



Informace, dezinformace a informační etika III

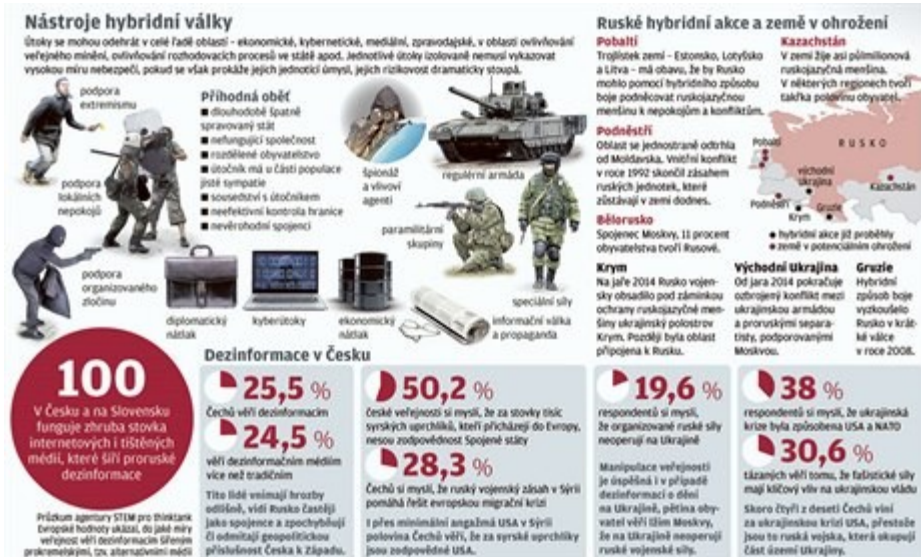
Moravská zemská knihovna, 6. 11. 2018

PhDr. Jiří Stodola, PhD.



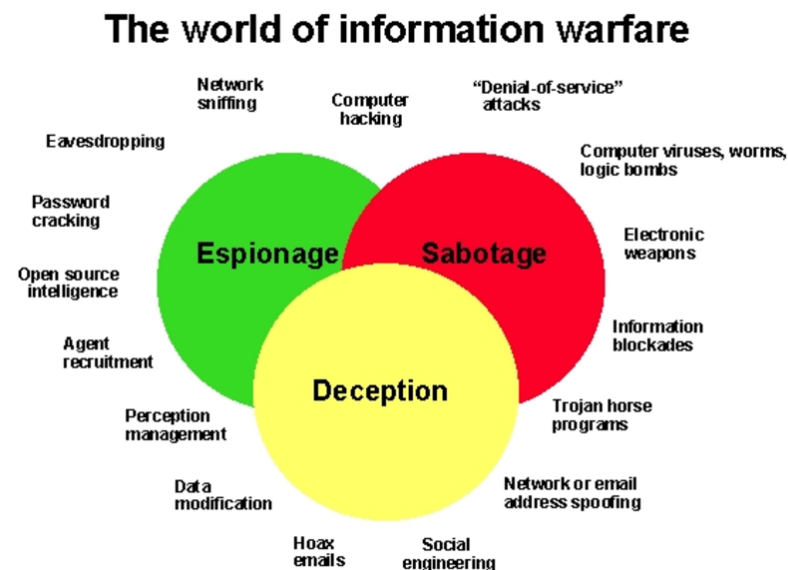
Hybridní válka

- **Vojenské a nevojenské prostředky**
- **Cíl – přinutit protivníka, aby udělal kroky, které by jinak sám neudělal**
- **Alespoň jednou stranou konfliktu je stát**
- **Nevojenské prostředky: psychologické operace a propaganda, ekonomické sankce, embarga, kriminální aktivity, terorismus, subverze**
- **Vedena na zapřenou**
- **Cílem – politické struktury, orgány státní správy a samosprávy, ekonomika, morálka obyvatelstva, ozbrojené síly**
- **Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám**



