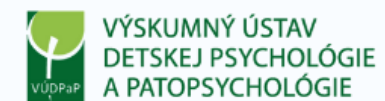


HoDeKoProM

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



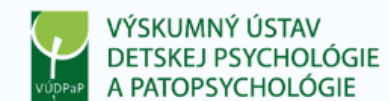
Projekt je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+ v spolupráci s NIVAM.

HoDeKoProM

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

Hlavné zistenia projektu

Mgr. Estera Kövérová, PhD.
Mgr. Zuzana Scott, PhD.



Projekt je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+ v spolupráci s NIVAM.

BODY PREZENTÁCIE

- O projekte - Prečo?
- Metodológia - Ako?
- Respondentstvo – S kým?
- Výsledky
- Diskusia

Prečo?

Zdôvodnenie projektu

- Medziodborový prístup – psychológia, antropológia, sociológia, mediálne štúdia
- Spolupráca ČR – SR inštitúcií
- Prepojenie kvalitatívneho a kvantitatívneho výskumu – prehĺbenie poznatkov o **pohľade mladých ľudí na dezinformácie**
- **Pohľad učiteľov** na stav a potreby pri výuke mediálnej gramotnosti

Ako?

Použité metódy – kvalitatívna časť

- Focus groups – fókusové/ohniskové skupiny s mladými ľuďmi (SR+ČR)
 - Porozumenie pojmom
 - Prostredie/kontext
 - Úroveň mediálnej gramotnosti
 - Emócie
 - Dopad na spoločnosť
 - Typický dezinformátor
 - Návrh riešenia

„Ako sa k informáciám dostávate? Odkiaľ informácie beriete?“

„Podľa čoho si vyberáte zdroj, odkiaľ si informáciu prečítate alebo pozriete?“

*„Čo sú tie konkrétne veci, ktoré vám rozsvietia kontrolky v hlave, že niečo možno nie je v poriadku?“
„Keď sa nad tým všetkým zamyslíte, čo podľa vás robí dezinformácie, hoaxy, fake news lákavými? Čo je pre vás zaujímavé alebo čo vás dokáže upútať?“*

„Ak na niečo, čo by ste označili ako dezinformáciu, narazíte, ako sa pri tom cítite? Vyvolá to vo vás nejaké emócie?“

„Hovoríte o veciach, o ktorých sa dozviete online nejako ďalej?“ „S kým o týchto veciach hovoríte? Môže to byť viac ľudí alebo napríklad aj nikto. Ako to máte?“

„Myslíte si, že tieto fenomény (veci) majú nejaký vplyv na ľudí alebo spoločnosť? A ak áno tak aký?“

S kým?

Vzorka - adolescenti

- Študenti 1./2. ročníku stredných škôl
- November-December 2023

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

Ako?

Použité metódy – kvantitatívna časť

- **Škála kontaktu s témami HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšík & Belovičová, 2024)
 - Ako často ste sa za posledný mesiac stretli s dezinformáciami ohľadne nasledujúcich tém (5): *Politické dianie* (napr. Medzištátne vojnové konflikty), *Ľudské práva* (napr. LGBTI+, Rodová diskriminácia), *Zdravie* (napr. Covid-19), *Životné prostredie* (napr. Klimatické zmeny) a *Financie* (napr. Kryptomena)
 - od 1 (Nikdy) do 5 (Veľmi často), Cronbachovo $\alpha = 0,89$
- **Škála viery v konkrétne HoDeKoPro** (Zsírosová, Tomšík & Belovičová, 2024)
 - Ako pravdivé alebo nepravdivé je podľa vás nasledujúce tvrdenie: napr. „*LGBTI propagácia sa snaží zničiť tradície a rodinu*“, „*Cieľom očkovania je čipovať obyvateľstvo*“, „*Verejnosti sa zatajujú dôkazy o kontakte s mimozemšťanmi*“
 - Od 1 (Určite nepravdivé) do 4 (Určite pravdivé), Cronbachovo $\alpha = 0,77$

Ako?

Použité metódy – kvantitatívna časť

- **Získavanie informácií**

- Ako často využívate nasledujúce platformy za účelom získavania informácií? " Televízia, Rádio, Tlač, Spravodajské portály, Profily na sociálnych sieťach, Podcasty, Youtube.
- od 1 (Nikdy) do 5 (Veľmi často)

- **Škála prevalencie kontextu / prostredia HoDeKoPro**

- Ako často ste sa za posledný mesiac stretli z dezinformáciou v nasledujúcich prostrediach: sociálne siete, webové stránky, emaily a reťazové správy, messaging, televízia, osobné stretnutie
- od 1 (Nikdy) do 5 (Veľmi často)

- **Emócie**

- Keď sa stretnem z dezinformáciou, cítim: napr. Hnev, smútok ,strach, znechutenie, úzkosť, radosť (15 položiek)
- od 1 (Nikdy) do 5 (Veľmi často)

S kým?

Vzorka – kvantitatívna časť

- Do výskumu bolo zaradených **N = 2075 respondentov/-iek**

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

Výsledky

Mladí ľudia

“Dezinformácia je pravdivá informácia, ku ktorej dá niekto nejakú inú informáciu, ktorú si vymyslel, aby ľudí vystrašil“ (žena, NPDM, SK).

