové rozhovory boli realizované v rámci projektovej aktivity „FOCUS GROUPS SK“ v mesiacoch november/december 2023.*

## Dezinformácia o očkovaní proti COVID-19

**Príklad:** Na sociálnych sieťach sa šíril nepravdivý príspevok, že vakcíny proti COVID-19 obsahujú mikročipy, ktoré majú vlády používať na sledovanie občanov. Táto dezinformácia vytvárala medzi mladými ľuďmi strach z očkovania a nedôveru vo vedecké inštitúcie.

**Návrh komunikácie:** „Viem, že si počul/a o mikročipoch v očkovacích látkach. To je častá informácia, ktorú šíria ľudia, ktorí sa boja technológií. Vakcíny však prešli prísnyimi testami a neexistuje žiaden dôkaz, že obsahujú čokoľvek, čo by nás sledovalo. Spolu si môžeme pozrieť, ako tieto fámy vznikli a čo na to hovoria odborníci.“

## Konšpirácia o falošnom pristátí na Mesiaci

**Príklad:** Niektoré konšpiračné teórie tvrdia, že NASA nikdy nepristála na Mesiaci a že všetky zábery z Mesiaca boli natočené v štúdiu. Táto dezinformácia bola populárna na viacerých fórach a sociálnych sieťach a za-

siahla aj mladých ľudí, ktorí mali tendenciu veriť, že vlády často klamú.

**Návrh komunikácie:** „Je zaujímavé, že si o tom počul/a. Ale pozrime sa na dôkazy, ktoré sú k dispozícii. Máme tisíce fotografií, vzorky hornín a tiež výpovede mnohých vedcov a astronautov. Môžeme sa pozrieť na to, ako vznikli tieto teórie a prečo ľudia niekedy pochybujú o veľkých udalostiach.“

## Dezinformácia o 5G sieti

**Príklad:** Počas pandémie sa šírila falošná správa, že 5G siete spôsobujú šírenie vírusu COVID-19. Táto teória viedla k vandalizmu na telekomunikačných stožiaroch v niektorých krajinách a k nedôvere voči technologickému pokroku.

**Návrh komunikácie:** „Povedali ti, že 5G môže šíriť vírus? 5G je len nová technológia na rýchlejší internet, a nemá nič spoločné s vírusmi. Na vírusy totiž potrebujeme biologické kontakty, nie rádiové vlny. Podme si spolu prezrieť, ako tieto technológie fungujú a prečo sa nemôžeme báť ich dopadu na zdravie.“

## Dezinformácia o klimatickej zmene

**Príklad:** Niektoré internetové zdroje tvrdia, že klimatická zmena je podvod a že neexistuje žiaden vedecký konsenzus o tom, že ľudské aktivity ovplyvňujú globálne otepľovanie. Táto teória často rezonuje medzi mladými ľuďmi, ktorí hľadajú jednoduché vysvetlenia na komplexné problémy.

**Návrh komunikácie:** „Môže byť máťúce počuť rôzne názory na klimatickú zmenu. Ale keď sa pozrieme na fakty, väčšina vedcov sa zhoduje na tom, že otepľovanie je skutočné a že ho spôsobujú aj naše aktivity. Môžeme sa pozrieť na výskumy, ktoré ukazujú, ako sa teplota Zeme mení a čo môžeme urobiť, aby sme pomohli.“

## Dezinformácia o utečencoch a migrantoch

**Príklad:** Častou dezinformáciou je tvrdenie, že utečenci, ktorí prichádzajú do Európy, sú vo väčšine prípadov zločinci alebo teroristi, čo spôsobuje strach a negatívne predsudky voči migrantom. Táto falošná informácia bola často šírená prostredníctvom extrémistických stránok a sociálnych médií.