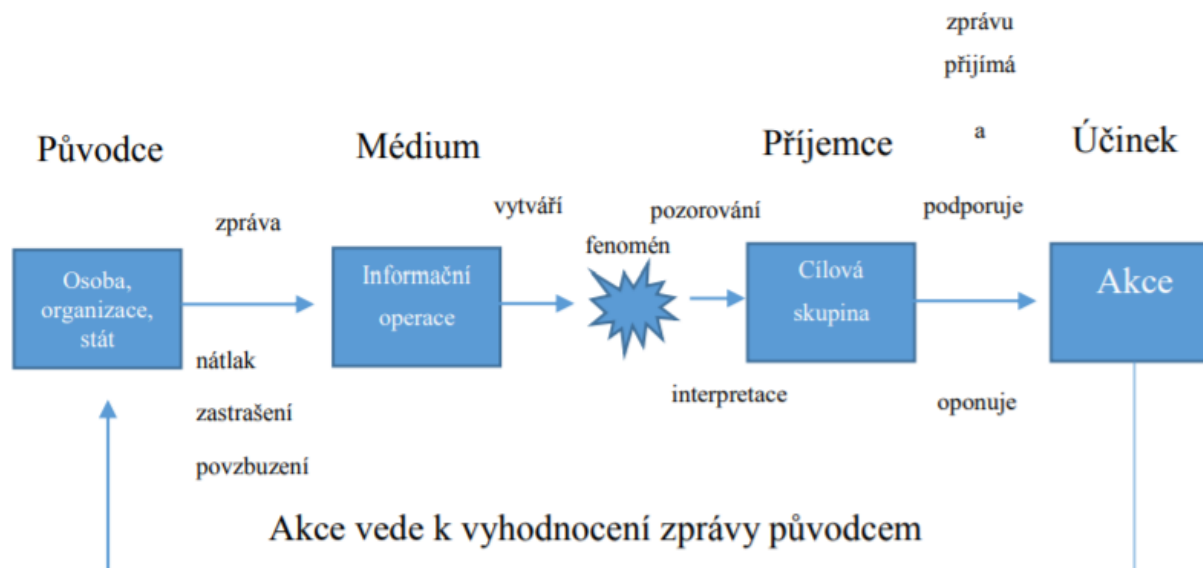
Informační válka

- Pojem v 70. letech minulého století – vojenský fenomén
- Operace vedené pomocí informačních prostředků
- Formy – válka kontroly a vedení, zpravodajská válka, elektronická válka, psychologická válka, válka hackerů, ekonomická válka a kybernetická válka
- Kriminální prostředky – sabotáž – snaha poškodit informační infrastrukturu, špionáž – snaha zjistit tajné informace, subverze – snaha podkopat demokratický režim (ideologická subverze má za cíl získat podporu mas)



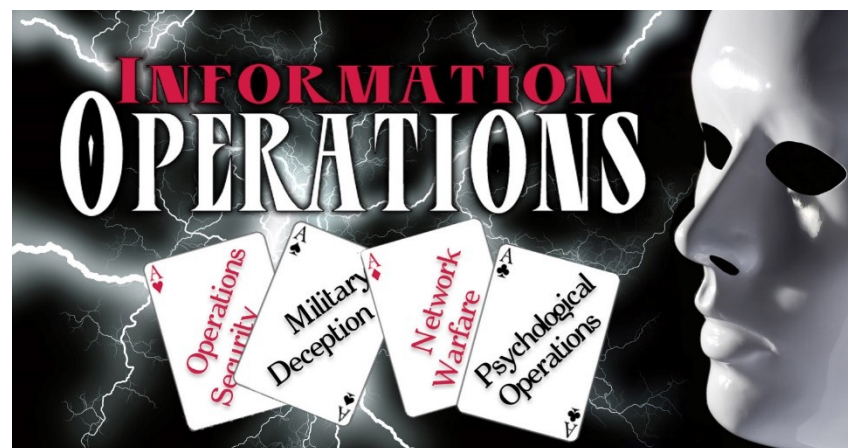
Psychologické operace

- Snaha vyvolat psychologické reakce – strach, stesk po domově
- Tento model má pět základních fází:
 - 1) Původce vytvoří zprávu za účelem ovlivnění příjemce. Existují základní tři typy zpráv: nátlakové, zstrašující či povzbuzující.
 - 2) Původce zprávu předá prostřednictvím informační operace.
 - 3) Příjemce zprávy pozoruje fenomén, který vysláním zprávy vznikl a interpretuje jej.
 - 4) Interpretací fenoménu je příjemce ovlivněn v rozhodovacím procesu a zpráva u příjemce vyvolává akci v souladu či nesouladu s původním záměrem původce.
 - 5) Na základě pozorování reakce příjemce původce vyhodnocuje účinek zprávy a bere jej v potaz při plánování dalších informačních operací.