FORMY DEZINFO – dianie vo svete vs. viac konkrétne formy dezinformácií (zavádzajúca reklama, **ohováranie**, reťazová správa, falošná výhra)

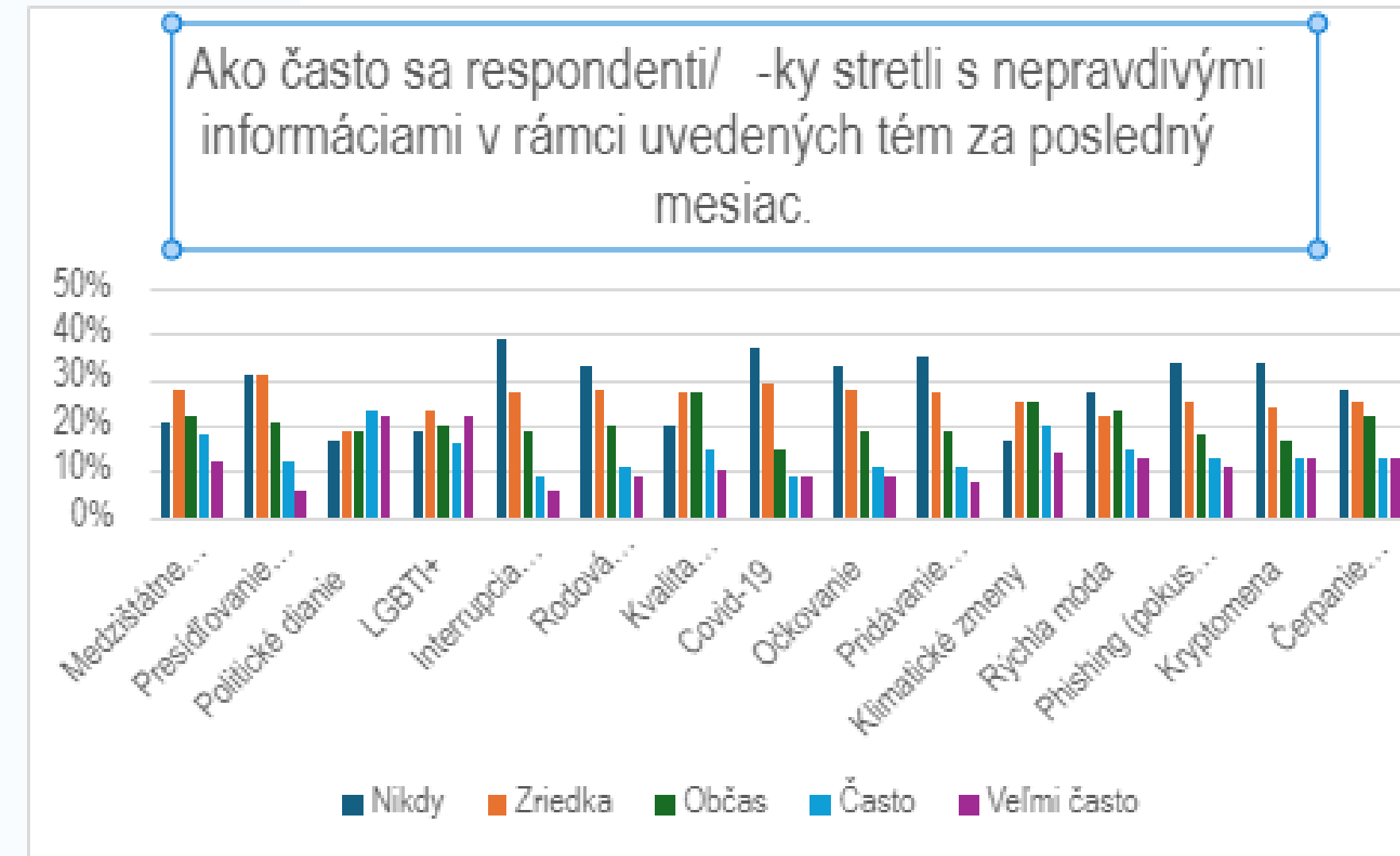


Výsledky

Obsah a rozsah pojmov

- Témy dezinfo vo fókusových skupinách: politické dianie vs. záujmy (počítačové hry, šport....)
- Témy dezinfo v online mapovaní: politické dianie, LGBT+

ZÁUJMY: nachádzali si informácie, overovali a teda narazili aj na najväčšie množstvo dezinformácií v oblastiach svojich záujmov, ostatné informácie okolo nich prechádzajú a oni nemajú možnosť vyhodnotiť, či to boli informácie alebo dezinformácie



