

AKO SA ORIENTOVAŤ VO SVETE DEZINFORMÁCIÍ

ZÍSKAJ INFO O DEZINFO



Táto publikácia vychádza
s podporou NATO Public
Diplomacy Division

JAKUB ŠROL
TOMÁŠ BARANEC
KATARÍNA CSÉFALVAYOVÁ
FREDERICK HARDMAN LEA

Obsah

Úvod	3
Časť prvá: Ako (ne)naletieť	5
Vybrané psychologické súvislosti podliehania dezinformáciám	5
Princípy kritického myslenia a mediálnej gramotnosti	8
Ako kriticky vyhodnocovať informácie	8
Časté mýty o dezinformáciách	10
Argumentačné omyly a manipulačné techniky	12
Zaujatosť a heuristika	15
Základný akčný plán mediálnej gramotnosti	19
Zdroje pre analýzu médií a overovanie faktov	20
Časť druhá: Šíritelia dezinformácií	21
Cyklus dezinformačnej kampane	21
Anatómia dezinformačného cyklu - "Lugarovo Laboratórium"	23
Príklady iných nástrojov využívaných v dezinformačných kampaniach	27
Boj o pravdu	31
Cieľ hry	31
Pravidlá hry	31
Scenáre	32
Príklady možných krokov	34
Slovník použitých pojmov	41
Záver	44
Čo v boji proti dezinformačným kampaniam robí NATO?	46
Zoznam použitej literatúry	47
O nás	49

Úvod

Dezinformačné kampane sú fenoménom, ktorý síce nemožno nazvať novým, no v ostatných rokoch aj vďaka zvýšeniu dostupnosti internetového pripojenia pre široké masy a rozvoju sociálnych sietí zaznamenávajú nebývalý rozmach.

Dezinformácie však nie sú len hocakými bludmi či klamstvami ledabolo vypustenými do sveta. Naopak, ako súčasť hybridných hrozieb predstavujú jednu z najväčších bezpečnostných výziev súčasnosti. Cielene šírené dezinformačné kampane dokážu polarizovať spoločnosť, zasievať zúfalstvo a skepsu, rozoštvávať rodiny i spoločenstvá či dokonca poskytnúť motiváciu k zabíjaniu.



Je preto nesmierne dôležité, aby sme sa ako spoločnosť dokázali účinkom dezinformačných kampaní brániť. A to sa nedá inak, než komplexným zapojením všetkých jej členov, od jednotlivcov po štát či zoskupenia štátov. Je nevyhnutné, aby každý z nás mal k dispozícii nástroje alebo vedomosti na rozoznávanie hoaxov, dezinformácií a manipulácie od faktami podložených, pravdivých správ a údajov. Je zodpovednosťou štátnych orgánov, aby zvolili účinný systém pozostávajúci z kybernetickej obrany, strategickej komunikácie a iných vhodných prostriedkov budovania odolnosti voči hybridným hrozbám. A napokon, je i na nadnárodných zoskupeniach, akými sú Európska Únia či Severoatlantická Aliancia, voči ktorým bývajú dezinformačné kampane často namierené, aby pomáhali členským štátom čeliť hrozbám dezinformačných aktivít, a tak znásobovali ich úsilie a zvyšovali účinnosť zavedených systémov.

Táto príručka nadväzuje na užitočnú prácu viacerých inštitúcií a organizácií, ktoré v slovenských podmienkach spracovali rôzne komunikačné príručky, príručky kritického myslenia či dezinformácií.

Jej ambíciou je doplniť existujúcu literatúru v tejto oblasti, kombinujúc pohľad jednotlivca a jeho individuálnej odolnosti či naopak zraniteľnosti voči dezinformáciám s pohľadom komplexnejším, na úrovni štátu a štátnych aktérov, ktorí dezinformačné kampane iniciujú a podporujú alebo sa voči nim bránia.

V prvej časti predkladanej publikácie preto čitateľ nájde stručnú psychologickú sondu do ľudskej mysle, objasňujúcu dôvody, pre ktoré sú ľudia náchylní veriť nezmyslom, ako aj užitočné rady a tipy, ako budovať a rozvíjať svoje vlastné kritické myslenie, mediálnu gramotnosť, a tak zvyšovať svoju odolnosť voči dezinformáciám.

Druhá časť tejto príručky má za cieľ čitateľovi poskytnúť a priblížiť širší obraz priebehu dezinformačného cyklu vrátane nástrojov, používaných na šírenie dezinformačných kampaní, ilustrujúc tieto poznatky na konkrétnom, skutočnom príklade dezinformačného pôsobenia ruských aktérov v Gruzínsku.

V záverečnej časti publikácia ponúka možnosť vyskúšať si úlohu šíriteľa dezinformačnej kampane a pokúsiť sa vybudovať účinnú obranu voči nej prostredníctvom hry „Boj o pravdu“. Hra je vhodná ako doplnenie výučby na školách či krúžkoch kritického myslenia, ale aj pre akýkoľvek kolektív ľudí, ktorý sa zaujíma o problematiku dezinformačných kampaní.

Príručka je prioritne určená pre študentov i učiteľov vysokých aj stredných škôl. Môže sa stať vhodnou pomôckou pri vyučovaní alebo podkladom pre ďalšie doplnenie vedomostí k téme, ktorá sa vďaka masívnemu nasadeniu stáva nielen hrozbou dezorientovanosti jednotlivcov, ale aj vážnou bezpečnostnou hrozbou pre celé spoločnosti a štáty. Veríme, že príručka bude dobrým príspevkom k rozvoju kritického myslenia, ktoré sa stáva najúčinnnejšou zbraňou a vakcínou aj proti najprepracovanejším cieleným dezinformačným kampaniam.

Časť prvá: Ako (ne)naletieť

Vybrané psychologické súvislosti podliehania dezinformáciám

Výskum v oblasti spoločenských vied prináša poznatky o mnohých faktoroch, ktoré sú prepojené s vierou v pravdivosť dezinformácií. Tieto faktory sa týkajú napríklad osobnosti človeka, spôsobu, akým zvykne uvažovať nad vecami vo svojom okolí, ale aj toho, z akého prostredia pochádza¹². Jedným z najdôležitejších psychologických poznatkov o dôvere k nepodloženým tvrdeniam je to, že každý z nás je do istej miery náchylný uveriť niektorým typom dezinformácií. Inými slovami, vzhľadom na to, koľko dezinformácií sa dnes vyskytuje v našom okolí, je takmer nemožné, aby ktokoľvek z nás nikdy žiadnej z nich nenaletel. Dezinformácie sú totiž často zámerne vytvorené tak, aby boli pre ľudí prirodzene pútavé, aby priťahovali našu pozornosť, aby nám intuitívne dávali zmysel a nútili nás pýtať sa, či všetko náhodou nie je úplne inak, ako sme si doposiaľ mysleli. Konkrétne, existujú prinajmenšom tri psychologické mechanizmy, ktoré sú spojené s vyššou náchylnosťou k rôznym typom dezinformácií³⁴.

Prvý z mechanizmov súvisí s tým, že na každého z nás sa v dnešnej dobe zo všetkých strán valí neuveriteľné množstvo informácií. Je preto úplne pochopiteľné, že nie všetky tieto informácie dokážeme správne vyhodnotiť. Často sa stane, že napríklad v časovej tiesni, pod váhou emócií alebo pod vplyvom názorov ľudí z nášho okolia podľahneme skratkovitému uvažovaniu a uveríme aj niečomu, čomu by sme bežne neverili. Súčasťou takéhoto skratkovitého uvažovania je aj to, že si automaticky predstavujeme súvislosti aj medzi úplne náhodnými udalosťami. Napríklad, keď nedávno zomrel známy spevák Miro Žbirka, rýchlo sa rozšírila nepodložená správa, že jeho smrť bola následkom očkovania proti COVID-19. Ľudia si skrátka rýchlo spojili dve nesúvisiace informácie – smrť známeho speváka a informáciu o tom, že bol zaočkovaný – a vyvodili z nich mylný záver, že práve očkovanie spôsobilo úmrtie Mira Žbirku. Prepájanie vzájomne nesúvisiacich udalostí je veľmi bežnou súčasťou skratkovitého uvažovania⁵. Občas si v rýchlosti vyvodíme nejaký mylný záver a až následne, keď sa nad ním hlbšie zamyslíme, zistíme, že existuje aj iné, jednoduchšie a pravdepodobnejšie vysvetlenie. Práve takéto skratkové uvažovanie však nahráva do karát šíriteľom dezinformácií, ktorí sa často snažia nás k nemu dotlačiť, napríklad správami typu: „zdieľajte, kým to nezmažú“. Vyvolávaním pocitu, že musíme konať rýchlo nás navedú k tomu, že prezdieľame alebo dokonca aj uveríme takým tvrdeniam, nad ktorými sa poriadne nezamyslíme.

¹ S Brotherton R., "Suspicious minds: Why we believe conspiracy theories", Bloomsbury Publishing, 2015.

² Uscinski J. E., "Conspiracy theories and the people who believe them", Oxford University Press 2018

³ Douglas K. M., Sutton R. M., & Cichočka A., "The psychology of conspiracy theories". *Current directions in psychological science*, 2017, 26(6), 538-542.

⁴ Douglas K. M., Uscinski J. E., Sutton R. M., Cichočka A., Nefes T., Ang, C. S., & Deravi, F. "Understanding conspiracy theories", *Political Psychology*, 2019, 40, 3-35.

⁵ Risen, J. L., "Believing what we do not believe: Acquiescence to superstitious beliefs and other powerful intuitions", *Psychological Review*, 2016, 123(2), 182.

Pandémia COVID-19 priniesla mnohé situácie, v ktorých sme sa mohli cítiť bezmocne či vystrašene, napríklad, keď sme sa nevedeli rozhodnúť komu alebo čomu veriť alebo keď sme sa obávali o zdravie seba či ľudí okolo nás. Takýto náznak ohrozenia je druhým častým prvkom rôznych dezinformácií, ktorý vplýva tak na naše myšlienkové, ako aj emocionálne pochody. Jednak, pod váhou emócií ľahšie podliehame skratkovitému uvažovaniu. Po druhé, niektoré pocity sú natoľko nepríjemné, že sa ich snažíme čo najskôr zbaviť. Preto niekedy ľahšie uveríme takým tvrdeniam, ktoré nám pomáhajú naše pocity úzkosti či bezmocnosti dostať pod kontrolu bez toho, aby sme sa lepšie zamysleli nad ich pravdivosťou. Mnoho ľudí počas pandémie COVID-19 na Slovensku uverilo dezinformácii, že ochorenie COVID-19 v skutočnosti neexistuje a celá pandémia je iba hoax⁶. Keď človek zvaží, koľko rôznych politikov, lekárov, vedcov, či novinárov by sa po celom svete muselo potajme spriahnuť, aby vzbudili dojem celosvetovej pandémie, zrejme si uvedomí, že tento názor je krajne nepravdepodobný. Napriek tomu mnohí ľudia tejto možnosti aspoň na istý čas uverili. Takéto presvedčenie im mohlo dočasne pomôcť zbaviť sa neuveriteľného náporu strachu o seba a svojich blízkych, ktorý so sebou prinášali správy o šíriacej sa pandémie. Vyvolávanie pocitu ohrozenia a tiež prípadné poskytovanie úniku pred strachom je preto druhým účinným mechanizmom využívaným pri šírení dezinformácií.

S vyvolávaním strachu, no často aj nenávisti, súvisí aj tretí psychologický mechanizmus šírenia dezinformácií. Človek je totiž tvor spoločenský a každý z nás má silnú potrebu prináležať k nejakej skupine – napríklad, ku skupine Európanov, Slovákov, voličov niektorej politickej strany, vegánov či veriacich. Typickou črtou rôznych dezinformácií je, že vyvolávajú pocit strachu z niečoho alebo pocit nenávisti voči vonkajšiemu nepriateľovi, ktorý zdanlivo ohrozuje našu vlastnú skupinu. V tomto prípade nemusí ísť o skutočnú hrozbu, pokojne to môže byť hrozba domnelá. Napríklad, pred pár rokmi počas migračnej krízy v Európe sa niektorým skupinám ľudí podarilo vyvolať na Slovensku obrovský strach z prichádzajúcich migrantov, pričom tento strach bol do veľkej miery umelo nafúknutý zámernými zveličeniami a skreslenými informáciami. Takéto vyvolávanie strachu a nenávisti z údajných vonkajších nepriateľov je známou taktikou na opútanie pozornosti ľudí od iných, skutočných a vážnejších problémov⁷.