Informační operace

- Vlivové operace politického rázu
- Vlády států i nevládní organizace
- Dosažení cílů pomocí manipulace veřejného mínění
- Nástroje: dezinformace, fake news, falešné zesilovače, internetoví trollové



Internetoví trollové

- ❑ Trolling – obecně snaha o narušení diskuze vedené prostřednictvím počítačů
- ❑ Je různě motivován, v informační válce působí trollové motivovaní ideologicky
- ❑ Trollí farmy – A. Garmazhapova
- ❑ Boti – programy šířící dezinformace
- ❑ Druhy ideologických trollů – konspirační – šíří konspirační teorie, bikini – infiltrují skupinu, kde šíří dezinformace, agresivní – vyvolávají hádky, Wikipedia – pozměňují články na Wikipedii, linkovací – vkládají odkazy



Falešné zesilovače

- ❑ Falešné identity trollů infiltrují skupinu reálných uživatelů
- ❑ Tito uživatelé poskytují důvěryhodnost trollům vzhledem ke svým přátelům
- ❑ Bikini trollové skrývají se za fotografiemi mladých žen



Faktory přispívající k šíření dezinformací

- **Konfirmační zkreslení** – máme tendence naslouchat těm názorům, které utvrzují náš pohled na danou problematiku a naše předem utvořené názory.
- **Stádový efekt** – pravděpodobnost, že přijmeme za svou určitou myšlenku, roste s tím, kolik lidí ji už přijalo.
- **Klam přeživších** – při rozhodování se soustředíme na přeživší vzorky a mylně vyhodnotíme situaci. Např. myslíme si, že podnikání je jednoduché, protože nevidíme to kvantum lidí, kteří při podnikání neuspěli.
- **Stereotypizace** – předpoklad, že lidé mají nějaké vlastnosti, aniž bychom o nich měli dostatek informací. Toto zkreslení vede k tomu, že lidi škatulkujeme do různých skupin, aniž bychom je znali.
- **Kotvení** – lidé příliš spoléhají na první informaci, kterou slyší.
- **Heuristika dostupnosti** – lidé nedávají velkou váhu důležitým informacím, které jim jsou dostupné. Např. někdo tvrdí, že kouření je neškodné, protože zná člověka, který kouřil celý život a dožil se sta let.
- **Konzervativní zkreslení** – lidé dávají přednost původním důkazům před novými důkazy a informacemi.
- **Efekt podpory zvoleného** – když přijmeme nějaké rozhodnutí, máme tendenci jej obhajovat, i když naše volba nebyla správná.

Média

□ Mainstreamová

- rozsiahle a zamerané na veľké, homogénne publikum
- štátom vlastnené organizácie alebo komerčné spoločnosti
- vertikálne alebo hierarchicky štruktúrované organizácie zamestnávajúce profesionálov
- nositelia dominantných diskurzov a reprezentácií

□ Alternatívni

- sú v malom meradle a orientované na špecifické komunity, prípadne znevýhodnené skupiny, rešpektujúce ich rozmanitosť
- nezávislé od štátu a trhu
- horizontálne alebo nehierarchicky štruktúrované, umožňujúce participáciu publika v rámci demokratizácie a rozmanitosti
- nositelia nedominantných (možno kontra-hegemónnych) diskurzov a reprezentácií, vyzdvihujúci dôležitosť sebareprezentácie

Maistreamová vs. alternatívni média

		Kapitalistické masové médiá	Ideálne alternatívne médiá	
Mediálna štruktúra	Ekonomická forma mediálnych produktov	Mediálny produkt ako komodita	Nekomerčný mediálny produkt	
	Obsah a forma mediálnych produktov	<i>Ideologický obsah a štandardizovaná forma</i>	KRITICKÝ OBSAH A/ALEBO KOMPLEXNÁ FORMA	
Mediálni aktéri	Konzumenti	Veľa konzumentov	Kritickí konzumenti	Kritickí prozumenti
	Producenti	Málo producentov	KRITICKÍ PRODUCENTI	