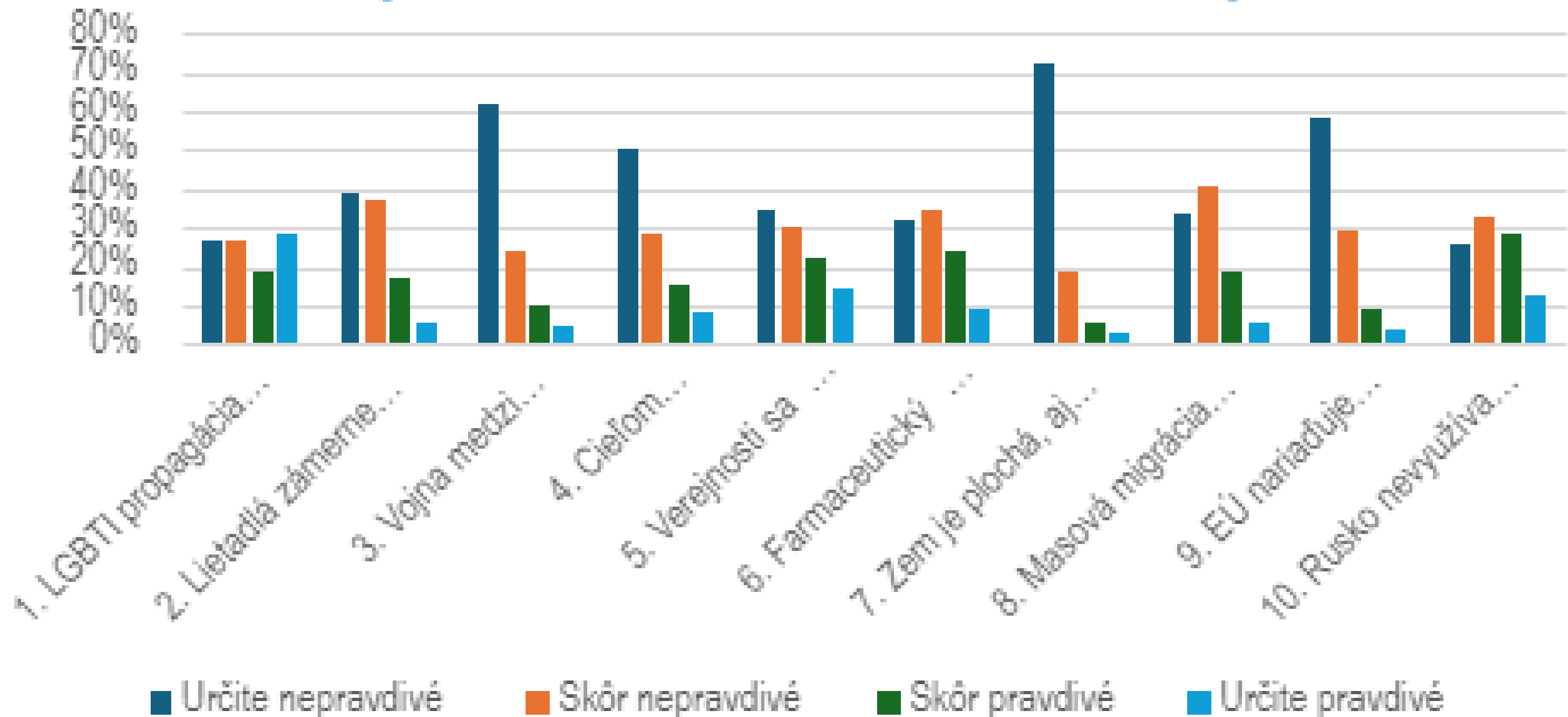
Výsledky

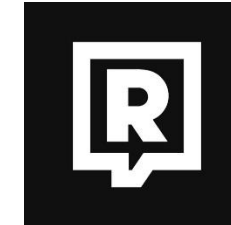
Viera v dezinformácie kvantitatívne dáta



1. LGBTI propagácia sa snaží zničiť tradície a rodinu.
2. Lietadlá zámerne vypúšťajú chemické látky, ktoré majú poškodiť ľudské zdravie (tzv. chemtrails).
3. Vojna medzi Ruskom a Ukrajinou nie je skutočná, je to výmysel USA.
4. Cieľom očkovania je čipovať obyvateľstvo.
5. Verejnosti sa zatajujú dôkazy o kontakte s mimozemšťanmi.
6. Farmaceutický priemysel a medicínsky priemysel spolupracujú pri „vynájdení“ nových chorôb, aby zarobili peniaze.
7. Zem je plochá, aj svetové organizácie UN, WHO, ICAO a WMO majú v logu plochú Zem ^c
8. Masová migrácia ľudí má za cieľ zmeniť etnické zloženie krajín alebo oslabiť ich hospodárstvo a kultúru.
9. EÚ nariaďuje konzumáciu hmyzu.
10. Rusko nevyužíva športovcov ako prostriedok na šírenie svojich politických myšlienok.