Vyššie uvedené psychologické mechanizmy napomáhajú širiteľom dezinformácií a zároveň prispievajú k tomu, že šírenie nepodložených správ so sebou prináša celý rad negatívnych javov. Vyvolávanie strachu a nenávisti voči niektorým skupinám ľudí – napríklad migrantom, Rómom, ľuďom z komunity LGBT+ či liberálom – prináša neodôvodnené predsudky voči týmto ľuďom, ktorí sa tak stávajú obeťami klebiet a konšpiračných teórií⁸⁹. Tradičné médiá, vládni predstavitelia či

⁶ Šrol, J., Čavojová, V., & Ballová Mikušková, E., "Finding someone to blame: The link between COVID-19 conspiracy beliefs, prejudice, support for violence, and other negative social outcomes", 2021, PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/y4svc>

⁷ Znáмым príkladom sú protižidovské konšpiračné teórie šírené v medzivojnovom období v Nemecku, napr. Drábik, J., „Fašizmus“, Vydavateľstvo Premedia, 2019

⁸ Jolley D., Meleady R., & Douglas, K. M., "Exposure to intergroup conspiracy theories promotes prejudice which spreads across groups". *British Journal of Psychology*, "2020" 111(1), 17-35.

⁹ Marchlewska M., Cichočka A., Łozowski F., Górska P. & Winiewski M, "In search of an imaginary enemy: Catholic collective narcissism and the endorsement of gender conspiracy beliefs", *The Journal of Social Psychology*, 2019, 159(6), 766-779

vedecké autority, ktoré poukazujú na známe dezinformácie s cieľom vyvrátiť ich, sa takisto často stávajú terčom útokov dezinformačných kampaní. Spochybňovanie dôveryhodnosti týchto zdrojov informácií zasa pomáha vyvolať pocit, že v dnešnej dobe už nikomu nemôžeme dôverovať, resp., že „pravda je vždy niekde uprostred“. Táto taktika je opäť výhodná pre šíriteľov dezinformácií. Vzhľadom na celkový objem nepodložených správ, ktoré sa v dnešnej dobe šíria, ak aj každý z nás uverí iba zlomku z nich, môže to mať v konečnom dôsledku obrovské negatívne dopady na úrovni spoločnosti. Tieto dopady môžeme vidieť už dnes, napríklad, keď sa pozrieme na to, ako časť ľudí pod váhou konšpiračných teórií o súčasnej pandémie úplne odmieta dodržiavať akékoľvek protipandemické opatrenia či dokonca schvaľuje násilné formy protestov proti týmto nariadeniam¹⁰.

Aj preto je fenomén šírenia dezinformácií veľmi dôležitou témou pre spoločenskovedný výskum. Uveriť rôznym nepodloženým tvrdeniam je často veľmi jednoduché najmä preto, že šíritelia dezinformácií vedia, ako vytvoriť obsah, ktorému ľudia ľahko uveria. Nemusia ich pritom trápiť, že nie každá dezinformácia je účinná. Ak aj mnohým nepodloženým tvrdeniam nikto nenaletí, vzápätí sa objavia ďalšie nové dezinformácie, až napokon niektoré z nich uspejú. Dobrou správou je, že poznanie psychologických zákonitostí šírenia dezinformácií môže pomôcť v budovaní odolnosti obyvateľstva proti ich vplyvu. Na to je však nevyhnutná koordinovaná spolupráca mnohých zložiek spoločnosti – od vzdelávania ľudí v oblasti informačnej gramotnosti, cez jednotnú, predvídateľnú a strategickú komunikáciu zo strany vládnych predstaviteľov, až po činnosť vedcov a mimovládneho sektora – v odhaľovaní a vyvracaní najrozšírenejších typov dezinformácií.



¹⁰ Jolley D., & Paterson J. L., "Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence *British Journal of Social Psychology*, 2020, 59(3), 628-640.

Princípy kritického myslenia a mediálnej gramotnosti

Mediálna gramotnosť a kritické myslenie sú základné zručnosti, nevyhnutné pre analýzu a interpretáciu moderných médií a informácií. Šírenie chybných informácií a dezinformácií, ktoré sa v ostatných rokoch najmä vďaka rozvoju a zvyšovaniu dostupnosti internetu stalo masovým fenoménom, zdôrazňuje dôležitosť toho, aby tieto zručnosti mal každý. Dezinformácie využívajú klamstvo a podvody s cieľom zmanipulovať nás spôsobom vyhovujúcim ich tvorcom. Niekedy dokonca využívajú pravdivé, faktami podložené informácie, ktoré prekrúčia či zmanipulujú vytrhnutím z kontextu alebo zmenou rámca. Ako najefektívnejšie dezinformácie sa ukázali tie, ktoré sú zmesou pravdivých a nepravdivých informácií¹¹. Dezinformácie sú najčastejšie využívané v kriminálnej, politickej a obchodnej činnosti, ale aj v rámci hybridnej vojny. Preto ak chceme chrániť seba a svoje okolie pred jej dosahmi, najlepším spôsobom je naučiť sa identifikovať dezinformácie, vedieť dešifrovať bežné taktiky používané v dezinformačných médiách a uvedomiť si, z čoho vyplýva naša vlastná zraniteľnosť voči dezinformáciám.

Aj keď sa techniky uvedené v tejto časti vzťahujú na dezinformácie, môžu byť užitočné aj pri identifikácii zlých informácií (po anglicky „*misinformation*“). Ide o informácie, ktoré sú nesprávne, ale ktorých distribúcia je skôr výsledkom náhody či neúmyselnej chyby, na rozdiel od dezinformácií, ktoré sú šírené vždy úmyselne s cieľom škodiť. Ako sme spomínali vyššie, zmeny v komunikačných technológiách a s tým späté zmeny v spôsobe distribúcie médií mali za následok masívny nárast objemu dezinformácií. V nie tak dávnej minulosti boli hlavnými zdrojmi informácií rozhlas, noviny a televízia. To znamenalo, že distribútori médií mali viac času na redakčnú prácu a overovanie faktov. Distribúcia médií sa však posunula primárne k internetu, kde je možné udalosti sprostredkovať v reálnom čase, čas na redakčnú prácu sa preto výrazne skrátil. Mediálne organizácie bojujú o relevantnosť i pozornosť publika a ponáhľajú sa, aby boli prvé, kto dostane svoje správy k užívateľom. Zároveň ktokoľvek so zariadením pripojeným na internet môže publikovať takmer čokoľvek, čo sa mu páči, s malou alebo žiadnou zodpovednosťou. Vzniká tak prostredie presýtené zlými informáciami aj dezinformáciami.

Ako kriticky vyhodnocovať informácie

Najúčinnším spôsobom, ako každý z nás na individuálnej úrovni môže bojovať proti dezinformáciám, je využitie bežných analytických schopností. Preskúmaním toho, čo čítame, sledujeme či počujeme racionálnym, logickým a nezaujatým spôsobom, môžeme lepšie identifikovať faktami podložené informácie a príbehy a odlíšiť ich od nepravdivých a klamlivých informácií.

Pri analýze určitej informácie alebo média z hľadiska ich dôveryhodnosti je užitočné si v prípade pochybností položiť nasledovné otázky:

¹¹ Stengel, R.: *Information Wars*. 2019, New York: Atlantic Monthly Press, str. 290

Kto je autorom, resp. šíriteľom danej informácie?

Vedomosť o tom, kto je autorom, producentom a distribútorom konkrétnej informácie nám môže pomôcť odpovedať na otázku, či ide o spoľahlivé spravodajstvo. Hoci tento údaj sám osebe nemusí stačiť na to, aby sme okamžite určili, či to, čo čítame alebo pozeráme, je dezinformácia, môže byť užitočným ukazovateľom toho, kedy treba byť opatrný. Napríklad ruský informačný kanál Russia Today (RT) pokrýva spravodajstvo, ale do veľkej časti svojho obsahu vkladá prvky dezinformácií. To znamená, že niektoré informácie RT sú legitímne správy, zatiaľ čo niektoré sú dezinformáciami, ktorých cieľom je podporovať agendu jej štátneho vlastníka.

Ak chceme zistiť, kto je producentom či distribútorom konkrétneho média, zvyčajne stačí jednoduché vyhľadávanie na internete. Zároveň je dobré overiť si vierohodnosť zdroja informácií, napríklad prostredníctvom webstránok overovačov faktov (po anglicky „fact-checkers“). Ak ide o slovenské zdroje, nápomocný môže byť portál konšpiratori.sk, ktorý zverejňuje zoznam konšpiračných a dezinformačných médií či webov.

Je CNN skutočne to CNN?

Aj keď by sa mohlo zdať, že teraz už poznáme zdroj informácie, článku či fotografie, ktorú sa chystáme zdieľať na sociálnej sieti, mali by sme si ho skontrolovať ešte raz, zamerajúc sa tentokrát na jeden detail. Šíritelia dezinformácií **často vytvárajú podvodné spravodajské weby** (po anglicky „fake news websites“), ktoré majú k webovej adrese, ktorú by sme očakávali, pridané jedno alebo dve písmená, čísla alebo slová navyše. Napríklad CNN.com by sa mohla zmeniť na Breaking-CNN.com. Na sociálnych médiách zas hrozí, že by ste mohli natrafiť na **falošný profil** skutočnej osoby. Vždy je preto lepšie uistiť sa o pravosti profilu tak, že si profil overíme pomocou funkcie vyhľadávania na stránke a zistíme, či existujú ďalšie profily s rovnakým názvom a podrobnosťami. To by mohlo naznačovať, že profil je klonovaný (po anglicky „clone profile“) s cieľom napríklad diskreditovať majiteľa pôvodného profilu. Pri známých osobnostiach zvyknú sociálne siete uvádzať, ktorý profil je skutočný, často pomocou prídavného mena verifikovaný (po anglicky „verified“) alebo pridaním modrej značky k názvu profilu.

Aký jazyk a gramatiku príspevok používa a aké pocity v nás vyvolávajú?

Hovorový, vulgárny alebo emotívny jazyk je varovným signálom, že to, čo si prezeráme či čítame, môže byť dezinformácia. Dezinformácie sú svojou povahou manipulatívne, a preto bývajú presýtené emotívnym jazykom a obrazmi. Kvalitné médiá napríklad len veľmi zriedkavo využívajú kapitálky (veľké písmená) na zdôraznenie svojho názoru. **Titulky plné veľkých písmen a výkričníkov** spravidla znamenajú, že máme dočinenia buď s bulvárnou žurnalistikou, alebo s dezinformáciami. Dezinformácie sa často šíria vo forme **clickbaitových článkov**, ktoré využívajú tento typ jazyka, ako aj podozrivo dôverný a hovorový tón. Je preto dobré sa podobným článkom vyhýbať. Málokedy obsahujú hodnotné informácie a interakcia s nimi len povzbudzuje tvorcov k ďalšej produkcii. Clickbait články (po slovensky *klikacie návody*) sú často sponzorovaným obsahom, preto ich nastavenie na blokovanie reklám môže pomôcť odstrániť z prehliadača.

Bez ohľadu na to, či je určitá informácia clickbait alebo dezinformácia, mali by sme byť opatrní, pokiaľ ide o príbehy, obrázky a jazyk, **ktoré v nás vyvolávajú silné emócie**. Môže sa totiž stať, že autor zámerne vytrhne aj pravdivé informácie z kontextu, zatají časť pravdy alebo ju predloží manipulatívnym spôsobom.

Z ktorého obdobia informácia pochádza, sú používané údaje stále relevantné?

Články, videá a obrázky sú niekedy „recyklované“ v prípade, že sa téma, na ktorú poukazujú, sa stane opäť aktuálnou. Dezinformačné kampane často využívajú aj **niekoľko rokov staré obrázky a videá** pre aktuálne príbehy alebo zámerne menia kontext starších fotografií či videí. Ide najmä o **emocionálne šokujúce alebo násilné obrázky**, aké sme mali možnosť vidieť napríklad počas migračnej krízy v rokoch 2015 a 2016.