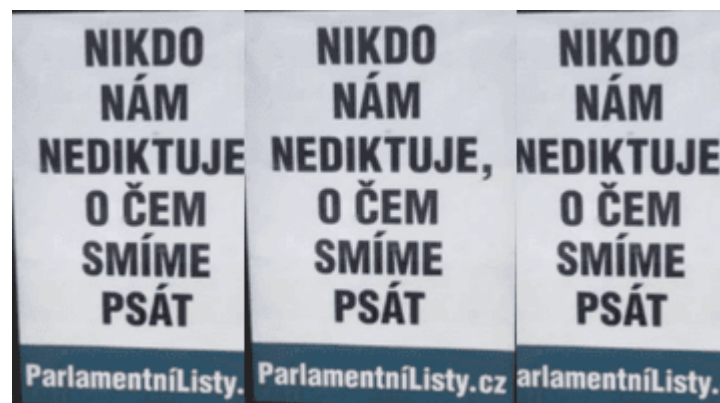
Táto veličina je nie je nevyhnutne kvalitou alternatívneho média

Táto veličina je potenciálnou, ale nie nevyhnutnou kvalitou alternatívneho média

TÁTO VELIČINA JE NEVYHNUTNOU KVALITOU ALTERNATÍVNEHO MÉDIA

Alternativní média

- Slouží komunitě
- Jsou alternativou k mainstreamovým médiím
- Podporují občanskou společnost
- Jsou rizomatické



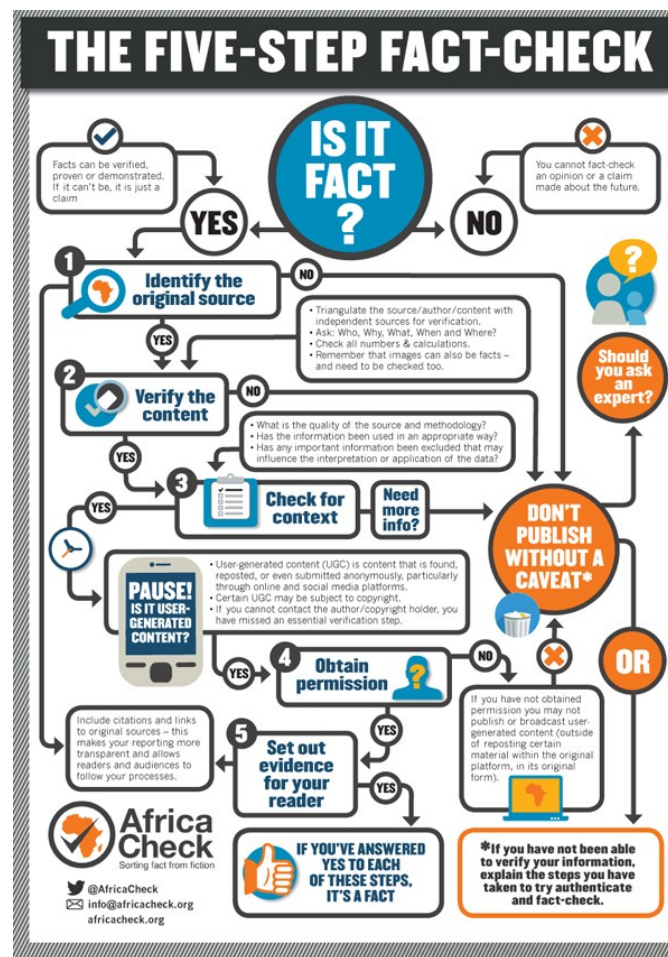
Dezinformační média

- ❑ 5 % nepravdivých zpráv
- ❑ Zbytek – hybridní materiál – dobarvené, kontextualizované informace podporující určitý pohled na svět
- ❑ Hovoří se o nich pouze v souvislosti s alternativními médii (teorie alternativních médií však toto připisuje spíše médiím mainstreamovým)
- ❑ Inklinace/sklon/předpojatost
- ❑ Propaganda
- ❑ Ideologie