**Návrh komunikácie:** „Je normálne, že máš obavy, keď počuješ takéto tvrdenia. Ale väčšina ľudí, ktorí prichádzajú ako utečenci, hľadá bezpečie pre seba a svoje rodiny, nie problémy. Pozrime sa na skutočné štatistiky a príbehy týchto ľudí, aby sme zistili, aká je realita oproti tomu, čo si čítal/a.“

*Uvedené konkrétne príklady komunikácie s mládežou súvisiace s dezinformáciami, by mohli pomôcť pedagogickým a odborným zamestnancom lepšie porozumieť mladým ľuďom, ako a prečo sa šíria falošné informácie. Za dôležité považujeme podporovať kritické myslenie mládeže pri prijímaní a šírení informácií na internete alebo v rovesníckej skupine.*

# Praktické rady (nielen) pre pracovníkov a pracovníčky špeciálnych výchovných zariadení – príklady ako komunikovať s mládežou

Mgr. Karin BELOVIČOVÁ

Tieto praktické rady vznikli vďaka projektu HoDeKoProM, ktorý sa zameriava na boj proti dezinformáciám a ich vplyvu na mladých ľudí. Sú jedným z výsledkov tematickej analýzy zo zrealizovaných fókusových skupín s pedagogickými a odbornými zamestnancami, ktorí dennodenne pracujú s mladými ľuďmi. Patria medzi nich aj vychovávatelia v špeciálnych výchovných zariadeniach. Základným cieľom nášho príspevku je poskytnúť odbornej verejnosti nástroje na efektívne zvládanie situácií, ak začnú dezinformácie zohrávať významnú úlohu v životoch mladých.

Pracovníci a pracovníčky špeciálnych výchovných zariadení môžu čeliť rôznym situáciám, v ktorých dezinformácie negatívne ovplyvňujú správanie a postoje mladých ľudí. Môžu sa napríklad stretnúť s mladými, ktorí veria konšpiračným teóriám o očkovaní a zdieľajú svoje obavy s ostatnými. Je veľmi pravdepodobné, že to vyvolá rýchle šírenie strachu medzi rovesníkmi. Mladí ľudia môžu šíriť aj nepravdivé informácie o klimatickej zmene alebo migrácii, čo následne vedie k vytváraniu zbytočných predsudkov a vzniku konfliktov v rovesníckej skupine.

Odporúčania sme navrhli tak, aby pomohli odborníkom pracovať s mladými ľuďmi spôsobom, podporujúcim kritické myslenie, otvorenú komunikáciu a rešpekt voči overeným faktom. Sú iba inšpiráciou – každá situácia je iná a najlepšou cestou sú tvorivé riešenia, vytvorené pre konkrétne potreby mladých ľudí. Odborníci a odborníčky môžu využívať rôzne prístupy v závislosti od charakteru skupiny, jej záujmov a individuálnych potrieb jednotlivcov.

## Individuálny prístup

**Rada:** Pracujte s každým mladým človekom individuálne, zohľadňujte jeho emocionálny stav, záujmy ako aj predchádzajúce skúsenosti.

**Návrh komunikácie:** „Viem, že sa o túto tému zaujímaš a je pre teba dôležitá. Podme sa spolu pozrieť na informácie, ktoré máš, a porozprávať sa o tom, čo z toho môže byť pravda a čo možno nie. Nie je to o tom, že by si urobil/a chybu, ale o tom, aby sme pochopili, čo je za tými správami.“

## Zníženie emocionálneho stresu

**Rada:** Zvoľte na rozhovor súkromný priestor, ktorý podporuje dôveru a otvorenú komunikáciu, aby nebol mladý človek vystavený ďalšiemu stresu pred rozhovorom o dezinformáciách.

**Návrh komunikácie:** „Vidím, že ťa táto téma rozrušuje. Môžeme si na chvíľu sadnúť a porozprávať sa o tom pokojne? Chcem počuť, čo si myslíš, a potom môžeme spolu nájsť, či sú všetky informácie, ktoré máš, skutočne pravdivé.“

## Kritická reflexia v malých skupinách

**Rada:** Vytvorte malé skupiny na diskusiu, kde sa mladí ľudia môžu podeliť o svoje názory a získať spätnú väzbu od ostatných v bezpečnom prostredí.

**Návrh komunikácie:** „Každý má iný názor a to je v poriadku. Skúsme sa pozrieť na rôzne informácie o tejto téme a diskutovať o tom, čo kto z nás našiel. Môžeme porovnať zdroje a rozhodnúť sa, ktoré informácie sú najsilnejšie podložené.“

## Prepojenie na ich vlastné skúsenosti

**Rada:** Použite reálne skúsenosti mladých ľudí na to, aby pochopili, ako dezinformácie fungujú a ako ich môžu ovplyvniť.