Podobný problém môže niekedy nastať aj v prípade, že sa článok odvoláva na akademické štúdie, a to aj v prípade, že štúdia spĺňa všetky podmienky odborného textu a bola publikovaná v serióznom odbornom žurnále. Odborné štúdie totiž môžu v priebehu niekoľkých rokov zastarať alebo byť vyvrátené, čo znamená, že ich závery už nie sú relevantné. Preto je dobré skontrolovať kde a najmä kedy bola odborná štúdia, na ktorú sa článok odvoláva, publikovaná.

Časté mýty o dezinformáciách

S dezinformáciami sa spája množstvo mýtov a nedorozumení. Diskusia o dezinformáciách je v spoločnosti intenzívnejšie prítomná len v ostatných rokoch, hoci samotný fenomén dezinformácií sprevádza ľudstvo od nepamäti. Pojmy ako dezinformácie, falošné správy či hoaxy sú však pre väčšinu ľudí stále pomerne nové, a tak ich často nevedia správne použiť či zaradiť. Z toho pramení i množstvo mýtov a nepresností, ktoré sa s nimi spájajú. Nižšie sme spísali zoznam siedmich najčastejších mýtov spojených s dezinformáciami.

Mýtus č. 1: “Seriózne, legitímne médiá nikdy nešíria nepravdivé informácie”.

Skorumpovaní novinári, politici a politické strany, tlak vlády a tlak korporácií – to všetko sú spôsoby šírenia dezinformácií v mainstreamových médiách. Aj legitímne mediálne organizácie sa môžu stať obeťami podvodu a nevedomky šíriť dezinformácie. Nedávnym príkladom bol prípad amerického herca Jussieho Smolletta. Ten tvrdil, že sa stal obeťou rasovo motivovaného fyzického napadnutia útočníkmi, ktorí mali vykrikovať pravicové pro-trumpovské heslá. Ako však neskôr vysvitlo, útok bol zinscenovaný samotnou obeťou. Kvôli emotívnej téme rasových vzťahov v USA sa mnohé médiá rozhodli odvysielat príbeh ako fakt bez toho, aby čakali na potvrdenie jeho pravdivosti¹².

¹² Cillizza, C. (2019, February 19). *Why our politics can't handle Jussie Smollett*. CNN Politics. <https://edition.cnn.com/2019/02/18/politics/jussie-smollett-politics/index.html>

Mýtus č. 2: „Všetky fakticky nepresné správy sú dezinformácie.“

Fakticky nepresné správy síce môžu byť dezinformáciami, často však ide len o **náhodné chyby a nepresnosti v informáciách**. Napríklad pri rýchlom preberaní spravodajstva zo zahraničných tlačových agentúr môže dôjsť k chybnému prekladu alebo môže prísť nedopatrením k zámene dvoch osôb s podobnými menami a pod. Preto je vždy vhodné poberať informácie z viacerých zdrojov a môcť si tak overiť ich pravdivosť v iných novinách či spravodajských kanáloch. **Nepравdivé informácie môžu seriózne médiá šíriť aj nevedomky** v dôsledku nepozornosti, prípadne limitovanej expertízy v danej problematike. Takúto informáciu vtedy nenazývame dezinformácia (pre tú je nevyhnutným predpokladom jej vedomé šírenie), ale **zlá informácia** alebo **misinformácia** (po anglicky „*misinformation*“). Zlé informácie však seriózne médiá zvyknú časom **uviesť na pravú mieru** po tom, ako si chybu uvedomia.

Mýtus č. 3: „Dezinformácia je akákoľvek informácia, s ktorou nesúhlasíme.“

Bez ohľadu na naše politické presvedčenie sa často ocitneme konfrontovaní s faktami, ktoré sa nám nepáčia, no napriek tomu sú pravdivé. Toto nie je dezinformácia alebo zlá informácia, ale len nepríjemná pravda pre nás.

Mýtus č. 4: “Dezinformácia je všetko, čomu nerozumiem”.

Každý z nás má vo svojich vedomostiach určité medzery, a preto sa neraz ocitneme konfrontovaní s informáciami, ktoré nedokážeme posúdiť z hľadiska pravdivosti. V takomto prípade je tou najlepšou taktikou preskúmanie nových informácií a overenie týchto poznatkov. Pomôže nám vyhľadávanie v akademickej literatúre alebo spoľahlivých encyklopédiách a iných zdrojoch.

Mýtus č. 5: “Všetky správy zaujatých médií sú dezinformácie”.

Tak ako väčšina ľudí i **väčšina novinárov a médií zastáva určité ideologické postoje či predsudky**. Avšak aj tie najzaujatejšie spravodajské organizácie a propagandistické médiá sa pri informovaní opierajú o faktami podložené informácie. Jediné organizácie, ktoré len zriedka produkujú nejaké faktické informácie, sú satirické paródie spravodajských staníc, ako napríklad americký satirický portál *The Onion*. Pre legitímne, avšak ideologicky veľmi vyhranené spravodajské organizácie, ako sú americké káblové spravodajské kanály Fox News a CNN (pravé a ľavé zaujatie), budú fakty často rovnaké, avšak interpretované môžu byť v konečnom dôsledku značne odlišne. Pritom to neznamená, že jedna z analýz je nevyhnutne nesprávna, prípadne založená na nepravdivých informáciách.

Mýtus č. 6: “Všetky spravodajské stanice šíria dezinformácie a propagandu, keď im to vyhovuje”

Ako už bolo spomenuté, médiá sú zväčša určitým spôsobom ideologicky ukotvené. Väčšinou sú z tohto dôvodu ohraničené určitým rámcom, ktorý je v súlade s poslaním predmetného média. Napríklad upozorňovanie na ťažkú situáciu žien alebo menšín je bežnou misiou ľavicových médií,

zatiaľ čo upozorňovanie na otázky týkajúce sa práv jednotlivcov považujú za svoje poslanie pravicové médiá. Niekedy sa agenda organizácie dostane do konfliktu s faktami, ktoré jej rámcu nevyhovujú a vtedy môže skutočne vzniknúť problém.

Druhým typom problému môže byť v tomto kontexte vlastnícka štruktúra média. Napríklad médium, ktoré vlastní bohatý jednotlivec alebo spoločnosť, môže mať problémy s faktickým informovaním o negatívnych správach spojených s touto konkrétnou osobou. V štandardných liberálnych demokraciách predmetné riziko znižujú (hoci úplne neodstraňujú) vysielacie a mediálne štandardy, ako aj veľké množstvo iných konkurenčných médií. Dané mechanizmy však aj v liberálnych demokraciách môže podkopať práve prílišná koncentrácia vlastníctva médií v rukách niekoľkých jednotlivcov, organizácií alebo holdingov.

Mýtus č. 7: “Fotografie a videá sú vždy pravdivé”.

Toto tvrdenie úplne neplatilo nikdy – ani pred vynájdением Photoshopu. Ak je informácia založená na snímkach alebo videu, je dôležité pokúsiť sa nájsť pôvodný zdroj a ak je to možné, aj iné zábery reprezentovaných udalostí. Okrem toho sa treba pozrieť na kontext a udalosti, ktoré viedli k okamihu zachytenému na videu alebo fotografii. To platí najmä pre obrázky spojené s emotívnymi témami.

Argumentačné omyly a manipulačné techniky

Podme sa teraz bližšie pozrieť na nástroje, ktoré širitelia dezinformácií najčastejšie používajú na presvedčanie publika a zvýšenie hodnovernosti svojho obsahu. Pojmom argumentačné omyly sa označujú triky či manipulácie, ktoré autori používajú na to, aby sa argument alebo výrok zdal platný, aj keď v skutočnosti nie je. Ich využitie nie je obmedzené len na dezinformácie, ale práve v dezinformačných kampaniach sa tento typ nástrah často ukrýva. Nižšie popisujeme niekoľko najbežnejších argumentačných omylov a príkladov ich použitia.

Korelácia neznamená kauzalitu (*Correlation fallacy*)

Jeden z najčastejších omylov spočíva v presvedčení o tom, že dve za sebou nasledujúce udalosti A a B majú okrem časovej aj príčinnú súvislosť, teda že udalosť A zapríčinila udalosť B. V niektorých prípadoch to tak je, v iných to však platiť nemusí. Napríklad, keď sa oteplí, predaj zmrzliny stúpa. V tomto prípade udalosť A (zmena počasia) vyvolala udalosť B (zvýšenie predaja zmrzliny). Môže sa však stať, že sa napríklad zvýši predaj zmrzliny a zvýši sa aj výskyt lesných požiarov. Aj keď tieto údaje spolu pozitívne korelujú, nie sú kauzálne, pretože jedna nebola spôsobená druhou, ale obe boli spôsobené horúcim počasím. Zatiaľ čo v tomto príklade je nedostatok príčinnej súvislosti zjavný, v skutočnosti to tak často nie je. Napríklad výška cien, miezd či aktuálny stav iných ekonomických ukazovateľov sa často používajú na vyhodnocovanie hospodárskej politiky vlád. Príčinou rastu cien alebo zamestnanosti však nemusí byť nutne hospodárska politika vlády. Neraz za nimi v skutočnosti stoja iné faktory ako sú ekonomický cyklus či trendy globálnej politiky, alebo ekonomiky, ktoré sa nevyhnutne odrážajú na hospodárstve jednotlivých štátov (napr. zmeny cien ropy).

Slamený panák (*Strawman*)

Ide o argumentačný omyl, pri ktorom oponent prekrúti podstatu nášho argumentu, vytvoriac tak z prekrúteného argumentu akéhosi "slameného panáka". Následne útočí na prekrútený argument v snahe vyvrátiť ho, hoci ten už často nemá s pôvodným argumentom veľa spoločného. Oponent však náročky vytvára dojem svojej argumentačnej prevahy, pretože tak ako na skutočného panáka zo slamy, aj na slameného panáka v diskusii sa ľahko útočí a je ho ľahké poraziť. Tento argumentačný omyl býva v diskusiách využívaný veľmi často, napríklad pri téme prijímania utečencov. Ľudia, ktorí vyslovia názor, že by štát mal na svoje územie prijať určité obmedzené množstvo žiadateľov o azyl, bývajú často inou skupinou ľudí označení za "vítačov migrantov", ktorí chcú prichýliť všetkých utečencov.

Odvolávanie sa na pôvod (*Appeal to origin, genetic fallacy*)

Ide o pokus zneplatniť alebo potvrdiť argument napadnutím alebo naopak vyzdvihovaním jeho pôvodu. Napríklad „sloboda prejavu je irelevantná, pretože ide o myšlienku vyvinutú v 18. storočí“ alebo „sloboda prejavu je najdôležitejším právom, pretože ju zaviedli otcovia zakladatelia“. Tento typ chybnéj logiky sa neusiluje riešiť problém na základe jeho relevantnej podstaty, ale na základe jeho pôvodu. Odvolávanie sa na pôvod je omyl veľmi podobný omylu odvolávania sa na (nelegitímnu) autoritu a útokom ad hominem.

Odvolávanie sa na nelegitímnu autoritu (*Appeal to authority*)

Ďalší veľmi častý argumentačný omyl nastáva, ak sa odvolávame na autoritu irelevantnej osobnosti. Ide napríklad o tvrdenie, že homeopatia je účinná, pretože homeopatiká užíva aj známy herec, ktorý si pochvaľuje ich účinky. Pri tomto konkrétnom argumente je pomerne jednoduché odhaliť jeho logickú nedostatočnosť. Sú však prípady, kedy odhaliť nelegitímnu autoritu môže byť omnoho náročnejšie. Mnoho takých príkladov nájdeme v súvislosti s pandémiou COVID-19 či s očkovaním proti koronavírusu. Napríklad dezinformácie súvisiace so škodlivosťou či neúčinnosťou vakcín sa často opierajú o vyhlásenia lekárov, ktorí sú odporcami očkovania. V tejto téme však za autoritu nemožno považovať akéhokoľvek lekára, len preto, že nosí biely plášť či vyštudoval medicínu. Autoritou v oblasti očkovania by mali byť len úzko špecializovaní odborníci, ktorí sa zameriavajú na vakcíny a boj proti vírusom. Rovnaký jav možno pozorovať, keď sa argument opiera o podporu „vedca“ alebo „akademika“ bez zmienky o ich odbore alebo špecializácii.