Viera v nasledovné tvrdenia ako pravdivé/nepravdivé

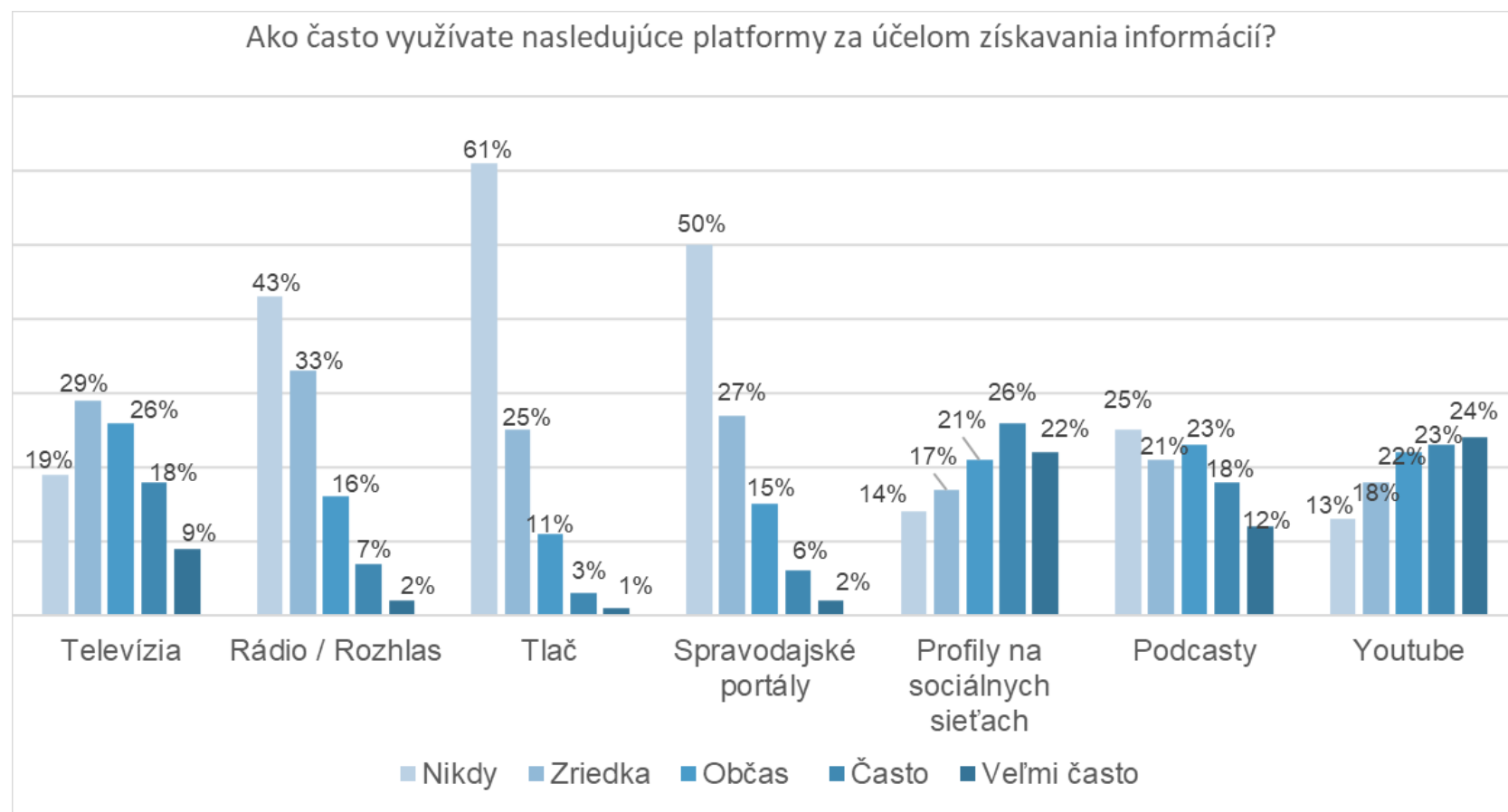




Výsledky



Dôvera a pochybnosti

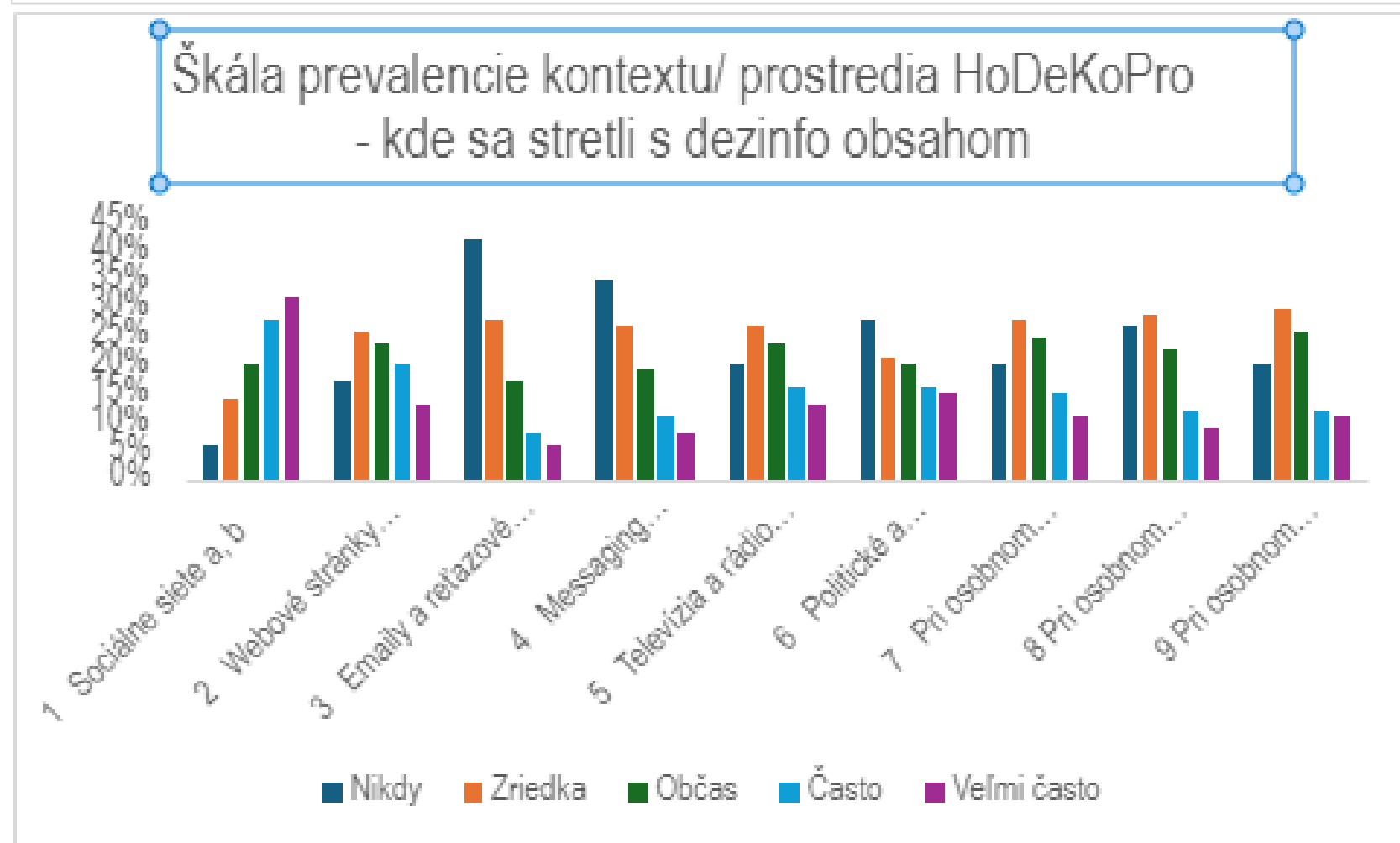


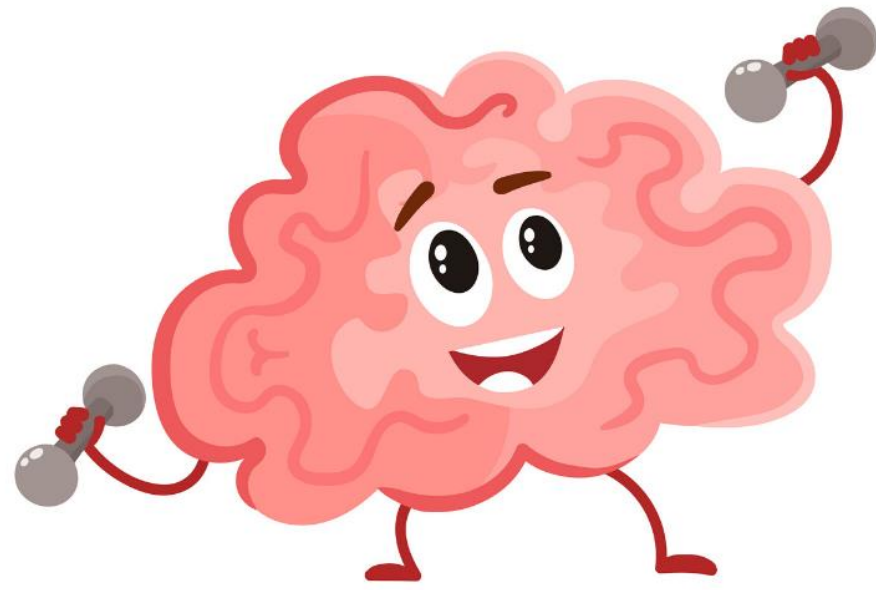
- ZDROJE: IG, Tik-Tok, YouTube, Google, Refresher, Wikipédia ambivalentný postoj

„Třeba něco do školy, to bych se asi podíval na Wikipedii, i když je to hodně jenom stránka, která říká, že není jako ověřený, ale po chvíli se ty informace ověří, ale tam je asi jako třeba něco opravdu na písemku. když nerozumím nějakému slovu, tak se podívám na Wikipedii nebo tak (žena, gymnázium, ČR) .

