

Praktická příručka pro vedení workshopu na téma dezinformací: příklad DemoDes

Cílem tohoto textu je nabídnout rady a postřehy vycházející ze zkušenosti vedení workshopů v osmých a devátých třídách základních škol na podzim 2022. Workshop s názvem *Jak nenaletět na internetu* vznikl ve spolupráci studentů politologie na FF UJEP, lektorů Aktion-Zivilcourage e. V., ale také z brainstormingu se studenty TU Chemnitz na společných workshopech DemoDes v Ústí nad Labem.

Přínos pro výuku na ZŠ

Do doby vydání této publikace proběhlo pět workshopů v délce 45 minut na základních školách v Mostě a Chomutově. Problematika dezinformací zapadá do průřezového tématu Mediální výchovy dle Rámcového vzdělávacího plánu pro základní vzdělávání. Obsah workshopu přispívá k těmto kompetencím RVP ZV 2021: schopnosti analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními. Dále k vede k rozeznávání platnosti a významu argumentů ve veřejné komunikaci a umožňuje rozvíjet schopnost analytického přístupu k mediálním obsahům a kritického odstupu od nich. Workshopy se také dotýkají nově definované digitální kompetence ve vztahu k Výchově k občanství, kde přispívají ke schopnosti posuzovat vliv používání digitálních technologií na život jedince a na proměnu společnosti, a ke schopnosti přistupovat zodpovědně k budování a spravování digitální identity a digitální stopy.

Obsah a cíle workshopu

Obsah workshopu byl tvořen se snahou přinést žákům důležité informace o formách dezinformací a jejich nebezpečí, zároveň se ale zajímat a jejich vlastní zkušenosti, zapojit je do skupinové spolupráce a podnítit vlastní kreativitu. Ve zpětné vazbě žáci zmiňovali jako pozitivní právě skupinovou práci a úvodní seznamovací aktivitu. Někteří zmínili, že si odnášejí heslo „nevěřit všemu, co se píše na internetu“. V následující části nabízím tabulku aktivit, cílů a obsahu, který může posloužit zájemcům z řad studentů i pedagogů k inspiraci a tvorbě vlastní výukové hodiny nebo workshopu.

Čas (min)	Cíle	Obsah/Metody
2	Přitáhnout pozornosti	Představení workshopu a lektorů
5	Seznamovací aktivita, tzv. energiser. Přivedení	Žáci si mezi sebou hází míček a zodpovídají otázky, které moderuje lektor. Možné otázky:

	<p>pozornosti k tématu a projevení zájmu o žáky a jejich osobní zkušenost.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Co nejraději dělám na internetu? 2) Který Youtuber dokáže nejlépe naučit o dění ve světě? 3) Myslíte si, že jsou influenceři důvěryhodní? 4) Kolik času denně strávíte na sociálních sítích? 5) Jaká je teď nejlepší sociální síť? 6) Co je podle vás lepší? Tiktok nebo Instagram a proč? 7) Jakého influencera sledujete a proč? <p>Další rozehrívací aktivity můžete nalézt např. na Energizers and Ice Breaker Games SessionLab.</p>
5	<p>Uvědomění si skutečnosti, že vizuální forma článku neimplikuje spolehlivě pravdivost informace. Je třeba si hlídat znaky mediální manipulace.</p>	<p>Mediální kvíz:</p> <p>Na projektor/interaktivní tabuli postupně promítáme screenshoty dezinformačních článků, které mají více či méně věrohodnou formu. Např. články s titulky jako:</p> <p><i>Čeká češtinu revoluce? EU chce zrušit písmeno Ř! Prý kvůli zjednodušení...</i></p> <p><i>Ježíš byl ve skutečnosti Slovan, tvrdí uznávaný pravoslavný kněz</i></p> <p><i>WhatsApp bude zpoplatněn. Kdo bude za služby WhatsAppu platit?</i></p> <p>Žáci si screenshoty přečtou a přihlásí se, pokud článek považují za pravdivý. Jeden až dva žáci zdůvodní své rozhodnutí.</p> <p>Pokud si nejste sami jisti, který obsah zvolit jako příklad dezinformace, můžete se inspirovat vyvrácenými zprávami a hoaxy např. zde:</p> <p>https://www.hoax.cz/hoax/databaze/, https://manipulatori.cz/category/monitoring/, https://www.irozhlas.cz/zpravy-tag/overovna</p>
15	<p>Ukotvení zásadních informací, zdůvodnění naléhavosti problematiky dezinformací a jejich dopadu na naše životy</p>	<p>Teoretická část workshopu je uvedena metaforou o médiích jako velkém supermarketu s informacemi. Konzumace zavádějících nebo přímo lživých informací škodí jednotlivcům i společnosti jako celku. Je proto třeba vytvořit si „zdravý mediální jídelníček“.</p> <p>Lektor požádá žáky o rychlý brainstorming o pojmu dezinformace a následně nabídne jeho definici:</p> <p><i>„Šíření záměrně nepravdivých informací s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.“</i></p> <p>Lektor zmíní zásadní vliv sociálních sítí na rozšiřování dezinformací a požádá žáky o jejich chápání významů pojmů:</p>