Argumenty ad hominem a poukázanie na pokrytectvo (*Appeal to hypocrisy, Tu quoque*)

Ide o argumenty, ktoré útočia na charakter človeka alebo na pokrytectvo jeho výroku bez toho, aby sa zaoberali jadrom jeho argumentu. Do tejto kategórie patria výroky ako: „nemôže hovoriť o sociálnej politike, pretože je bohatý“ alebo „ako sa opovažuje spochybňovať moje správanie, keď sama bola vo väzení“. Aj v tomto prípade ide o bežný trik používaný na odvrátenie pozornosti od relevantnosti predneseného argumentu. Obzvlášť bežné sú vo vzťahu ku kontroverzným postavám, akou je bývalý prezident USA Donald Trump. Jeho argumenty boli neraz terčom útokov ad hominem, pričom i on sám predmetnú taktiku veľmi často využíval.

Falošná dilema (*False dilemma*)

Tento omyl redukuje diskusiu o téme na binárnu voľbu. Napríklad „*bud' ste za masovú imigráciu alebo ste proti nej*“. Je zrejmé, že pri riešení problému, akým je prisťahovalectvo, existuje veľké množstvo politických možností a názorov. Zredukovať túto komplexnú diskusiu na dve možnosti je zavádzajúce a manipulatívne.

Asociačný omyl (*Association fallacy*)

Presvedčenie, že koncept alebo objekt zdieľa svoje kvality s iným konceptom, objektom či osobou kvôli spoločným vlastnostiam. Tento omyl sa často vyskytuje v dezinformáciách, napríklad „*je to zločinec, pretože jeho priatelia sú zločinci*“. Toto vyhlásenie nie je nevyhnutne pravdivé a nemôže byť samo o sebe dôvodom pre zadržiavanie predmetnej osoby.

Apel na strach alebo emóciu (*Appeal to fear or emotion*)

Tento typ argumentačného omylu obchádza fakty, využívajúc emócie a obavy publika. Ide o taktiku, ktorá je často používaná na ospravedlnenie extrémnych činov, ako je vojna alebo porušovanie práv jednotlivcov. Hra na strach a hnev okolo terorizmu sa napríklad používa na ospravedlnenie mučenia osôb podozrivých z terorizmu. Použitie strachu alebo hnevu na ospravedlnenie činnosti však neznamená, že táto činnosť je správna alebo účinná.

Apel na väčšinu (*Appeal to the majority*)

Len preto, že väčšina ľudí súhlasí s argumentom, neznamená to, že ten je správny. To by malo byť celkom zrejmé, keď vezmeme do úvahy historické myšlienky, ktoré sa síce v istom historickom období bežne prijímali, ale následne sa ukázali ako nepravdivé. Mnoho ľudí a organizácií však potvrdzuje platnosť svojho argumentu jednoducho tým, že preukáže podporu väčšej skupiny ľudí. Klasickým príkladom, ktorý ilustruje tento problém, je popularita homeopatie a iných alternatívnych liečebných metód. Ani masívna podpora medzi ľuďmi však nič nemení na skutočnosti, že tieto praktiky sú neúčinné (mimo vplyvu placebo efektu).

Dôkaz opakovaným tvrdením (*Proof by assertion*)

Tento argumentačný omyl sa spolieha na mnohonásobné opakovanie rovnakého (aj nie celkom pravdivého) tvrdenia. Opakovaním sa argument nestáva pravdivým, stáva sa však, že príbehy, lži a nesprávne charakteristiky, ktoré sa opakujú dostatočne často, môžu byť vnímané ako faktické alebo pravdepodobne pravdivé. Opakovanie rovnakého tvrdenia je taktika často používaná v dezinformačných kampaniach, politike či reklame, často vo forme sloganov.

Zaujatosť a heuristika

Kognitívne predsudky a heuristika sú naše vnútorné predsudky, perspektívy a analytické skratky, ktoré dezinformátori využívajú na to, aby nás vmanipulovali do myslenia alebo konania určitým spôsobom. Takmer každý z nás má určité predsudky, formované prostredím, v ktorom žijeme, a podvedome ich uplatňujeme pri posudzovaní ľudí, vecí či situácií, ktoré nepoznáme. Heuristika je mentálna skratka, ktorá umožňuje ľuďom riešiť problémy a robiť úsudky rýchlo a efektívne. Tieto strategické pravidlá skracujú rozhodovací čas a umožňujú ľuďom fungovať bez toho, aby neustále museli premýšľať o svojom ďalšom postupe. Heuristika je užitočná v mnohých situáciách, avšak môže tiež viesť ku kognitívnym zaujatostiam.

Predsudky a heuristika zohrávajú úlohu pri určovaní toho, na ktoré typy omylov a zlých argumentov sme náchylní. Identifikácia vlastných predsudkov je dôležitým krokom k tomu, aby sme sa ochránili pred mediálnou manipuláciou a dezinformáciami.

Na nasledujúcich riadkoch sa oboznámime s niekoľkými najčastejšími druhmi a príkladmi predsudkov a heuristiky, treba však mať na pamäti, že ich je oveľa viac.

Konfirmačné skreslenie (*Confirmation bias*)

Ak by ste si z celej tejto príručky mali odniesť len jednu vec, malo by to byť uvedomenie si konfirmačného skreslenia. Ide o najčastejšiu zaujatosť, ktorú využívajú dezinformačné kampane. Ide o tendenciu ľudí vyhľadávať také informácie, ktoré podporujú ich už existujúce názory. Naš výber spravodajských kanálov a odber médií je zvyčajne ovplyvnený našimi predsudkami. Napríklad voliči Demokratickej strany v USA len sotva budú sledovať konzervatívne pravicové (republikánske) médiá. Dezinformačné kampane využívajú kognitívne predsudky jednotlivca alebo skupín vytváraním príbehov, o ktorých je známe, že oslovujú cieľové publikum.

Afektívne skreslenie (*Affect heuristic*)

Ide o mentálny proces, ktorý na analýzu a rozhodovanie využíva náš emocionálny stav. Tento proces je prirodzený, nevyhnutný pre náš život a sám o sebe nie je negatívny. Napríklad pocit strachu nás prinúti vzdialiť sa od nebezpečnej situácie alebo osoby. Túto heuristiku však možno použiť na manipuláciu s ľudskou myslou tak, že útočník najprv vnúti svojmu objektu emóciu a potom ju použije na manipuláciu s interpretáciou udalostí. Príkladom môže byť článok alebo video, ktoré začína obrázkami detí v občianskej vojne a potom argumentuje v prospech vojenského zásahu na ochranu civilistov.

Heuristika dostupnosti (*Availability heuristic*)

Heuristikou dostupnosti nazývame tendenciu ľudí niečomu veriť z dôvodu, že si to ľahšie zapamätajú a vybavajú. Táto skratka v ľudskej mysli spôsobuje, že dramatickejšie a senzačnejšie informácie sa ľahšie zapamätajú a získajú väčšiu dôveryhodnosť ako menej dramatické, ale možno presnejšie alebo relevantnejšie správy či údaje. Tento jav sa navyše môže prelínať

s konfirmačným skreslením, a pre množstvo ľudí, ktorí konzumujú iba informácie zodpovedajúce ich presvedčeniu, to v konečnom dôsledku budú jediné informácie, ktoré majú k dispozícii. To ich môže viesť k obavám z nebezpečenstiev a situácií, ktoré sú síce nepravdepodobné, ale majú veľmi dramatický a/alebo veľký dopad.

Dunningov-Krugerov efekt a syndróm samozvanca (*Impostor syndrome*)

Ide o sklon ľudí s množstvom vedomostí o určitej téme pochybovať o svojej odbornosti, zatiaľ čo tí, ktorí vedú veľmi málo, podľa zistení amerických psychológov Davida Dunninga a Justina Krugera, majú tendencie naopak preceňovať svoje znalosti či schopnosti. Zjavné to býva napríklad na sociálnych sieťach, kde sa ľudia bez vzdelania často vyjadrujú k témam, ktorým v podstate nerozumejú (napr. zahraničná politika, očkovanie, a pod.) . Naopak, ľudia, ktorí o danej problematike vedú veľa, často vnímajú množstvo premenných zahrnutých v relevantnej situácii, a tak sa zdráhajú poskytnúť názor, ak hrozí, že by mohol byť nesprávny. Neinformovaní preto mnohokrát aktívne šíria svoje myšlienky, netušiac, že sa pravdepodobne mýlia, zatiaľ čo informovaní mlčia, pretože si uvedomujú, že sa môžu myliť. Tento jav býva navyše o to vypuklejší, čím je téma kontroverznejšia alebo významnejšia. Preto je lepšie k jednotlivcom, ktorí sa na sociálnych sieťach prejavujú príliš aktívne a dogmaticky k akejkoľvek téme, pristupovať opatrne a s určitou dávkou skepsy.

Algoritmické filtre (*Algorithmic catalysts*)

V prípade algoritmických filtrov nehovoríme o vnútornej zaujatosti človeka či heuristike, ale o algoritme sociálnych sietí. Je však veľmi dôležité ich na tomto mieste spomenúť, pretože bez toho, aby sme si to uvedomovali, posilňujú naše vnútorné predsudky. Sociálne médiá a iné online predplatné služby (napríklad YouTube) totiž filtrujú obsah, aby poskytovali odporúčania, reklamu a pod., ktoré nás môžu s väčšou pravdepodobnosťou zaujať. Žiaľ, tieto algoritmy pri tom podporujú naše vlastné predsudky, najmä konfirmačné skreslenie, pretože je pravdepodobnejšie, že si prezrieme obsah, ktorý zodpovedá nášmu svetonázoru. Vďaka tomuto nastaveniu sociálnych sietí teda ďalej znásobujeme dosah, ktorý na nás naše predsudky majú. Odporúčanie obsahu, ktorý zodpovedá nášmu svetonázoru, síce zvyšuje finančné príjmy týchto stránok zvýšením miery vystavenia reklame, no zároveň vytvára priestory s názorovými bublinami, kde sú naše predsudky neustále živené a posilňované namiesto toho, aby boli konštruktívne konfrontované.

Vytváranie názorových bublín (*Echo chambers*)

Ako sme popísali vyššie, naše kognitívne predsudky, ešte znásobené algoritmami sociálnych sietí, spôsobujú, že sa k nám dostávajú najmä informácie, ktoré sú v súlade s našimi prirodzenými predsudkami. Tento jav možno nazvať vytváraním akýchsi názorových bublín. Znamená to, že žijeme v bubline, v ktorej nás obklopujú najmä ľudia s podobnými názormi ako máme my (priatelia na sociálnych sieťach), informácie čerpáme z médií, ktoré vidia svet podobne ako my a samotné internetové prehliadače a sociálne siete nám ponúkajú obsah, o ktorom vedú, že nás zaujme. Problém týchto bublín spočíva v tom, že časom sa pravdepodobne staneme extrémnejšími a viac zakoreneními v našich názoroch. To nás robí veľmi zraniteľnými voči dezinformačným kampaniam

a radikalizácii. Je preto dobré si tento fenomén uvedomovať a občas proti nemu aktívne zabojsovať siahnutím po zdrojoch informácií či konverzáciou s ľuďmi, akých bežne nevyhľadávame.

Vplyv rámcovania (*impact of framing*)

Rámcovanie je prezentovanie alebo interpretácia faktov určitým vopred stanoveným spôsobom, teda ich vkladanie do určitého rámca. V závislosti od spôsobu rámcovania môže byť rovnaká informácia interpretovaná veľmi rozdielnymi spôsobmi.

Ako by sa napríklad líšila vaša reakcia, ak by vám niekto povedal, že máte 10-percentnú šancu, že by ste sa mohli vážne zraniť, keď idete lyžovať alebo by vám povedal, že máte 90-percentnú šancu, že budete v poriadku a skvele sa zabavíte? Hoci údaje sú pri oboch možnostiach rovnaké, negatívne verzus pozitívne rámcovanie toho, ako sú podané, pravdepodobne ovplyvní vaše rozhodnutie, či sa napokon vyberiete na svah. S rovnakým účinkom sa stretávame aj pri iných typoch informácií, ktoré nás nútia uvažovať o probléme spôsobom, akým autor chce, aby sme uvažovali.