**Návrh komunikácie:** „Pamätáš si, keď sme mali predtým debatu o článku, ktorý sa nakoniec ukázal ako nepravdivý? Bolo to podobné. Informácie, ktoré čítaš teraz, môžu tiež klamať alebo zavádzať. Ako si sa vtedy cítil, keď si zistil, že to nebola pravda?“

## Podpora dôveryhodných vzorov

**Rada:** Buďte vzorom ako kriticky myslieť a dodržiavajte princípy dôveryhodnosti. Prezentujte seba ako osobu, ktorej mladí ľudia

môžu veriť a konzultovať s ňou svoje pochybnosti.

**Návrh komunikácie:** „Keď ja čítam niečo, čo vyzerá pochybne, vždy si to skúsím overiť z iného zdroja. Možno by sme sa na to mohli pozrieť spoločne. Mám pár zdrojov, ktoré vždy kontrolujem, keď si nie som istý. Chceš, aby sme ich spolu prešli?“

## Hranice a pravidlá pre používanie médií

**Rada:** Vytvorte pravidlá pre používanie, aby mladí ľudia mali kontrolu nad používaním médií a nevystavovali sa neovereným informáciám.

**Návrh komunikácie:** „Rozumiem, že tráviš veľa času na internete, ale možno by sme sa mohli dohodnúť, že sa pozrieme len na dôveryhodné zdroje počas určitých hodín dňa. Pomôžem ti nájsť stránky, kde sa dá spoľahlivo overiť, čo čítaš.“

## Spolupráca s odborníkmi

**Rada:** Pracujte v úzkej spolupráci s odborníkmi, ktorí môžu poskytovať emocionálnu a vzdelávaciu podporu pri práci s mladými ľuďmi ovplyvnenými dezinformáciami.

**Návrh komunikácie:** „Myslím, že by bolo dobré, keby sme sa spolu porozprávali aj s našim psychológom. Môže ti pomôcť lepšie spracovať tieto informácie a zistiť, čo môže byť pravdivé a čo nie. Bude dobré, ak na to nebudeme sami.“

## Posilňovanie sebadôvery

**Rada:** Zamerajte sa na posilnenie sebahodnoty a sebadôvery mladých ľudí, aby neboli náchylní podliehať zjednodušeným a manipulatívnym informáciám.

**Návrh komunikácie:** „Si dostatočne kompetentný/á a viem, že dokážeš rozlišovať medzi





tým, čo je pravdivé a čo nie. Možno ti niekto dal nesprávne informácie, ale to neznamená, že si urobil chybu. Spolu sa môžeme naučiť, ako v budúcnosti rozpoznať, čo je pravda.“

## Tréning kritického myslenia a rozhodovania

**Rada:** Učte mladých ľudí, ako analyzovať informácie a prijímať rozhodnutia na základe faktov. Pomôžte im rozvíjať nástroje na identifikáciu manipulatívnych techník.

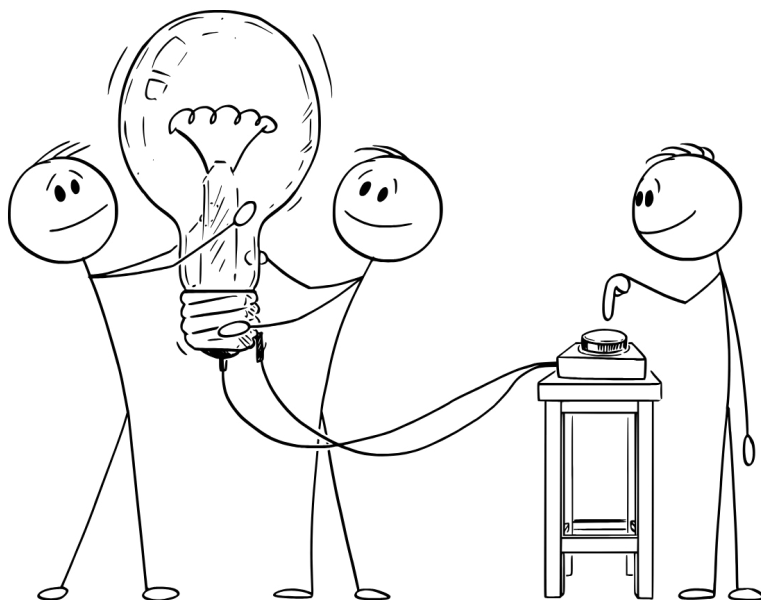
**Návrh komunikácie:** „Keď čítaš nejakú správu, skús si položiť otázky: Odkiaľ tá informácia pochádza? Kto ju napísal? Má autor nejaký záujem na tom, aby som tomu uveril? To sú otázky, ktoré ti pomôžu zistiť, či informácia, ktorú máš, stojí na pevných základoch.“