„Ja keď vyhl'adavam informácie, tak nie na wikipédii, ale také ktoré sú lepšie“ (žena, SOŠ s maturitou, S

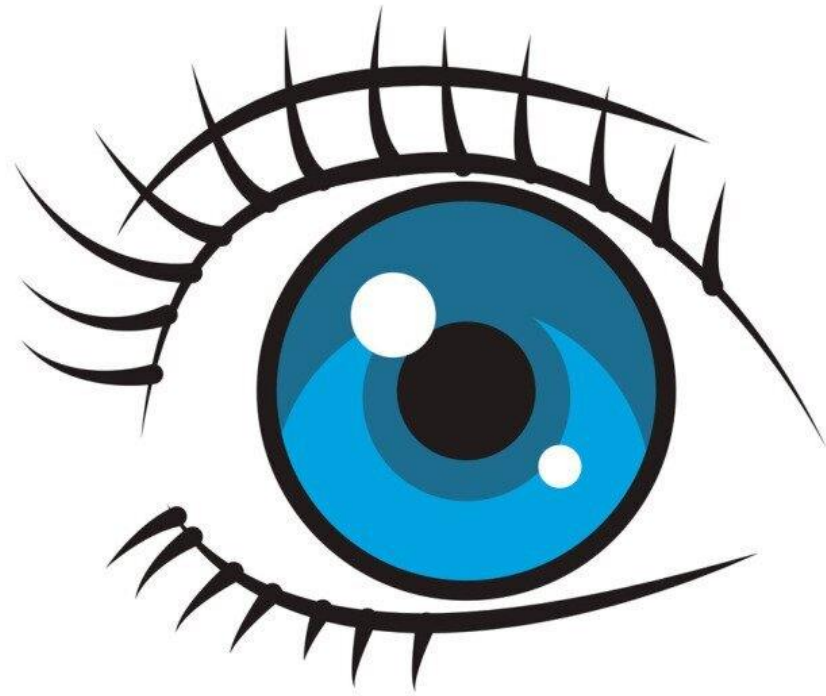
- DÔVERYHODNÉ ZDROJE: blízke osoby, populárne osobnosti





OVEROVANIE V ODBORNÝCH ČASOPISOCH

INTUITÍVNE
STRATÉGIE



myloviewr

Výsledky

Dôvera a pochybnosti: Osamelosť

- PROCES POSUDZOVANIA A OVEROVANIA INFO:

„Potom využívam vlastný mozog. Sa pozriem, že keď napr. budú zombíci, tak logicky viem, že nie. Alebo si viem o tom vyhľadať niečo“ (žena, NPDM, SK).