Komentáre a satira

Satirické médiá a politické komentáre sa tešia stále väčšej popularite. Treba si však uvedomiť, že komentátorské kanály či stránky a ich tvorcovia využívajú rámcovanie ako základný nástroj, aby mysleli za nás, pričom my často samostatne neanalyzujeme kľúčové problémy a informácie, ktoré nám ponúkajú. Dezinformačné kampane túto skutočnosť často využívajú na prezentovanie udalostí nepravdivým alebo klamlivým spôsobom. Preto namiesto toho, aby sme názory komentátorov považovali za bernú mincu, mali by sme si pri ich sledovaní vždy klásť otázku, či v ich výrokoč nenájdeme argumentačné omyly a zaujatosti.

Satira a humor sa v čoraz väčšej miere tiež stávajú nástrojmi dezinformačných kampaní, hoci väčšina humoru a satiry dezinformáciami nie sú. Existuje však množstvo úloh, ktoré humor môže zohrávať v dezinformáciách alebo chybných informáciách. V prvom rade je to jav, na ktorý v roku 2005 upozornil diskutér Nathan Poe, ktorý napísal satirický komentár do istej internetovej diskusie o náboženstve. Podľa neho akúkoľvek internetovú paródiu možno interpretovať ako vážnu, pokiaľ autor priamo a očividne nevyjadrí svoj zámer (smajlíkom, alebo iným explicitným spôsobom). Zo žartu tak ľahko môže vzniknúť zlá informácia či dezinformácia, čo sa v praxi aj často stáva. Mimochodom, tento jav dostal aj pomenovanie podľa svojho autora: hovorí sa mu **Poeov zákon**¹³.

Po druhé, všeobecne obľúbené mémy (meme) sú tiež potenciálnym prostriedkom dezinformácií a zlých informácií. Mémy sa vo všeobecnosti chápu ako fotografia či krátke video (hoci na vytvorenie mému možno použiť akúkoľvek formu umenia), ktoré je vtipné a ľahko sa ním komunikuje medzi jednotlivcami a skupinami. Šírenie mémov cez internet vytvára súbor akýchsi interných vtipov, vďaka ktorým sa divák cíti ako súčasť širšej komunity. Veľká časť humoru je

¹³ <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/6408927/Internet-rules-and-laws-the-top-10-from-Godwin-to-Poe.html>

postavená na kontroverziách a protirečeniach, preto môžu byť citlivé politické, kultúrne, rasové a iné problémy pokrivené a spracované do vtipných príbehov prostredníctvom mémov. Väčšina ľudí ich neberie vážne a vyhľadávajú mémy pre ich humor. Niektorí jednotlivci a skupiny sa však môžu pomocou mémov pokúsiť normalizovať mimoriadne extrémne uhly pohľadu alebo falošné fakty a čo najširšie ich sprostredkovať. Tieto môžu byť zdieľané v internetových skupinách a môžu byť použité na pomalé pretvorenie skupiny, na prijímanie extrémistických ideológií alebo konšpiračných teórií. Týmto spôsobom môžu byť mémy použité ako prostriedok dezinformácií.

“Never nikomu”

Pri čítaní tohto textu možno dospieť k záveru, že je lepšie jednoducho nedôverovať nikomu a považovať všetky médiá za falošné. Zatiaľ čo zdravý skepticizmus voči všetkým médiám a informáciám je dobrý prístup, s cieľom dvojitej kontroly všetkého, čo vidíme, počujeme a čítame, takýto cynizmus či nihilizmus je nezdravý a neužitočný pohľad na život. Pochybovanie o motiváciách každého a všetkého je opačný pohľad k viere, že všetci a všetko sa správajú morálne pozitívnym spôsobom. Oba tieto spôsoby zmýšľania nás však nechávajú rovnako zraniteľnými voči dezinformačným kampaniam. Cynizmus nás môže urobiť zraniteľným voči dezinformáciám tým, že zvýši našu tendenciu veriť konšpiračným teóriám a odmietnuť dokonca aj faktickú analýzu, pretože pochádza od inštitúcií s motívom zisku alebo vládnym dohľadom.

Základný akčný plán mediálnej gramotnosti

Po predstavení rôznych typov nástrah, ktoré šíritelia dezinformačných kampaní využívajú vo svoj prospech, si teraz skúsme zostaviť základný plán, ktorý nám môže pomôcť zvýšiť našu odolnosť voči dezinformáciám a chybným informáciám.

Pri práci s médiami v akomkoľvek formáte, najmä s typom, ktorý vyvoláva silné emócie, by sme mali:

Zastaviť sa

Na chvíľu sa zastavte a zamyslite. Vyvoláva vo vás to, čo ste práve videli, čítali alebo počuli silné emócie? Nezdierajte článok, video, obrázok atď. okamžite. Nájdite si radšej chvíľku, aby ste mohli...

Popremýšľať

Zapojenie analytickej stránky nášho mozgu si vyžaduje úsilie, ale neexistuje žiadna skratka, ako sa chrániť pred manipuláciou. Hľadajte omyly v prezentovaných argumentoch. Premýšľajte kriticky o tom, čo ste práve videli či čítali. Prečo vo vás článok vyvolal určité emócie? Bola použitá manipulatívna technika, ktorá vás priviedla do emocionálneho stavu? Odkiaľ sa článok vzal a kto ho vyrobil? Ktoré z vašich predsudkov vás ovplyvnili a použili ste heuristické skratky na to, aby ste dospeli k záveru, ktorému v súčasnosti veríte?

Zhrnúť si informácie

Zhrňte si, k čomu ste dospeli. Pripomína článok, ktorý ste prečítali, či video, ktoré ste si pozreli, skôr seriózny zdroj alebo je to zdroj zaujatý či dezinformačný? Ako by ste článok, video, obrázok atď. vysvetlili niekomu inému? Skúste si overiť danú informáciu v niektorých alternatívnych, ale spoľahlivých zdrojoch. Nebojte sa o tom diskutovať!

A zároveň:

- Udržujte si aktuálne informácie o technologických trendoch, najmä pokiaľ ide o falšovanie alebo zobrazovanie obrázkov či videí. Napríklad, ak budete vedieť, že Deep Fakes¹⁴ existujú a umožňujú pomerne jednoducho vytvárať akékoľvek lživé videozáznamy, zníži sa pravdepodobnosť, že prepadnete dezinformačným kampaniam, ktoré ich používajú.
- Diverzifikujte zdroje, odkiaľ získavate správy a informácie. Nespoliehajte sa na jeden mediálny výstup. Hľadajte spoľahlivé zdroje s rôznymi ideologickými perspektívami. Ako už bolo spomenuté, pomôže vám to vymaniť sa z názorových bublín a znížiť vplyv skreslenia informácie.

¹⁴ **Deep fake** je technológia, ktorá vďaka výraznej pomoci umelej inteligencie dokáže vložiť do existujúceho videa napríklad tvár človeka. Umožňuje tak vložiť do úst akejkoľvek osoby slová, ktoré nikdy nevyslovila, či zobrazíť ju v situáciách, v ktorých sa nikdy neocitla. Je to veľmi účinný nástroj na kompromitovanie verejne známych osôb a vďaka čoraz dokonalejším technológiám je čoraz náročnejšie rozoznať takto zmanipulované video od pravého.

Zdroje pre analýzu médií a overovanie faktov

AllSides: Portál zameraný na zhromažďovanie spravodajstva zo širokej škály názorového spektra. Zároveň má za cieľ transparentne hodnotiť zaujatosť médií a ich zaradovanie medzi pravicové, stredové, resp. ľavicovo orientované zdroje informácií. Stránka je zároveň zaujímavým zdrojom pre každého, kto sa chce vymaniť zo svojej názorovej bubliny, keďže ponúka spravodajstvo širokého spektra zdrojov. Pokrýva najmä spravodajské zdroje z USA.



<https://www.allsides.com/unbiased-balanced-news>

MediaBiasFactCheck: Projekt venujúci sa analýze zaujatosti médií, podobne ako AllSides. Cieľom portálu je poskytnúť čitateľom spoľahlivý indikátor mediálnej zaujatosti a vecnosti médií a ich výstupov. Zahŕňa globálne médiá, pričom ponúka ďalšie služby vrátane profilov slobody tlače pre mnohé štáty.



<https://mediabiasfactcheck.com/>

Konšpiratori.sk: V slovenskom prostredí odporúčame využiť túto stránku, ktorú sme už v texte zmieňovali. Ide o webstránku rovnomenného občianskeho združenia, ktoré vedie a pravidelne aktualizuje zoznam konšpiračných a dezinformačných médií na Slovensku, v Českej republike, ale i vo svete. Odborná komisia na základe stanovených kritérií posudzuje obsah jednotlivých médií či webov s podozrivým obsahom, podľa jej odporúčaní ich portál zaradí alebo nezaradí medzi potenciálne nebezpečné, nedôveryhodné, teda konšpiračné zdroje.



<https://konspiratori.sk/>

Časť druhá: Širitelia dezinformácií

Cyklus dezinformačnej kampane

Pojem dezinformácia sa v posledných rokoch stal bežnou súčasťou slovnej zásoby nielen úzkej skupiny expertov, ale aj veľkej časti širokej laickej verejnosti. Dezinformácia, teda nepravdivá informácia, ktorá je šírená masovo, resp. je určená pre široké publikum (napr. prostredníctvom médií či sociálnych sietí), a zároveň úmyselne, s cieľom zavádzať ich prijímateľa, sa prirodzene stala aj symbolom dezinformačných kampaní. Môže tak vzniknúť mylná predstava, že dezinformačné kampane sú len sledom za sebou idúcich dezinformácií, ktorými je cieľová spoločnosť neprestajne bombardovaná.



Dezinformačné kampane sú v skutočnosti komplexným úsilím s jasne stanovenými cieľmi, ktoré na ovplyvnenie mienky cieľovej skupiny využívajú kombináciu dezinformácií, poloprávdy, ale aj pravdivých informácií, týkajúcich sa väčšinou reálnych problémov danej spoločnosti. Z hľadiska cieľov sa dezinformačné kampane môžu zameriavať všeobecne na posilňovanie polarizácie cieľovej spoločnosti, ale aj na konkrétne ciele, ktorými môže byť podpora konkrétneho politického hnutia alebo zhoršenie imidžu tretieho štátu v cieľovej krajine. Dezinformačné kampane sú preto rôznorodé a na prvý pohľad môže väčšina z nich pôsobiť jedinečným dojmom.

V skutočnosti však jednotlivé kampane väčšinou disponujú síce rozsiahlou, avšak nie neobmedzenou zásobárňou nástrojov, ktoré podľa potreby používajú v rôznych kombináciách. Tieto nástroje môžu vo všeobecnosti slúžiť na vytváranie a šírenie dezinformácií, ale aj na ich lepšie cielenie, prípadne zvyšovanie ich dôveryhodnosti v cieľovej skupine. Naproti tomu štát, ktorý je terčom dezinformačnej kampane, má k dispozícii svoje vlastné nástroje, ktorými sa snaží budovať odolnosť voči dezinformačným kampaniam, vyvracať jednotlivé dezinformácie a obmedzovať kanály, ktorými sa šíria.

Striedanie sa útočných krokov organizátora kampane a obranných krokov brániaceho sa štátu môžeme označiť za cyklus dezinformačnej kampane. Pri niektorých dezinformačných kampaniach môže byť cyklus veľmi krátky. Dezinformačná kampaň je buď prerušená a eliminovaná rýchlou reakciou cieľového štátu a spoločnosti, alebo naopak splní svoj konkrétny krátkodobý cieľ. Pri dlhodobých kampaniach môže takýto cyklus trvať roky. Väčšina cyklov dezinformačných kampaní má však jednu spoločnú charakteristiku – brániaci sa štát bojuje z horšej pozície. Dezinformáciu je totiž z hľadiska ľudských a finančných zdrojov omnoho náročnejšie úspešne vyvrátiť a eliminovať, než vytvoriť. Navyše organizátor dezinformačnej kampane je väčšinou tým, kto si vyberá kedy, kde a ako bude bojovať, pričom brániaci sa štát má len obmedzené možnosti ako predvídať jeho kroky. Jedinou jeho možnosťou je budovanie odolnosti spoločnosti voči dezinformáciám – ide však o komplexný a dlhodobý proces, bez zaručeného výsledku.