		<p><i>Algoritmus</i> (Zobrazování obsahu na základě uživatelského chování. Cílem je maximální čas strávený online. „Platíme svými očima“)</p> <p><i>Sociální bubliny</i> (Potvrzování si svého názoru, vyhledávání lidí smýšlejících stejně. Minimální kontakt se skupinami z opačného politického spektra)</p> <p><i>Emoce</i> (Nenávistní komentáře, rozdmýchávání nenávisti vůči různým skupinám a menšinám. V závalu emocí se ztrácí fakta a možnost vlastního úsudku)</p> <p>Žákům jsou rozdány Informační letáky s vysvětlením důležitých pojmů a leták „<i>Red flags na internetu</i>“, kde jsou čtyři hlavní znaky dezinformací. Tyto body lze chápat také jako návod na jednoduchý factchecking.</p>
10+5	Spolupráce ve skupině, kreativní přístup k zadání. Prezentační schopnosti.	Skupiny v ideálním počtu cca pěti žáků vypracují zadání skupinové práce. Výsledky zapíší do online aplikace Padlet.com, která umožňuje umístění výsledků na virtuální zeď, kterou na konci workshopu promítneme a požádáme skupiny o prezentaci svých příspěvků. Lektoři asistují skupinám. Jako pomůcka jim poslouží také <i>Informační leták</i> a plakát <i>Red flags na internetu</i> . Více o obsahu zadání v dalších kapitolách.
3	Reflexe aktivit	Zpětná vazba: žáci se postaví a jsou požádáni o pozitivní a negativní zpětnou vazbu. Ti, kteří s hodnocením souhlasí, si mohou sednout. Proces se opakuje, dokud jsou hodnocení k dispozici.

Informační letáky

Během workshopu vyvstává potřeba nabídnout žákům jasný a jednoduchý návod na rozpoznání dezinformací (factchecking), a nabídnout možnost si individuálně prostudovat další termíny spojené s problematikou dezinformací. Proto jsme vytvořili dvě pomůcky, které si studenti mohou z workshopu odnést a mít je k dispozici i později. V následující části uvádím jednotlivé body Informačního letáku.

- **Misinformace:** Neúmyslné šířené nesprávné nebo zavádějící informace.
- **Hoax:** Záměrně vytvořený podvod vydávající se za pravdu. V širším významu může znamenat i falešnou zprávu, mystifikaci, poplašnou zprávu či žert. Budí paniku, strach a vyžaduje "řetězové" sdílení.
- **Click-bait:** Poutavý, až senzační titulek, jehož funkcí je zvýšit příjmy média z online reklamy. Titulek má upoutat pozornost bez ohledu na kvalitu a přesnost informace.
- **Fakta:** Fakt je poznaná a ověřená dílčí skutečnost. Fakta jsou nezávislá na pozorovateli. Nelze je zaměňovat s názorem, tedy interpretací. Nic jako „alternativní fakt“ proto neexistuje.
- **Hate speech:** Veřejné projevy, které šíří, podněcují, podporují nebo ospravedlňují nenávist proti skupině osob. Často doprovází dezinformace a mohou vyústit ve fyzický útok.
- **Algoritmus na sociálních sítích:** Způsob zobrazování obsahu založený na našem chování na internetu. Systém nám nabízí příspěvky, se kterými souzníme, a naopak. To může vést k izolaci do společenských bublin.
- **Konspirační teorie:** Vysvětlení události nebo situace, které předpokládá spiknutí určité skupiny lidí, i když existuje jiné, pravděpodobnější vysvětlení.