Na záver by sme radi zdôraznili, že vaša práca je mimoriadne dôležitá a máte v rukách veľké možnosti ako meniť a formovať životy

mladých ľudí. Vzdelávanie o dezinformáciách je náročné, ale zároveň nevyhnutné. Každý krok, ktorý podniknete na podporu kritického myslenia a zdravého prístupu k informáciám, pomáha mladým ľuďom stať sa odolnejšími voči manipuláciám a stať sa lepšie pripravenými na výzvy dnešného digitálneho sveta. Vaša vytrvalosť a odhodlanie sú inšpiráciou pre mnohých, a budeme radi ak nám pomôžete prispieť k budovaniu informovanejšej a odolnejšej spoločnosti.

Tieto príklady komunikácie môžu pomôcť pracovníkom/-čkam v špeciálnych výchovných zariadeniach vytvoriť pozitívne a podporné prostredie pre mladých ľudí, kde sa môžu bezpečne učiť rozlišovať medzi pravdou a dezinformáciami, a zároveň posilňovať svoje kritické myslenie.

*Projekt HoDeKoProM je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+.*



## HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

### 9 ODBORNÝCH RÁD PRE RODIČOV

# AKO ZVLÁDAŤ DEZINFORMÁCIE



Projekt je podporovaný Európskou úniou a Európskym sociálnym fondom v rámci programu HoDeKoProM

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 1 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## ROZPRÁVAJTE SA O DEZINFORMÁCIÁCH NA INTERNETE:

Nájdite si čas na rozhovor o tom, čo sú to dezinformácie, ako sa šíria a prečo je dôležité ich rozpoznávať.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 2 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## SPOLOČNÉ ČÍTANIE A KRITICKÉ MYSLENIE:

Môžete spoločne s deťmi čítať rôzne články a príspevky na sociálnych sieťach. Hľadajte znaky nedôveryhodných informácií, ako sú napr. púťavé titulky, nevedený autor príspevku, alebo neoverené zdroje.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 3 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## PODPORTE DIGITÁLNY ODDYCH:

Povzbudzte deti, aby si dali prestávku od internetu a sociálnych sietí. Počas leta naplánujte aktivity vonku, ktoré ich zabavia a odvedú ich pozornosť od obrazoviek.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 4 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## ZAPOJTE ICH DO VZDELÁVACÍCH PROGRAMOV:

Zistite, či sú v okolí dostupné letné tábory alebo workshopy zamerané na mediálnu gramotnosť. Mnohé organizácie ponúkajú programy, ktoré učia deti, ako kriticky pristupovať k informáciám.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 5 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## SLEDUJTE A DISKUTUJTE AKTUÁLNE UDALOSTI:

Spoločne sledujte správy a aktuálne udalosti. Diskutujte o rôznych pohľadoch na danú tému a spoločne analyzujte, či sú informácie pravdivé a spoľahlivé.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 7 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## NAUČTE ICH ZDRAVÉMU POCHYBOVANIU:

Naučte deti, že nie je zlé pochybovať a klásť otázky. Povzbudzte ich aby boli skeptickí voči informáciám, ktoré na prvý pohľad vyzerajú podozrivo, alebo prišli dobre na to, aby boli pravdivé.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 8 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## BUĎTE PRÍKLADOM:

Ukážte deťom, ako správne analyzovať informácie, ktoré sami konzumujete a zdieľate.

Buďte pre ne príkladom.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 9 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## VYTVORTE OTVORENÝ PRIESTOR PRE DISKUSIU:

Snažte sa udržať si so svojimi deťmi otvorenú a bezpečnú komunikáciu. Uistite ich, že sa na vás môžu obrátiť s akýmkoľvek otázkami, alebo pochybnosťami ohľadom informácií, s ktorými sa stretnú na internete.