Anatómia dezinformačného cyklu - "Lugarovo Laboratórium"

Centrum Richarda Lugara pre výskum verejného zdravia (angl. Lugar Lab) v Tbilisi je popredným gruzínskym laboratóriom, zameraným na výskum v oblasti biologickej medicíny a biologickej bezpečnosti. Centrum bolo vytvorené s finančnou pomocou Spojených štátov amerických v roku 2011 a plne funkčné začalo byť v roku 2013. Laboratórium je už roky terčom intenzívnej dezinformačnej kampane, ktorá ho okrem iného obvinila aj zo spôsobenia pandémie ochorenia COVID-19¹⁵. Za niekoľko rokov sa kampani aj napriek intenzívnemu úsiliu gruzínskych úradov a tretieho sektora podarilo vyvolať v miestnej spoločnosti značnú mieru nedôvery voči danému výskumnému centru.



I. Etapa: Vyhlásenia oficiálnych ruských predstaviteľov

Naratív o údajnej pofidérnosti laboratória sa objavil v prvej polovici roku 2018, keď ho ruský poslanec a bývalý riaditeľ ruskej Federálnej služby dozoru nad právami spotrebiteľa a ľudským blahobytom (Rospotrebnadzor), Gennadij Onišenko, obvinil najprv zo šírenia afrického moru ošipaných¹⁶ a neskôr aj z toho, že náročky infikovalo komáre v Gruzínsku a Abcházsku vírusom Zika¹⁷. Tvrdil popritom, že laboratórium ohrozuje okolie vývojom biologických zbraní, ktorý financujú Spojené štáty. Krátko na to hovorkyňa ruskej Federálnej služby pre veterinárny a fytosanitárny dohľad (Rosselchoznadzor) naznačila, že Lugarovo laboratórium mohlo vytvoriť

¹⁵ NewsFront.ge, „კორონავირუსი ჩინეთში არ წარმოიშვა! გამარჯობა, ლუგარის ლაბორატორიაჲ! (Koronavirusi činešči ar carmoišvla! Gamardžoba Lugaris laboratoriov!)“, 2020, https://ge.news-front.info/2020/03/18/koronavirusi-chinethshi-ar-tsarmoishva-gamarjoba-lugaris-laboratoriov/?fbclid=IwAR3n3m1krUuW8icz3O5Xa-HHZjqv0YiVrL29xlAhASiYu_AhU38EckWajiw

¹⁶ Bogdanov Vladimir, RG.ru, „Онищенко призвал Грузию закрыть биологическую лабораторию США (Onišenko prizval Gruziju zakryť biolaboratoriu SŠA)“, 2013, <https://rg.ru/2013/10/14/lab-site.html>

¹⁷ EurAsia Daily, „Вирус Зика грузинского разлива: Онищенко указывает на «лабораторию Лугара» под Тбилиси (Virus Zika gruzinskogo razliva: Onišchenko ukazyvaet na laboratoriju Lugara pod Tbilisi)“, 2016, <https://eadaily.com/ru/news/2016/02/16/virus-zika-gruzinskogo-razliva-onishchenko-ukazyvaet-na-laboratoriyu-lugara-pod-tbilisi>

bzdochu Halyomorpha halys, ktorá v tom čase devastovala sady v gruzínskom separatistickom regióne Abcházsko¹⁸.

Efekt: Ruské úrady v danej etape vytvorili naratív o Lugarovom laboratóriu, ako mieste poverenom vytváraním biologických zbraní, ktoré predstavujú hrozbu pre Rusko aj celý región južného Kaukazu. Oficiálne ruské úrady sa mohli z hľadiska cieľovej skupiny zamerať len na ruskú spoločnosť, s cieľom posilniť jej strach z pôsobenia Spojených štátov v Gruzínsku. Ruské oficiálne úrady sa však medzi gruzínskym obyvateľstvom tešia minimálnej miere dôvery, takže miestna spoločnosť ostala predmetným naratívom v danej etape prakticky nedotknutá.

II. Etapa: Spolucestujúci – punc dôveryhodnosti

Spolucestujúci sú osoby, ktoré sa na dezinformačnej kampani cudzieho štátu podieľajú dobrovoľne a vedome, k čomu ich môže viesť celá rada príčin. Líšia sa tak od nevedomých agentov, ktorí sa na dezinformačnej kampani podieľajú nevedomky a dezinformácie šíria preto, lebo v ne úprimne veria.

Dňa 11. novembra 2018 vystúpil na konferencii v Moskve bývalý gruzínsky minister štátnej bezpečnosti (1993-1995) a niekdajší príslušník KGB Igor Giorgadze, ktorý ešte v roku 1995 emigroval do Ruska po konflikte s vtedajším gruzínskym prezidentom Eduardom Ševardnadze. Giorgadze na podujatí verejne obvinil Lugarovo laboratórium z vývoja biologických zbraní, ako aj z experimentovania na ľuďoch, pričom následne začal zverejňovať dokumenty údajne potvrdzujúce jeho slová¹⁹.

Efekt: Giorgadze ako bývalý gruzínsky vysokopostavený predstaviteľ sa stal pre daný naratív, vytvorený predstaviteľmi Ruska, v očiach časti gruzínskej verejnosti faktorom zvyšujúcim jeho dôveryhodnosť. Vzhľadom na to, že dezinformačná kampaň sa začala v tejto etape zameriavať aj na gruzínsku verejnosť, došlo aj k rozšíreniu naratívu. Lugarovo laboratórium už po novom v rámci daného naratívu nebolo len americkým nástrojom pre ohrozovanie Ruska, ale stalo sa aj hrozbou pre bežných Gruzíncov.

III. Etapa: Most do Gruzínskeho mediálneho priestoru

Proxy a štátom sponzorované médiá sú založené, financované a otvorene spojené so štátom organizujúcim dezinformačnú kampaň. Proxy spravodajské kanály s ním zvyčajne nie sú spojené oficiálne a sú založené v štáte, ktorý je cieľom dezinformačných kampaní. V oboch prípadoch ide o spravodajské siete, ktoré sa zapájajú do dezinformačných kampaní využívaním selektívneho spravodajstva, propagáciou konšpiračných teórií a hosťovaním okrajových alebo kontroverzných osobností.

¹⁸ Kulikov Sergej, RG.ru, „Заслали клопа (Zaslali Klopa)“, 2018, <https://rg.ru/2018/03/30/rosselhoz nadzor-v-abhazii-mogla-proizojti-biologicheskaja-diversiia.html>

¹⁹ Vesti.ru, „Тбилиси отверг обвинения в опытах над людьми в лаборатории Лугара (Tbilisi otverg obvinenija v opytach nad ljudmi)“, 2018, <https://www.vesti.ru/article/1459107>

Viaceré ruské štátne médiá následne Giorgadzeho tvrdenia rozpracovali do reportáží pričom NTV vyhlásilo, že z dokumentov, ktoré bývalý gruzínsky minister zverejnil, vyplynulo, že Lugarovo laboratórium uskutočňovalo na Gruzíncoch experimenty v snahe vyvinúť liek na žltáčku typu C, v dôsledku čoho malo viacero z nich umrieť. Gruzínsko za to malo dostať liek zdarma. Predmetný naratív následne prevzali viaceré miestne proruské médiá ako Sputnik-Georgia a Saqinform.ge²⁰ a zverejnili ho po gruzínsky.

Efekt: Hoci najmä Sputnik Georgia je na rozdiel od Saqinform.ge otvorene spojený s Ruskom a v gruzínskej spoločnosti sa neteší veľkej dôvere, už samotné zverejnenie daného naratívu po gruzínsky umožnilo jeho následné efektívnejšie šírenie na miestnych sociálnych sieťach a s ním spojené postupné prenikanie do povedomia gruzínskej spoločnosti.

IV. Etapa: Synergia ruských a čínskych dezinformačných kampaní

Dňa 12. marca 2020 napísal hovorca čínskeho ministerstva zahraničných vecí, Li-fien Čao, na Twitteri, že koronavírus SARS-CoV-2, ktorý je pôvodcom ochorenia COVID-19, neunikol z laboratória v čínskom meste Wu-chan, ale z nemenovaného amerického laboratória. Proruský spravodajský web News Front následne na základe Liových slov napísal článok s názvom „Koronavírus nepochádza z Číny! Ahoj Lugarove laboratórium“²¹. V ňom fakticky predmetné zariadenie obvinil z vypuknutia pandémie. Už v krátkom čase sa k danému naratívu nepriamo, no veľmi synchronizovane pripojili aj iné proruské miestne weby ako Georgia and the World a Sputnik-Osetia. Tie informovali o nebezpečných testoch, ktoré Američania odmietali uskutočniť na vlastnej pôde a realizovali ich preto v Gruzínsku, ako aj o údajných vážnych narušeníach bezpečnostných pravidiel, ku ktorým malo v Lugarovom laboratóriu dochádzať.

Efekt: Naratív okolo Lugarovho centra sa vyvinul a adaptoval sa na novú pandemickú situáciu. V jeho novej podobe sa laboratórium z regionálnej hrozby transformovalo na hrozbu globálnu. Sieť miestnych ruských proxy médií medzitým začala naratív v jeho novej podobe prakticky okamžite aktívne šíriť v gruzínskej spoločnosti.

V. Etapa: Kybernetický útok, nové dôkazy a „medzinárodná investigatíva“

Ďalšieho približne polroka sa vo vzťahu k Lugarovmu laboratóriu recyklovali prevažne tie isté dezinformácie. Novým impulzom sa stal kybernetický útok na laboratórium zo septembra 2020,

²⁰ Saqinform.ge, „საქართველოს სახელმწიფო უშიშროების ექსმინისტრმა იგორ გიორგაძემ დაიწყო დოკუმენტების გამოქვეყნება საქართველოში ამერიკული ლაბორატორიის საქმიანობის შესახებ, სადაც ადამიანებზე ლეტალური ექსპერიმენტების ჩატარება შეეძლოთ (Saqartvelos sachelmcifo ushshroebis eqsministrma Igor Giorgadzem daicqo dokumentebis gamoqeqneba Saqartveloši amerikuli laboratoriiis saqmianobis šesacheb, sadac adamianebeze letaruli eqsperimentebis čatareba šeedzlot)“, <http://saqinform.ge/news/39262/saqarTvelos+sxaxelmwifo+ushishroebis+eqsministrma+igor+giorgaZem+daiwyo+dokumentebis+gamoqveyneba+saqarTveloshi+amerikuli+laboratoriiis+saqmianobis+shesaxebe%2C+sadac+adamianebeze+letaluri+eqsperimentebis+chatareba+sheeZloT.html>

²¹ NewsFront.ge, „კორონავირუსი ჩინეთში არ წარმოიშვა! გამარჯობა, ლუგარის ლაბორატორიავ! (koronavirusi činetši ar carmoišvla! Gamardžoba Lugaris laboratoriov!)“, 2020, https://ge.news-front.info/2020/03/18/koronavirusi-chinethshi-ar-tsarmoišva-gamarjoba-lugaris-laboratoriov/?fbclid=IwAR3n3m1krUuW8icz3O5Xa-HHZjqv0YiVrL29xIAhASiYu_AhU38EckWajiw

počas ktorého sa útočníkom podarilo odcudziť veľké množstvo interných dokumentov. Ruské štátne aj proxy médiá následne spustili koordinovanú dezinformačnú kampaň, v rámci ktorej zverejnili skutočné dokumenty z laboratória s falošnými dokumentmi, ktoré mali z laboratória údajne pochádzať. Dôležitú úlohu v tomto smere zohrala bulharská novinárka spriaznená s Kremľom, Dilyana Gajtandžievaová, ktorá na svojej stránke²² zverejnila článok, v ktorom použila aj screenshoty materiálov laboratória, odcudzené počas kybernetického útoku. Okrem iného zverejnila dokumenty týkajúce sa zberu vzoriek v rámci programu na boj so žltáčkou typu C, ktoré manipulatívnym spôsobom spojila s naratívom o vývoji biologických zbraní.

Efekt: Zapojenie sa zahraničnej, na Kremľ neoficiálne napojenej investigatívnej novinárky, malo naratívu o Lugarovom laboratóriu ako centre výroby biologických zbraní dodať v očiach gruzínskej verejnosti dodatočnú mieru dôveryhodnosti. O nebezpečnosti laboratória totiž v očiach bežných miestnych konzumentov informácií po novom neinformovali len ruské a gruzínske na Rusko napojené médiá, ale aj „zahraničie“. Využitie Gajtandžievaovej siete pridalo vynovenému naratívu na dôveryhodnosti, samo o sebe však nedokázalo zabezpečiť jeho efektívne šírenie na gruzínskych sociálnych sieťach.