Factchecking

- Poynter.org
- Snopes.org
- Demagog.cz
- HlídacíPes.org
- StopFake.org



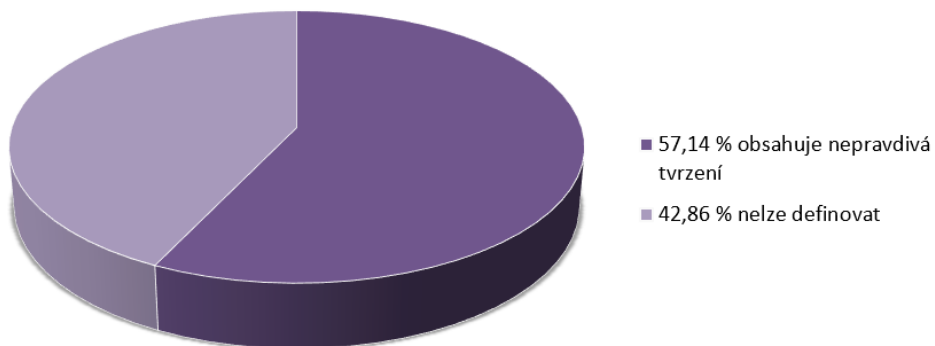
Analýza dezinformačních webů

Název kategorie	Vlastnosti
Pravdivost	Elementární kategorie, pravdivost je považována za nejdůležitější prvek při hodnocení kvality informace. Informace byly vyhledávány na jiných webech a ověřovány, zda jsou pravdivé, nebo ne. Články byly děleny na pravdivé, nepravdivé a na články, jejichž pravdivost nelze definovat.
Objektivita + Smysluplnost	Tyto dvě kategorie hodnotily, zda články splňují kritéria zpravodajské objektivity. Děleno na objektivní a neobjektivní, neobjektivita byla ještě rozdělena podle toho, zda se názory přikláněly na ruskou, britskou, anebo třetí stranu konfliktu.
Zdroje	V této kategorii je hodnoceno, zda jsou uvedeny zdroje, které odkazují na danou informaci, zda jsou kvalitní a také je porovnáváno, jak často jsou jednotlivé média zastoupeny.
Autor textu	V této kategorii hodnotíme, zda známe autora textu. Pokud autor textu není znám, zvyšuje to nedůvěryhodnost zprávy. Pokud píšeme pravdivou zprávu v souladu s žurnalistickou etikou, nemusíme se za zprávu stydět a nedělá nám problém uvést jméno autora.

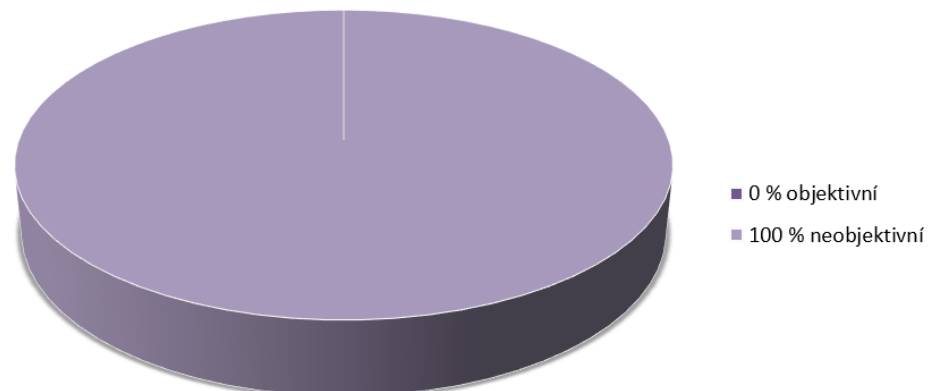
Tab. 8.2. Cílové kategorie

Aeronet a otrávení Skripala

Pravdivost



Objektivita



Aeronet a otrávení Skripala

Médium	Počet citací daného média v článcích
Aeronet	5
cs.wikipedia.org	4
aktuálně.cz	3
idnes.cz	2
leva-net.webnode.cz	2
tyden.cz	2
bfm.ru	1
blisty.cz	1
e15.cz	1
echo24.cz	1
eurozpravy.cz	1
ihned.cz	1
info.cz	1
interfax.ru	1
literarky.cz	1
novinky.cz	1
ria.ru	1
studena.valka.cz	1
tass.ru	1
theguardian.com	1
welt.de	1
zidovskelisty.info	1

- Autoři
- Vedoucí kolotoče (42,85 %),
- Jiří Baťa 14,28 %,
- Pozorovatelka 14,28 %
- Vedoucí kolotoče + Jiří Baťa 28,57 %