### HoDeKoProM

"Vrhovanie hoaxov, dezinformácií, konspirácií a propagandy medzi mladými ľuďmi"

#### 6 ODBORNÉ RADY PRE RODIČOV

## DOHODNITE SI RODINNÉ PRAVIDLÁ:

Dohodnite sa na rodinných pravidlách pre zdieľanie informácií na internete. Napríklad, predtým ako niečo zdieľate, overte si informáciu z dvoch nezávislých zdrojov.



**VÚDPaP** uskutočňuje základný výskum v oblasti psychológie a patopsychológie detí a žiakov, ako aj aplikovaný výskum v oblasti vývinovej, pedagogickej, školskej, poradenskej a sociálnej psychológie so zameraním na praktické využívanie získaných poznatkov vo výchovno-vzdelávacom procese a poradenskej praxi.

Ústav zabezpečuje aplikáciu výskumných poznatkov do praxe v regionálnom školstve, predovšetkým prostredníctvom metodického usmerňovania a koordinácie všetkých zložiek systému výchovného poradenstva a prevencie.

Súčasťou VÚDPaP je Detské centrum pre vzdelávanie a výskum, ktoré poskytuje komplexnú multidisciplinárnu starostlivosť deťom so špeciálnymi potrebami a ich rodinám, ako aj poradenské konzultácie školám a školským zariadeniam, ktoré s týmito deťmi pracujú. Centrum zabezpečuje multidisciplinárnu starostlivosť deťom a ich rodinám vrátane dennej výchovnej a vzdelávacej starostlivosti, tiež experimentálne overovanie foriem poldenného a celodenného inkluzívneho vzdelávania a výchovy, ako aj vzdelávacie aktivity pre študentov vysokých škôl.

Informačno-edičné stredisko VÚDPaP disponuje odbornou knižnicou. VÚDPaP vydáva odborný časopis *Psychológia a patopsychológia dieťaťa*, ktorý je jediným odborným psychologickým časopisom vychádzajúcim v slovenčine, ako aj metodicko – odborný časopis pre poradenskú prax a širšiu verejnosť vychádzajúci trikrát ročne – *Dieťa v centre odbornej pozornosti*. Príležitostne vydáva aj neperiodické odborné monografie a zborníky.

V spolupráci s renomovanými vydavateľstvami testov pripravuje ústav slovenské verzie psychodiagnostických nástrojov určených deťom a mládeži.

Odborné úseky VÚDPaP-u zabezpečujú pre študentov Filozofickej a Pedagogickej fakulty Univerzity Komenského a Filozofickej fakulty Trnavskej univerzity odborné praxe a stáže.

Ústav organizuje tiež vzdelávanie pedagogických a odborných zamestnancov v oblasti práce s deťmi. Zabezpečuje prípravu a realizáciu vzdelávacích aktivít pre rozvoj špecifických zručností ľudských zdrojov v systéme výchovného poradenstva a prevencie. Realizuje odborné konferencie, semináre, workshopy a diseminačné aktivity o aktuálnych otázkach psychológie a patopsychológie a otázkach súvisiacich s činnosťou ústavu.

VÚDPaP pri plnení svojich úloh spolupracuje s vecne príslušnými inštitúciami v rezorte školstva aj v iných rezortoch, s priamo riadenými organizáciami Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR, s vecne príbuznými inštitúciami v Slovenskej republike a v zahraničí, ako aj s akademickou sférou.

# DIEŤA

## V CENTRE ODBORNEJ POZORNOSTI

**Výskumný ústav detskej psychológie a patopsychológie (VÚDPaP)** je jediným pracoviskom v Slovenskej republike, ktoré sa zameriava na **komplexný výskum psychologických aspektov vývinu detí a mládeže** a na výskum podmienok, ktoré tento vývin ovplyvňujú. VÚDPaP zabezpečuje metodické usmerňovanie všetkých zložiek výchovného poradenstva a prevencie. Venuje sa aj publikačnej činnosti. Súčasťou **VÚDPaP je Detské centrum pre vzdelávanie a výskum**, poskytujúce komplexnú multidisciplinárnu starostlivosť deťom so špeciálnymi potrebami a ich rodinám.



Metodicko – odborný časopis vychádza trikrát ročne.  
ISSN 2644-5395

REDAKCIA ČASOPISU DIEŤA V CENTRE ODBORNEJ POZORNOSTI:

šéfredaktorka: **Mgr. Beáta Sedlačková**