Součástí letáku jsou také další užitečné odkazy k prohloubení povědomí o problematice, ale i k pobavení a případné pomoci v případě duševních problémů:

- online hra Bad News (getbadnews.com) a deskovka Fakescape jsou hry, díky kterým pochopíte, jak fungují media.
- Kovyho mediální ring: pět šestiminutových videí k mediální gramotnosti. (Jsns.cz →lekce→mediální vzdělávání)
- Přehledy aktuálních trendů na dezinformační scéně a ověřování vyjádření politiků: demagog.cz, manipulatori.cz, hoax.cz, zvolsi.info, e-bezpeci.cz
- hodnocení důvěryhodnosti médií: nfnz.cz→rating medií
- podpora duševního zdraví: nevyypustdusi.cz, linkabezpeci.cz→pomoc

Red flags na internetu

Existuje více způsobů, jak odhalovat dezinformace. Z celospolečenského pohledu provádí intenzivní práci různé neziskové organizace, které monitorují mediální scénu a vytváří přehledy trendů na dezinformační scéně, odhalují a vyvracejí falešné zprávy (debunking), ale také preventivní osvětu (prebunking). Dále existují oficiální státní organizace, jako např. Centrum proti hybridním hrozbám Ministerstva vnitra. Pro potřebu workshopu se však hodí

zaměřit se na individuální přístup, především jednoduchý fact-checking přístupný žákům základních škol, jinými slovy postup systematického ověření pravdivosti mediálního sdělení. Leták *Red flags na internetu* obsahuje čtyři hlavní varovné signály s popisky ukazující na dezinformace nebo manipulativní techniky:

1. Nejasné zdroje nebo autoři

Jméno autora, název instituce nebo alespoň mediální redakce výrazně zvyšují důvěryhodnost sdělení. Pokud nemůžeme zdroj dohledat, něco není v pořádku

2. Názory vydávané za fakta

Žurnalistika pracuje s mnoha žánry. Pokud ale zdroj záměrně zaměňuje názory za fakta (ověřitelné skutečnosti), může jít o manipulaci. Komentář ≠ zpráva.

3. Emoce a hate speech

Vykřičníky, Capslock, obviňování různých skupin společenských skupin a apel na strach. Cítíme vztek a už se chystáme sdílet-stop! Důvěryhodné zdroje používají neutrální jazyk.

4. Manipulace s obrázky a videi

Nejčastěji jde o použití fotky v zavádějícím nebo emotivním kontextu. Složitější úpravy odhalíme vyhledáním v Google Images nebo jiných aplikacích na factchecking (Tineye.com)

Alternativně k tomuto jednoduchému vodítku je možné použít další druhy factcheckingu, například světově rozšířený CRAAP test, který je zaměřený na:

- Aktuálnost (Nejsou informace či zdroj náhodou zastaralé?)
- Spolehlivost (Jedná se o fakt, nebo názor? Jsou doloženy zdroje informace?)
- Autoritu (Kdo je autorem a vydavatelem informace a jaké jsou jejich motivace?)
- Záměr (O jaký mediální žánr se jedná? Předkládá argumenty objektivně, nebo subjektivně zatížené?).

Tento návod je náročnější v tom, že se hodně zaměřuje na kontext zkoumaných informací a motivace jejich vydavatelů. Tím se dotýká celého mediálního ekosystému a způsobu financování médií, což je podle mého názoru a zkušenosti s workshopy problematika náročnější na čas i pozornost, proto bych ji tedy doporučil spíše pro workshopy ve vyšších ročnících zaměřené na samotné fungování médií v současném online-světě.

Praktická část workshopu: skupinová práce

Skupinová práce je pro žáky zásadní příležitost osvojit si informace získané během teoretické části workshopu a také přemýšlet o pozadí dezinformací. Také jsme jako tvůrci chtěli zapojit do workshopu spíše aktivní a praktické výukové prvky na úkor frontální přednášky. Proto jsme se rozhodli zvolit zadání trojího druhu:

a. Tvorba vlastního článku

Zadání, kde nebudou žáci slepě replikovat factcheckingový návod, ale sami vytvoří dezinformační článek o svém městě a tím lépe pochopí, jak jednoduše se nepravdivé a zavádějící informace a články dají vytvořit. Cílem je pochopit, že i sdělené založené na pravdivých informacích může mít nepravdivé vyznění. Nakonec většina

dezinformací je z určité části založena na pravdivých faktech, která jsou ovšem dána do zavádějícího nebo vyloženě lživého kontextu. Tato zkušenost by v ideálním případě měla vést k obezřetnosti při konzumaci zpráv na internetu.

b. Debata

Zadání s cílem probudit debatu ve skupině a zamyslet se nad pozadím a motivacemi vzniku dezinformací. Mezi motivace tvůrců dezinformací může být finanční zisk, příjmy z reklamy, politické přesvědčení, snaha o pozornost, ale samozřejmě může jít o nevědomé šíření dezinformací z důvodu nedostatku znalosti mediálního prostředí, neodhadnutí kontextu atd. Dobrým příkladem je sdílení politické satiry s přesvědčením, že jde o seriózní sdělení.

c. Reflexe zkušenosti

Zadání s cílem sdílet a reflektovat vlastní zkušenost. S pomocí Informačního letáku mají žáci ve skupině sepsat a probrat, se kterými dezinformacemi, hoaxy atd. se setkali ve svém okolí. Může se stát, že žáci i tak zápasí s množstvím termínů, proto je dobré jim během práce nabídnou pomoc, např. nedávné reálné příklady hoaxů, fake-news apod.