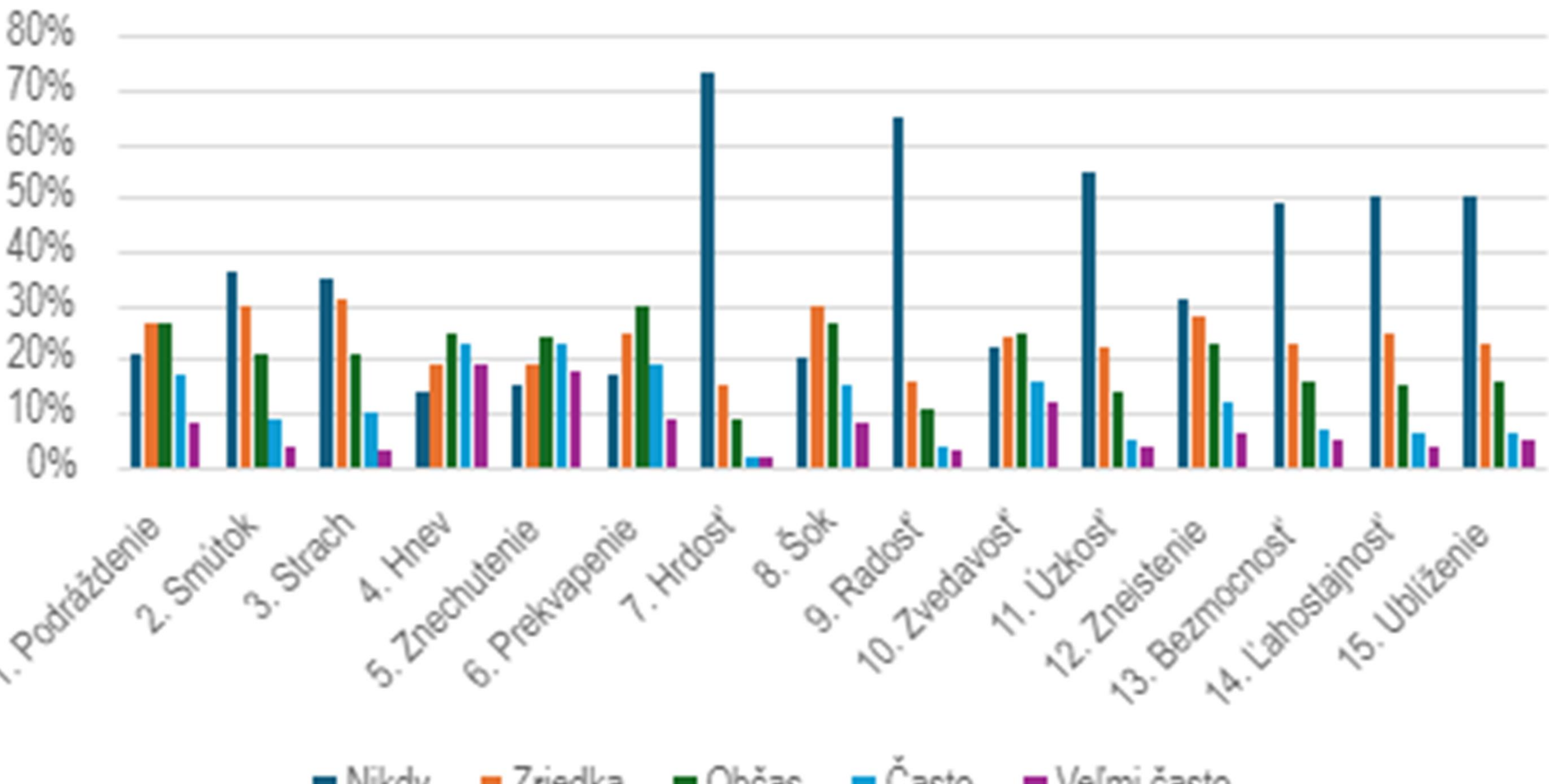
„Kontrolky sa mi rozsvietia, keď už niečo viem, a vidím opak... ale poviem si, že ááá, že robím to podľa seba, že to blbosť.“ (muž, SOŠ bez maturity, SK)

„Pozriem sa na Wikipédii a pozriem si aj inú stránku, a porovnam to, že či to sedí a keď to je na viacerých stránkach, tak to tak napíšem, lebo viem, že je to overené“ (žena, SOŠ s maturitou, SK).

„No, já si myslím, že to je hodně o jako vlastním jako úsudku. Že prostě nejde říct, jaká informace je třeba úplně pravdivá a jaká ne, protože každé to vidí jako trochu jinak (žena, Gymnázium, ČR) .

...potom, jak moc potřebuju aktuální informace, protože je pravda, že v těch knihách, spousta těch informací není aktualizovaných...(muž, SOŠ s maturitou, ČR)

Emócie spojené s dezinfo



Limity a metodologické problémy skúmania vnímania dezinformácií mladými ľuďmi

- dezinformácia definovaná ako čiastočne pravdivá – „niečo na tom môže byť pravdy“ poukazuje na neschopnosť posúdiť pravdivosť informácií, štúdia Tandoca (2021, = 2000) uvádza, že 45,6% opýtaných nevie do akej miery je vystavená nepravdivým informáciám. Je potom možné týmto spôsobom dezinformácie skúmať?
- CZ uvádzali príklady týkajúce sa politiky a diania vo svete ale SK mladí minimálne – bolo zložité overiť, čo pod dezinfomáciami myslia v jednej skupine sa dokonca zhodli, že sa nikdy s dezinfomáciami nestretli
- SK skupiny nevyhnutnosť zavádzania konkrétnych dezinfo tém (COVID, vojna na Ukrajine...) facilitátorom

Ako?

Použité metódy – kvalitatívna časť

- Focus groups – fókusové/ohniskové skupiny s dospelou populáciou(SR+ČR)
 - Prácas MG – začiatok, kolegovia
 - Prostredie/kontext
 - Vlastná mediálna gramotnosť
 - Pohľad na adolescentov
 - Výzvy a prekážky
 - Zdroje a podpora

*Co bylo impulzem k tomu, že se o dezinformace zajímáte/ že učíte mediální výchovu?
Spolupracujete spolu s kolegy na přípravě výuky?*

*Jak se vy sami dostáváte k informacím? Odkud čerpáte informace?
- Setkáváte se vy sami z něčím, co byste označili za dezinformaci nebo hoax?*

Otevírají studenti/ vaši klienti sami toto téma? Chodí za vámi s dotazy? Přelévá se téma dezinformací do výuky?