VI. Etapa: Troll

V internetovej komunikácii je *troll* definovaný ako človek, ktorý vyvoláva spory napr. nastolovaním kontroverzných tém alebo napádaním iných účastníkov diskusií. Z hľadiska dezinformačných kampaní však treba rozlišovať medzi bežnými trollmi a platenými organizovanými trollmi s jasne definovanou agendou. V prípade ruskými aktérmi organizovaných dezinformačných kampaní podliehajú trolovia neraz značnej centralizácii, pričom bývajú organizovaní v rámci takzvaných *trollých fariem*.

Dňa 1. Decembra 2020 uverejnil facebookový profil s menom Laša Modebadze príspevok, v ktorom po gruzínsky zhrnul argumenty uvedené v Gajtandžievaovej článku s odkazom naň. Príspevok sa stal na gruzínskych sociálnych sieťach virálnym a naratív tak vo svojej novej podobe nakoniec prenikol do povedomia gruzínskej verejnosti. Z výskumu overovačov faktov vyplynulo, že v prípade daného profilu nejde o skutočnú osobu, ale o trola, ktorý pod inou identitou napomáha šíriť dezinformácie, pričom mal byť administrátorom viacerých konšpiračných stránok venujúcich sa téme pandémie²³.

Efekt: Využitie miestneho trola s veľkým vplyvom na miestne sociálne siete umožnilo naratívu o Lugarovom laboratóriu efektívnejšie preniknúť do povedomia Gruzíncov po tom, ako bola jeho dôveryhodnosť umelo zvýšená pomocou vytvorenia ilúzie medzinárodnej investigatívny.

²² Gajtandžievaová Dilyana, „New data leak from the Pentagon biolaboratory in Georgia“, Dilyana.bg, 2020, <http://dilyana.bg/new-data-leak-from-the-pentagon-biolaboratory-in-georgia/>

²³ Mythdetector.ge, „Troll and Kremlin-affiliated Journalist Manipulatively Spread Documents Leaked from Lugar Lab“, 2020, <https://www.mythdetector.ge/en/myth/troll-and-kremlin-affiliated-journalist-manipulatively-spread-documents-leaked-lugar-lab>

Dosah kampane na gruzínsku spoločnosť

Predmetná dezinformačná kampaň neprebíhala v prostredí informačného vákuu, teda za situácie, keď druhá strana na dezinformácie včas nereaguje vlastnými tvrdeniami. Gruzínske národné centrum pre kontrolu chorôb (NCDC) vydalo v súvislosti s dezinformáciami okolo laboratória opakovane vysvetľujúce vyhlásenia. Predmetnej dezinformačnej kampani sa venovali aj viaceré miestne organizácie na overovanie faktov vrátane projektu Myth Detector, pričom sa im mnohé príspevky na Facebooku podarilo úspešne vyvrátiť. Na ruské dezinformácie týkajúce sa Lugarovho laboratória sa dokonca zamerl aj investigatívny tím britskej verejnoprávnej stanice BBC²⁴.

Predmetná kampaň sa však aj napriek tomuto úsiliu do určitej miery odrazila na tom, ako laboratórium vníma gruzínska verejnosť. Prieskum Národného demokratického inštitútu (NDI) ešte z roku 2019 ukázal, že pomerne veľká časť gruzínskej spoločnosti nemá jasný názor na to, či Lugarovo laboratórium prispieva k šíreniu epidémií v Gruzínsku alebo nie²⁵. Predmetná kampaň ešte stále prebieha. Len prednedávnom spustilo niekoľko gruzínskych používateľov Facebooku na tejto sociálnej sieti kampaň, v ktorej obvinili laboratórium zo spolupráce s organizáciou, ktorá vykonávala výskum netopierov v čínskom meste Wu-chan v čase vypuknutia pandémie.

Jedným z dôvodov, prečo sa voči kampani nepodarilo vybudovať dostatočnú odolnosť a ani ju neutralizovať, je skutočnosť, že sa do nej zapojilo veľmi široké spektrum dobre koordinovaných aktérov, ktorí napomáhali buď zvyšovaniu jej dôveryhodnosti alebo jej lepšiemu šíreniu v gruzínskom informačnom prostredí.

Príklady iných nástrojov využívaných v dezinformačných kampaniach

Nižšie popisujeme ďalšie často využívané nástroje širiteľov dezinformačných kampaní, ktoré sme zatiaľ nespomínali, no je užitočné ich poznať a snažiť sa ich pokiaľ možno rozpoznať i v praxi. Pomôže nám to k lepšej orientácii vo svete sociálnych sietí a k budovaniu odolnosti voči nástrahám, ktoré ponúkajú.

Boti

Boti sú popri už spomínaných troloch jedným z dvoch základných pilierov šírenia dezinformačných kampaní. Na rozdiel od trolov nie sú boti fyzickými entitami. Ide o počítačové algoritmy, existujúce na sociálnych sieťach, ktoré niekto naprogramoval tak, aby autonómne a opakovane vykonávali určité zadanie. Dokážu pri tom stimulovať správanie bežných užívateľov sociálnych sietí.

²⁴ BBC, „Russian disinformation and the Georgian ‚lab of death‘“, 2018, <https://www.bbc.com/news/av/world-46157507>

²⁵ Vo veku 18-34 rokov 45%, vo veku 35-54 – 36%, vo veku 55+ – 40%). Ak k nim pripočítame tých, kto verili, že laboratórium šíri infekčné ochorenia (Vo veku 18 – 34 17%, vo veku 35 – 54 24%, vo veku 55+ 40 %), dostaneme viac než polovicu respondentov. Zdroj: National Democratic Institute, „Public Attitudes in Georgia“, 2019, <https://caucasusbarometer.org/en/na2019ge/TFLUGLAB-by-AGEGROUP/>

Napríklad boti na Twitteri dokážu nielen zdieľať dezinformácie, ale aj komunikovať s osobami na sociálnej sieti, zapájať sa do diskusií pod populárnymi témami, naberáť sledovateľov a následne šíriť dezinformácie. Podľa výskumu uskutočneného Pew Research Center v roku 2018 boli až za dve tretiny interakcií pri populárnych témach na Twitteri zodpovední práve boti²⁶. V porovnaní s trolmi sú boti ľahšie odhaliteľní a vo všeobecnosti menej vierohodní, pričom sú najmä šíriteľmi dezinformácií a nie ich primárnymi tvorcami. Využívanie botov je tak zamerané viac na kvantitu než na kvalitu.

Kyborgovia

Kyborg je hybridný účet, ktorý kombinuje neúnavnosť bota s ľudskou jemnosťou. Za kyborgské sú považované účty botov, nad ktorými kontrolu pravidelne preberá skutočný človek, aby mohol reagovať na ostatných používateľov a uverejňovať pôvodný obsah. Hoci je ich prevádzka drahšia a časovo náročnejšia, vo výsledku pôsobia takéto účty omnoho autentickjšie, pričom si však zachovávajú značný kvantitatívny dosah. Ide do určitej miery o kombináciu bota s trolom.

Falošné účty na jedno použitie

Ide o jednorazové falošné profily, ktoré zdieľajú určitú dezinformáciu a následne sú zmazané. Ich silnou stránkou je dobré maskovanie. Pri používaní tohto typu profilov je totiž veľmi ťažké dopátrať sa k pôvodcovi dezinformácie. Ich najväčšou nevýhodou je veľmi malá virálnosť, keďže posty zverejnené týmito profilmi sú len vo veľmi malej miere ďalej zdieľané reálnymi cieľovými užívateľmi.

Falošné osobnosti

Falošné osobnosti predstavujú veľmi starostlivo vypracované falošné profily v skutočnosti neexistujúcich blogerov, novinárov alebo analytikov s vlastnou biografiou a taktiež za pomoci umelej inteligencie vytvorenou profilovou fotografiou. V porovnaní s falošnými účtami na jedno použitie majú podobné kampane väčšiu virálnosť a sú omnoho dôveryhodnejšie. Na druhej strane je však jednoduchšie odhaliť ich zdroj a eliminovať ich. Ako príklad môže poslúžiť blog Giorgiho Agapišviliho v Gruzínsku. Išlo o provládnu facebookovú stránku, ktorá bola aktívna najmä v roku 2019. Stránka sa primárne venovala zverejňovaniu diskreditačného obsahu o opozícií a odporcoch vládnucej strany Gruzínska túžba.

Miestny overovači faktov podrobili účet analýze špecializovaným programom, za pomoci ktorého dokázali zistiť, že predmetný Giorgi Agapišvili neexistuje, pričom jeho profilový obrázok bol vytvorený za pomoci umelej inteligencie²⁷.

Po zverejnení týchto informácií zmenili administrátori blogu jeho názov na „Blog umelej

²⁶ Klepper David, „Cyborgs, Trolls and bots: Guide to online misinformation“, Associated Press, 2020, <https://apnews.com/article/us-news-ap-top-news-elections-social-media-technology-4086949d878336f8ea6daa4dee725d94>

²⁷ Myth Detector, 22 November 2019. „A Pro-Governmental “Blogger” is Actually an AI Generated Photo.“ <http://www.mythdetector.ge/en/myth/pro-governmental-blogger-giorgi-aghapishvili-actually-ai-generated-photo>

inteligencie“, no nedokázali zabrániť strate dôveryhodnosti a následnému výraznému odlivu sledovateľov. Spoločnosť Facebook krátko na to stránku zrušila spolu s veľkým množstvom ďalších gruzínskych stránok, ktoré boli zapojené do neautentického koordinovaného správania.

Podvodné weby

Ide o spravodajské stránky, ktoré sú vo svojej podstate úplne falošné, pričom však napodobňujú reálne etablované spravodajské kanály. Často majú webové adresy, ktoré sú takmer totožné s adresami skutočných spravodajských webov. Predmetný nástroj umožňuje zasiahnuť pomocou dezinformácie obrovské množstvo ľudí na sociálnych médiách ešte predtým, než je podvod odhalený. Navyše môžu dezinformácie zverejnené podvodnými spravodajskými webmi zverejniť z nedbanlivosti aj skutočné spravodajské portály, čo dezinformácií výrazne pridá na dôveryhodnosti a vplyve.

Ako príklad môže poslúžiť stránka Fox-news24.com, ktorá sa tvárila ako stránka spravodajskej stanice Fox News. Tá však mala skutočnú adresu foxnews.com²⁸.

Mikrocíelenie

Ide o kľúčový nástroj pre zvýšenie efektivity dezinformačných kampaní. Tvorcovia falošných správ dokážu prostredníctvom mikrocíelenia zasiahnuť konkrétnou správou tých užívateľov, ktorí sú najnáchylnejší jej uveriť, prípadne ktorých správanie a postoje môže najviac ovplyvniť. Umožňujú to najmä súbory cookies v kombinácii s pokročilými analytickými metódami.

Prípad spoločnosti Cambridge Analytica, ktorá údajne pomocou botov a mikrocíelenia dokázala ovplyvniť Brexit aj americké prezidentské voľby v roku 2016, ukázal, že ide o potenciálne silný nástroj ovplyvňovania verejnej mienky. O to viac, že mikrocíelenie býva využívané aj na efektívnejšie šírenie falošných správ²⁹.

Informačný šum

Takmer všetky taktiky dezinformačných kampaní prispievajú v rôznej miere ku vzniku informačného šumu, teda nepotrebných údajov a informácií, ktoré znečisťujú informačný priestor a platformy. Informačný šum sám o sebe je prirodzeným fenoménom, ktorý vzniká, hoci v menšej intenzite, aj v dôsledku bežného spravodajstva.

Informačný šum má z hľadiska dezinformačných kampaní dve využitia. Tvorcovia takýchto kampaní ho využívajú ako formu intelektuálnej dymovej clony, v ktorej sa strácajú reálne fakty. Dezinformačné kampane sa tak často snažia umelo posilňovať informačný šum vytváraním veľkého množstva kontranaratívov³⁰.