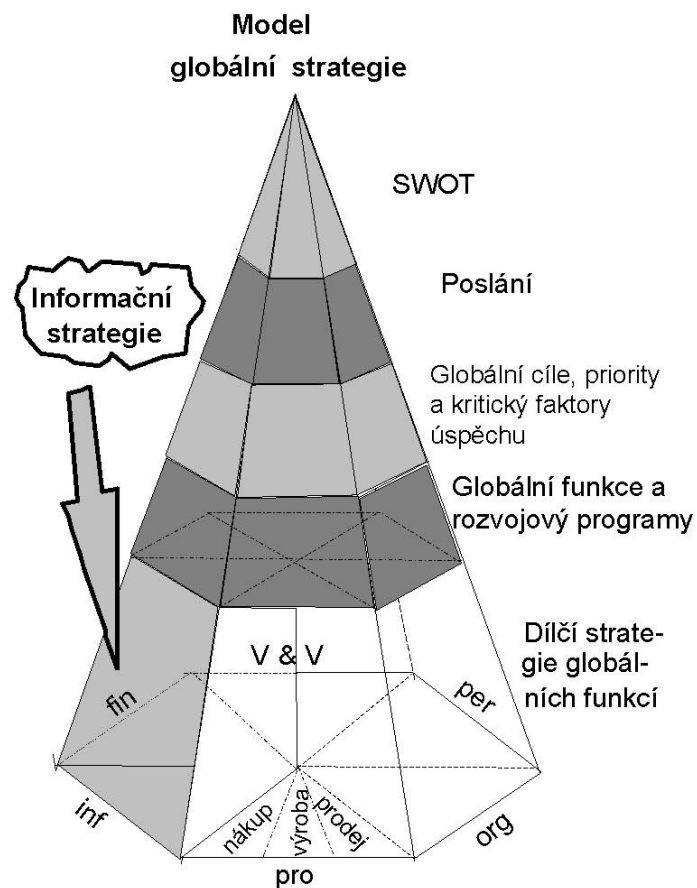
Konspirační teorie

- ❑ Nový světový řád (NWO)
- ❑ AIDS a ebola
- ❑ 11. září 2011
- ❑ UFO a mimozemšťané
- ❑ Přistání na měsíci
- ❑ HAARP
- ❑ Chemtrails
- ❑ Únos malajského letounu
- ❑ Globální oteplování



Informační strategie

- Efektivní využití informací pro dosažení cílů organizace
- Soubor organizačně-technických prostředků v rámci strategického a taktického řízení organizace
- Stojí mezi celkovou strategií a jejími dílčími oblastmi (vedle marketingové a obchodní strategie)



Informační strategie – obecně

- Community Guidelines (pravidla komunity)
- Algoritmy
- Crowdsourcing
- Převedení odpovědnosti na koncového uživatele
- Osvěta a vzdělávání (kritické myšlení)
- Fyzická bezpečnost
- Organizační struktura
- Vládní opatření



Výsledek informační strategie Facebooku



Jiří J. Stodola

29. červen



Homosexuálové jsou zcela jednoznačně postižení lidé. Ale postižení není nadávka. Budou vás slepí vyzývat k omluvě, když je označíte za postižené? Asi těžko. Mít zrak je pro člověka normální, slepota je privace, nedostatek zraku a jako taková znamená postižení. Pro sexualitu je normální, když je zaměřena k svému primárnímu cíli, k plození, a proto směrem k osobám opačného pohlaví. Homosexualita je nedostatek daný nesprávnou orientací, který znemožňuje naplnění primárního cíle sexuality. Jako taková znamená postižení, prostě chybí něco, co chybět nemá.



Váš příspěvek jsme znovu prověřili a opravdu naše **zásady komunity týkající se nenávistných slovních projevů** nedodržuje. Tento příspěvek vidíte jenom vy.

Literatura

- ❑ LANGEROVÁ, Monika. *Fake, autenticita a informace dříve a nyní* [online]. Brno, 2017 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/hfalp/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jiří Stodola.
- ❑ MADĚRYČOVÁ, Alexandra. *Problém dezinformačních médií* [online]. Brno, 2018 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/kn0wu/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jiří Stodola.
- ❑ PRSTEK, Jonáš. *Kritické myšlení jako obranný mechanismus v informační válce* [online]. Brno, 2016 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/w7h87/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jiří Stodola. SEDLÁKOVÁ, Eva. *Konspirační teorie v informační společnosti* [online]. Brno, 2015 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/lc4ck/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jiří Stodola.
- ❑ ULRICH, Petr. *Informační strategie boje proti dezinformaci: Přehledová studie vlivných technologických společností po prezidentských volbách v USA v roce 2016* [online]. Brno, 2018 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/oz6lt/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Michal Lorenz.
- ❑ VOJDANOVÁ, Andrea. *Kredibilita alternativních internetových médií* [online]. Brno, 2016 [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/m8ldj/>>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jiří Stodola.

Kontakt

stodola5@gmail.com