*Jaké zdroje máte k dispozici k přípravě výuky?
- Odkud tyto zdroje čerpáte? Účastnili jste se nějakého školení/semináře? Proč ano/ne?
- Jak se v těch zdrojích orientujete? Podle čeho si vybíráte?*

*Co vám přijde důležité studentům předat?
Které strategie vám fungují líp a které hůř?*

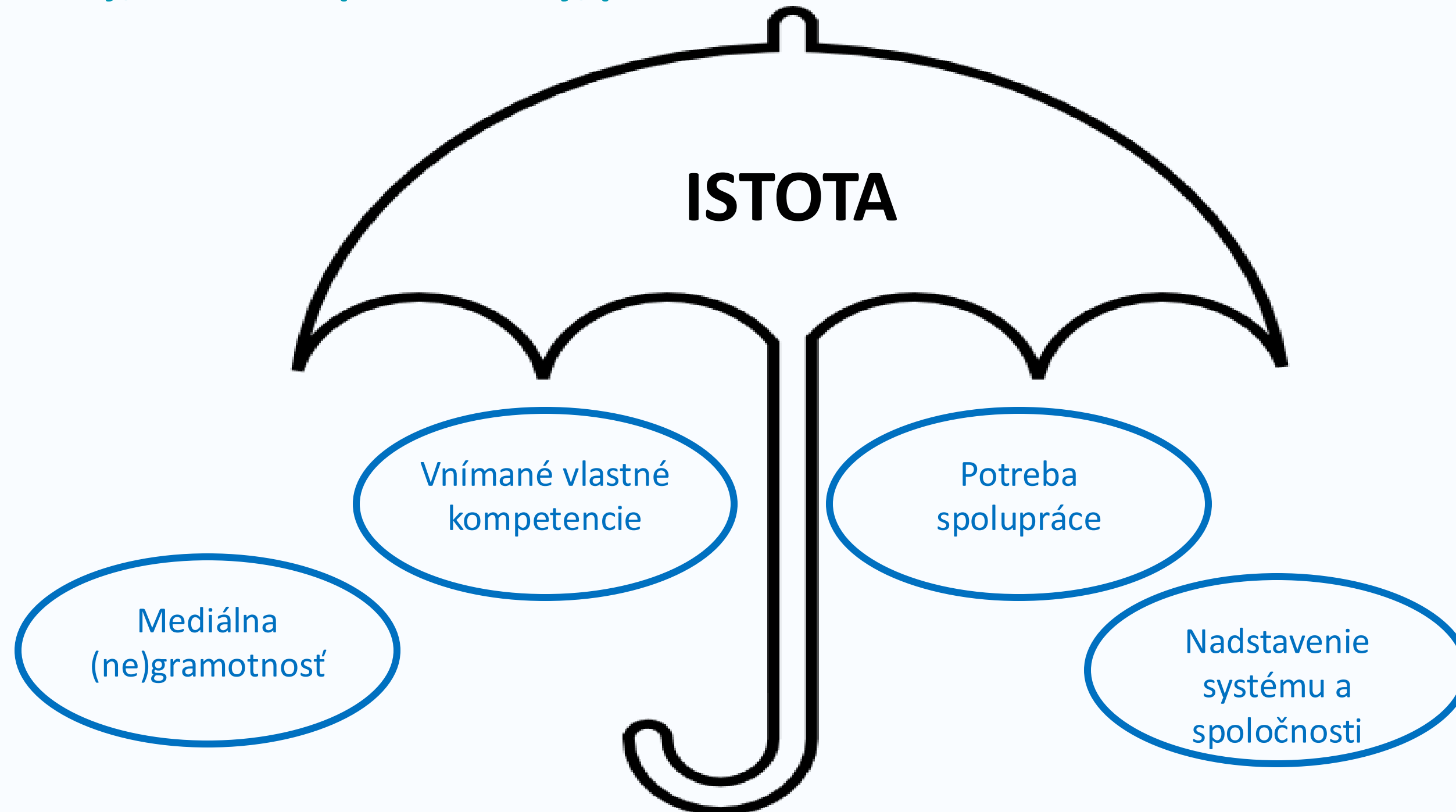
S kým?

Vzorka – dospelá populácia

- Učitelia
- $N_{SR} = 5$, z toho 2 ženy, $N_{ČR} = 7$, z toho 6 žien
- Pracovníci s mládežou z neškolských zariadení, pracovníci organizácií venujúcich sa mediálnemu vzdelávaniu
- $N_{SR} = 6$, z toho 5 žien, $N_{ČR} = 7$, z toho 6 žien

Výsledky

Učiteľky/učítelia a pracovníčky/pracovníci s mládežou



Výsledky

Když někomu řeknete ,Uč jako mediální výchovu,‘ tak to je úplně stejný, jak když mi někdo řekne, ,zítra budeš učit fyziku““ (R8, ČR, muž, učitel)

Vnímané vlastní kompetence

- **Schopnost důverovat svým znalostiam a skúsenostiam je rozhodujúca pre sebavedomú prácu s témami**
- **Potreba - kvalifikovaného vzdelávania**

„...čo by sme potrebovali ako tú podporu je práve možno aj nejaké certifikované vzdelávanie, ktoré by nám dalo, povedzme, ten štempel, že sme kvalifikovaní pracovať s týmito témami“ (R17,SR, žena, učiteľ)