Žáky nejvíce bavilo první zadání – tvorba článku, který má očividně zábavný potenciál tím, že je zacílen na město konání workshopu, tedy prostředí, které žáci dobře znají. Ostatní zadání jsou ale také důležitá a přínosná. Všechny úkoly mají společný QR kód odkazující na online aplikaci Padlet, ve které žáci na mobilním telefonu vytvoří příspěvek s výsledky své práce, které v závěrečné fázi workshopu lektori promítnou na projektor a žáci je představí ostatním. V případě debatních zadání také zareagují na možnou (a žádoucí) diskusi s žáky z ostatních skupin. V této chvíli je samozřejmě nutná role lektora jako moderátora diskuse a také jako asistenta, který pomáhá žákům s technickým zvládnutím zadání. Možnost žáků se později na své výsledky podívat a fakt, že tím workshop neskončil se zvukem školního zvonění, považujeme za důležitý přínos převažující nad občasnými problémy s technikou. Naopak, žáci používají mobilní telefon přirozeně tak, jak by ho použili k práci s informacemi v běžném životě. Přesné znění zadání naleznete na konci tohoto textu.

Zakončení workshopu a zpětná vazba

Na konci každého workshopu je vhodné žákům poděkovat za jejich práci, aktivní přístup a požádat je o pozitivní a negativní zpětnou vazbu. Ta dovolí lektorům zlepšit výkon v dalších workshopech, případně upřednostnit nějakou část obsahu nad jiným. Nakonec samotný proces zpětné vazby může být cennou zkušeností pro lektory, ale i samotné žáky.

Reflexe workshopu a možnosti tvorby dalšího obsahu

Dezinformace jsou ze své podstaty multidisciplinární jev na pomezí psychologie, politologie, mediálních studií a dalších oborů, proto je potenciál workshopů na toto téma opravdu široký, zároveň ale představuje náročnou výzvu, jak tak širokou problematiku pojmut. Workshop s názvem *Jak nenaletět na internetu* se vydal cestou otevření tématu mezi žáky, vysvětlení základních podob a charakteru dezinformací, a apelem na kreativní tvorbu, pochopení vzniku dezinformací z vlastní perspektivy a možnosti si pravdivost

informace ověřit. Jisté ale je, že dezinformace v průřezovém tématu mediální výchovy nabízí mnoho dalších, více úzce zaměřených námětů, které by si zasloužily zpracování:

- Funkce médií ve společnosti a změna jejich struktury s nástupem internetu. Jaký mají vliv mediální žánry na vyznění jedné totožné informace? Jak ovlivňují naše chování na internetu click-baity, placená inzerce a nekonečný feed-wall? Jaké výhody a nevýhody mají klasická media s kontrolou redakce oproti méně oficiálním nebo přímo dezinformačním kanálům?
- Role sociálních médií na konzumaci zpráv. Jaké jsou hranice duševní hygieny a negativní dopady dezinformací na naše zdraví, potažmo stav společnosti? V čem jsou pro nás sociální sítě přínosné, nebo jak je využít k vlastnímu i společenskému prospěchu?
- Dezinformace a politika. Jaké jsou druhy propagandy, co je PR a jak změnily dezinformace některé historické události? (zaměření na dějepis)
- Dezinformace z pohledu IT. Jakými nástroji můžeme účinně odhalit fake news? Jak funguje internetový vyhledávač, trollí farmy a šíření poplašných zpráv?
- Druhy manipulativních technik, argumentačních faulů a pravidla objektivní diskuse.
- Mnoho další inspirace můžeme najít např. na <https://www.faketicky.cz/category/medialni-vychova/> nebo <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/>

Autor textu: Bc. Jan Švestka

Zadání 1

Sepište dezinformační článek tak, aby ho sdílelo co nejvíce lidí!