- **Prepojenosť s dostupnosťou vzdelávania - zručnosti, motivácia dovzdelávať sa**

„...skvelé školenie, dvojdňové, ktoré som absolvovala, mi toho dalo fakt veľa a odvtedy som taká namotivovaná si to vyhľadávať“ (R25, SR, žena, učiteľ)

- **Práca s dostupnými zdrojmi**

„Mám pocit, že bych potřebovala – něco vím – ale měla bych ráda nějaký materiál, kde bych to měla všechno velmi jasně a stručně sepsaný“ (R2, ČR, žena, učitel)

Výsledky

Mediální (ne)gramotnost

- Reflexia vlastných medzier
- Citlivé téma - rozdelenie kolektívu, diskusia o úrovni MG kolegov/ýň
- Učitelia/lky ako vzor pre študentov/tky x **Vnímané vlastné limity**
- "Nevím"

„...tiež som sa neraz stretol v praxi s tým, že škola aj samotní učitelia ako šíri rôzne ako pochybné informácie a správy, minimálne mali rôzne pochybné postoje“

„...obecne jako ty učitelé nemají jako vyšší nějakou mediální gramotnost, než mají ty ostatní. Neví moc, jak fungují média, ne, nevyznají se v tom mediálním průmyslu.....což je další problém v té vzdělávací oblasti, že spousta učitelů se bojí zeptat na to, že něco neví, že, že si s tím nedokáže jako nějak poradit, což je tak jako velká bariéra rozvoje něčeho, co my víme, že všeobecně ti učitelé neumí.“ (R8, muž, učitel)

Výsledky

Potreba spolupráce a koordinácie

- **Potreba: mať sa na koho obrátiť a s kým spolupracovať**
- **Chýba tímová práca a podpora, pocit izolovanosti**

„...[učitelia; pozn. ed.] sú práve takí sami vojaci v poli, že sú tak nejako na okraji...“ (R22, SR, muž, učiteľ).

„Jinak to celkom druzí vôbec neřeší, pretože prostě na to nemají čas a tak dál a tak dále“ (R13, ČR, žena, učitel).

- **Spolupráca dôležitá profesne ale aj osobne**
- **Vyjadrenie väčšej potreby koordinácie naprieč inštitúciami a dostupnými zdrojmi**

“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, který 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 dalo i v té organizaci důležitost, nebo aby se ta informace vůbec jenom jakoby dostala tam, kam, kam jakoby má.” (R7, ČR, žena, pracovníčka organizácie)

“...jednotlivcov je veľa, len teda niekedy aj duplicitne robíme niečo, v inom regióne to zase chýba, takže je to trošku komplikované (...) je dôležité v týchto témach byť aj konzistentný. Naozaj, keď príde do školy niekto iný, kto bude hovoriť o tej téme, tak aby dostávali jednotné informácie, tí mladí ľudia.” (R22, SR, žena, učiteľka)

Výsledky

Nadstavenie systému a spoločnosti

„A, ehm, když přemýšlím o tom, jak pracujeme tady s tímhle tématem, tak myslím, že spíš tak jako okrajově“ (R2, ČR, muž, pracovník s mládežou)

- **Najmenej individuálny pohľad, najťažšie ovplyvniteľný**
- **Okolnosti výučby do značnej miery závisia na systémovom nastavení**
- **Na výuku MG sa v spoločnosti kladie nedostatočný dôraz**

„Mně by se jako hrozně líbilo, kdybysme si jako řekli, že to je priorita, problém“ (R1, ČR, muž, pracovník s mládežou).

- **Kritika absencie organizačných aspektov v rámci výučby MG a zdôraznenie potreby systematického a organizovaného prístupu**

„...ja čo mám skúsenosť zo škôl, tak veľmi málo sa touto otázkou zaoberajú“ (R23, SR, žena, učiteľka)

„...já jsem nezaznamenala z vedení charity nějakou snahu něco v tomto podnikat.“ (R4, ČR, žena, pracovníčka s mládežou).

Závery a diskusia

Adolescenti

- Mladí ľudia boli ohľadne dezinformačných kontextov značne rozpačití, viacero indícií z fókusových skupín ale aj z online mapovanie naznačuje, že je pre nich zložité odlíšiť dezinformáciu od pravdivej informácie, v niektorých SK skupinách uvažovali skôr o rukolapnejších formách dezinformačných kontextov (podvodná reklama, falošná výhra....), v online mapovaní sa zas ukázala slabá dôvera v demokratické inštitúcie a podpora tendenčných tvrdení
- Je pre nich dôležitý kontext – záujem o tému – motivácia informáciu preverovať
- Správanie online je často „bezcieľným skrolovaním“ (Tandoc 2021, hovorí, že konzumácia správ je na sociálnych sieťach väčšinovo náhodná)

ZÁVER: Učiť mladých uvažovať v kontexte správy – nie aby vedeli čo je pravdivé a čo nie, ale prečo to niekto takto hovorí - účel

Závery a diskusia

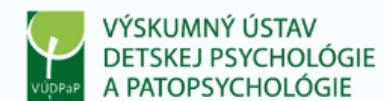
Učiteľky/učitelia a pracovníčky/pracovníci s mládežou

- Potreby:
 - podpora,
 - jasnejšie inštrukcie a definované očakávania,
 - spolupráca v rámci a naprieč inštitúciami



Väčší pocit istoty pri výuke MG

ĎAKUJEME ZA POZORNOST'



Projekt je podporený Európskou komisiou a financovaný vďaka Erasmus+ v spolupráci s NIVAM.