Napište libovolný dezinformační článek o městě XY tak, abyste do něho zapojili tyto **manipulativní techniky**:

- **clickbaitový titulek**
- **vymyšlená fakta**
- **apel na emoce**
- **neexistující zdroj**

Článek má obsahovat:

- titulek
- perex: úvodních 3-5 vět s nejzajímavějšími informacemi
- zavádějící nebo zmanipulovaný obrázek/fotografii

Tipy a pomůcky:

- zapojte představitost a sepište zprávu o nedávné události ze svého okolí. (**zpráva** má informovat o tom, co se stalo, článek může i o budoucích událostech).
- chcete-li inspiraci, vyberte si některou z lokálních zpráv na *odkazu na lokální zpravodajský deník* a tu přepište tak, aby odpovídala zadaným požadavkům.
- Nerozumíte-li některým pojmům, pomůže vám Informační pomůcka a Red flags na internetu
- Zavolejte si nás o pomoc
- Hodně štěstí!

Příspěvek vyplňte prosím online do Padletu, pro odkaz naskenujte QR kód (doplnit).

Zadání 2

Vžijte se do práce dezinformátora. Zamyslete se, **jaké motivace** má člověk, který vytváří dezinformační obsah.

Proč se někomu vyplatí nepravdivé informace psát a šířit? Myšlenky prodiskutujte ve skupině a zapište je do online aplikace Padlet (naskenujte QR kód)



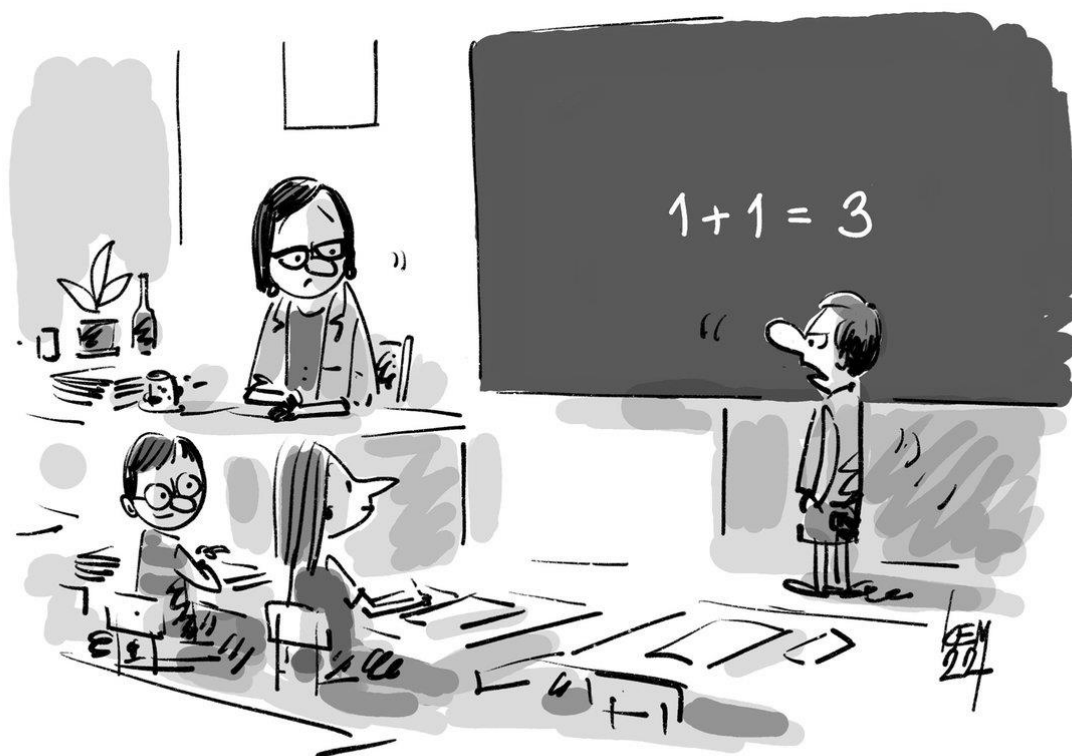
Pozor na únik pravdivé informace. Ta by mohla naši agenturu Fake news kompromitovat!

zdroj obrázku: Mirek kemel karikatury

Skupina 5

Zamyslete se nad svou **vlastní zkušeností s médii**. Stalo se vám někdy, že jste naletěli na falešnou zprávu, dezinformaci nebo hoax? Podělte se ve skupině o své zkušenosti. Možná vám pomůže slovníček pojmů na informačním letáku.

Příklady svých zkušeností prosím запиšte do Padletu (naskenujte QR kód).



Jak to, za pět? Vy mě trestáte za jiný názor?!

zdroj obrázku: Mirek kemel karikatury