²⁸ McElroy Damien, „Fox News 24 site is latest ploy in fake news“, The National News, 2018, <https://www.thenationalnews.com/world/europe/fox-news-24-site-is-latest-plot-in-fake-news-1.696661>

²⁹ Dawson, J., „Microtargeting as Information Warfare“. The Cyber Defense Review, 6(1), 63–80., 2021, <https://www.jstor.org/stable/26994113>

V prvom prípade môže posilnenie informačného šumu vytvoriť priestor pre iné útočné vplyvové operácie. Informačný šum môže v takom prípade napomôcť nanovo interpretovať inak nepriateľské aktivity útočiaceho štátu, ako „mierotvornú misiu“ alebo „spontánnu aktivitu miestnych povstalcov“. Túto taktiku použilo Rusko pri vytváraní naratívu okolo prítomnosti jeho ozbrojených síl na východnej Ukrajine.

V druhom prípade je vytvorenie intenzívneho informačného šumu samo o sebe hlavným cieľom. Mnohí prijímatelia informácií totiž v záplave protichodných naratívov často rezignujú na hľadanie pravdy.

Ako príklad môže poslúžiť ruská dezinformačná kampaň v súvislosti so zostrelením letu MH-17 na východe Ukrajiny 17. júla 2014. Rusko o tejto udalosti šíri hneď niekoľko neraz protichodných dezinformácií:

1. Lietadlo zostrelila ukrajinská stíhačka.
2. Lietadlo zostrelil ukrajinský systém PVO Buk.
3. Na palube lietadla bola bomba.
4. Spojené štáty vyslali Boeing už s mŕtvymi telami na palube, aby ich následne pozhadzovali nad Donbasom.
5. Tí, ktorí zostrelili Boeing, chceli v skutočnosti zostreliť lietadlo ruského prezidenta Vladimira Putina.

Vytvorením a rozšírením veľkého množstva často protichodných verzií udalosti sa Rusku podarilo presvedčiť veľké množstvo prijímateľov informácií o tom, že verzií je veľké množstvo, stať sa mohlo čokoľvek a nedá sa zistiť, čo je skutočnosť.

³⁰ Gregor Miloš, Mlejnková, Petra, "Challenging online propaganda and disinformation in the 21st century" Palgrave Macmillan, 2021.

Boj o pravdu

Na záver sme pre vás pripravili hru, pri ktorej si môžete na vlastnej koži vyskúšať šírenie dezinformácií aj pokúsiť sa voči dezinformačnej kampani ubrániť. Tak čo, vyskúšate to?



Cieľ hry

Sprostredkovať študentom hlbšie pochopenie dezinformačných kampaní z hľadiska ich ofenzívneho využitia, ako aj z hľadiska budovania odolnosti voči nim. Keďže hra nie je určená pre expertov s hlbokými znalosťami dezinformačných kampaní, ale študentov, ktorí sa s danou problematikou len oboznamujú, neopiera sa o bodový systém s jasným víťazom a porazeným. Omnoho dôležitejšia je schopnosť účastníkov hry vysvetliť a dostatočne obhájiť svoje ťahy a zvolené stratégie.

Pravidlá hry

V hre proti sebe stoja **útočiaci tím** organizujúci dezinformačnú kampaň a **brániaci sa tím** budujúci svoju odolnosť voči nej. Každá hra má svoj konkrétny **scenár**, ktorý určuje **špecifické ciele** tej ktorej strany. Hra by mala trvať približne 100 minút, počas ktorých by mala každá strana uskutočniť približne **8 ťahov**. Následne bude určený čas aj pre diskusiu a zhodnotenie celej hry. Hru vedie rozhodca.

Tím: Každý tím by sa mal skladať z minimálne troch a maximálne 6 hráčov. Počas hry by mali byť k dispozícii aspoň dve miestnosti alebo jedna väčšia tak, aby mali oba tímy možnosť diskutovať o jednotlivých krokoch v súkromí.

Ťah: Na začiatku hry dostane každý tím 15 minút na ujasnenie pravidiel a stratégie, ktorú bude považovať za najvhodnejšiu pre dosiahnutie cieľa stanoveného v konkrétnom scenári. V rámci jedného ťahu môže tím vybudovať jednu **infraštruktúru** (napríklad troliu farmu) alebo spustiť

jednu **iniciatívu** (napríklad posilnenie informačného šumu).

Jeden ťah pozostáva z piatich minút, ktoré má tím na to, aby sa v súkromí dohodol na tom, akú infraštruktúru alebo iniciatívu zvolí. Následne by mal tím v priebehu piatich minút pred rozhodcom oznámiť oponentom svoj výber a najmä obhájiť efekt, ktorý by podľa tímu mal mať. Každý ťah ukončuje rozhodca, ktorý ťah tímu zhodnotí a povie, akým spôsobom daný krok ovplyvní ďalší vývoj hry.

Účastníci hry budú mať k dispozícii zoznam možných krokov, infraštruktúry aj iniciatív vrátane konkrétnych príkladov, no budú môcť navrhnúť aj vlastné.

Scenáre

K dispozícii sú tri rôzne scenáre, ktoré môžu byť využité naraz (ak sa hry zúčastňuje viacero tímov) alebo si tímy môžu vybrať len jeden z nich. Scenáre sa odohrávajú vo fiktívnom svete, kde sa veľký a kedysi mocný štát Mostenzia v dôsledku svojej upadajúcej pozície usiluje získať späť moc a svoje dávne postavenie šírením dezinformačných kampaní v okolitých štátoch, ktoré kedysi ovládala.

RUTÉNIA

Etnicky príbuzný štát s Mostenziou (vždy útoiaci štát). Obe krajiny spolu viedli krvavú vojnu, pričom konflikt pokračuje v menej aktívnej podobe dodnes. Ruténia je do určitej miery geograficky rozdelená na podporovateľov západnej integrácie, ktorí sú v miernej prevahe, a podporovateľov Mostenzie, ktorých je však tiež značné množstvo. Vláda Ruténie je silne prozápadná a v otvorenom konflikte s vládou Mostenzie. V Ruténii sa medzitým chystajú dôležité regionálne voľby. Mostenzia chce pomocou dezinformačnej kampane zameranej na naratívy spojené s údajnými negatívnymi ekonomickými a kultúrnymi dosahmi západnej integrácie maximalizovať zisk sebe naklonených strán. V krajine sú dve približne rovnako vplyvné pravoslávne cirkvi, jedna podriadená cirkvi Mostenzie a druhá nezávislá.

Ciele:

Ruténia: Vláda Ruténie musí minimalizovať dosah dezinformačnej kampane na nadchádzajúce regionálne voľby tak, aby čo najviac znížila volebný zisk promostenzských strán. Musí si však dávať pozor, aby jej opatrenia neboli veľmi drakonické. V takom prípade by mohla ešte viac zmobilizovať promostenzsky elektorát. .

Mostenzia: Keďže Ruténia je z ideologického hľadiska rozdelená geograficky, Mostenzia sa musí zamerať primárne na regióny, ktoré k nej inklinujú a spustiť tam mimoriadne agresívnu dezinformačnú kampaň. Zároveň sa musí vysporiadať so skutočnosťou, že na povrch vyplávali informácie o tom, že údajne priamo financovala vplyvného promostenzského regionálneho lídra, ktorý môže byť pre jej úspech vo voľbách kľúčový.

KARTÉZIA

Vysokohorský štát s dvoma promostenzskými separatistickými regiónmi, ktorý s Mostenziou viedol niekoľkodňovú vojnu. Konflikt sa síce nepresunul do etnickej roviny a vzťahy medzi bežnými Karténcami a Mostenzijcami zostávajú dobré, no prevažná väčšina obyvateľstva podporuje prozápadnú orientáciu. Z prieskumov verejnej mienky vyplýva, že jedine integrácia so Západom môže podľa Karténcov naštartovať ekonomiku Kartézie a zlepšiť tak miestnu zlú socio-ekonomickú situáciu. Veľmi nízka miera podpory reorientácie na Mostenziu je okrem vojny spôsobená najmä tým, že Mostenzia nepredstavuje z hľadiska socio-ekonomického rozvoja lákavú alternatívu. Hoci Mostenzia stále nepredstavuje pre obyvateľov Kartézie atraktívny model, v krajine začína narastať aj odpor voči západnej integrácii. Jeho katalyzátorom je práve rozpor medzi hlbokým konzervativizmom Karténcov a liberálnymi vplyvmi zo Západu.

Ciele:

Kartézia: Vláda Kartézie sa chce o rok kvalifikovať do nového integračného programu Európskej únie, ktorý je zároveň spojený aj s rozsiahlou finančnou rozvojovou pomocou. Potrebuje však po celú túto dobu zabrániť mobilizácii konzervatívnych síl a vypuknutiu protizápadných protestov a násilností. Paralelne s tým sa však nechce dostať do otvoreného konfliktu s vplyvnou cirkvou, ktorá aspoň formálne podporuje vládu a jej prozápadné smerovanie, hoci v praxi napomáha šíreniu promostenzskych naratívov.

Mostenzia: Vláda Mostenzie sa potrebuje zamerať pomocou dezinformačnej kampane na podporu miestnych konzervatívnych síl a zmobilizovať ich v priebehu roka v dostatočnej miere na to, aby dokázali vyvolať masové nepokoje.

Vzhľadom na veľmi nízku mieru faktickej podpory zo strany miestneho obyvateľstva si Mostenzia pri dezinformačnej kampani musí dávať mimoriadny pozor na to, aby nebolo jej korene možné vystopovať k nej. Kampaň musí pôsobiť autenticky ako iniciatíva miestnych konzervatívnych síl a nesmie pôsobiť promostenzsky.

MOLDÉZIA

Moldézia bola v minulosti rovnako ako Rutézia a Kartézia súčasťou Mostenzie. Ide o agrárny štát s vlastným silne industrializovaným promostenzským separatistickým regiónom. Na rozdiel od ostatných dvoch štátov tu ešte pred niekoľkými mesiacmi vládla promostenzská vláda, ktorú však nahradil prozápadný kabinet. Miestne obyvateľstvo je rozdelené na podporovateľov užšej spolupráce s Mostenziou a zástancov západnej integrácie podobne, ako je tomu v prípade Rutézie. Toto delenie však nemá geografický charakter a nevyvoláva také výrazné spoločenské napätie. Miestna pravoslávna cirkev je priamo podriadená cirkvi Mostenzie, napomáha šíriť jej naratívy a voči novému prozápadnému kabinetu vystupuje otvorene nepriateľsky a konfrontačne.

Ciele:

Moldénia: Nová vláda chce pretlačiť reformný ozdravný balíček, ktorý môže naštartovať ekonomiku štátu a priblížiť ju západným štandardom. Minimálne v krátkodobom horizonte však budú mať predmetné reformy mierne negatívny socioekonomický dosah na časť miestneho obyvateľstva (najviac na socioekonomicky najslabšie skupiny). Nová prozápadná vláda sa paralelne s tým bude musieť snažiť tlmieť dosahy dezinformačnej kampane Mostenzie. Moldénia je vo viacerých ohľadoch absolútne závislá od Mostenzie, pričom jej dlží ohromnú sumu za dovoz zemného plynu. Nemôže si preto dovoliť viesť priveľmi asertívnu obrannú politiku. Naopak musí sa brániť a zároveň vyvolávať dojem udržiavania dobrých vzťahov s Mostenziou.

Mostenzia: Vláda Mostenzie chce pomocou dezinformačnej kampane zmariť reformné úsilie novej prozápadnej vlády a v ideálnom prípade ju aj pripraviť o všeobecnú podporu obyvateľstva. Vzhľadom na podporu, ktorú má u časti Moldéncov nie je jej prioritou skrývanie skutočnosti, že naratívy v dezinformačnej kampani prichádzajú od nej. Zamerať sa môže na kvalitu, emocionálnosť a prepracovanosť dezinformácií aj profilov, ktoré ich budú šíriť. Jej problémom je však pošramotená povesť miestnych promosténzskych strán, ktoré len prednedávnom stratili moc a momentálne sú aj medzi promosténzskymi Moldéncami silne nepopulárne.

Príklady možných krokov

ÚTOČNÉ KROKY

Mostenzia sa na dosiahnutie svojich cieľov v rámci útočných krokov môže rozhodnúť buď rozmiestniť v cieľovej krajine infraštruktúru, alebo rozbehnúť dezinformačné iniciatívy.

INFRAŠTRUKTÚRA

Trolia farma

V internetovej komunikácii je troll definovaný ako človek, ktorý vyvoláva spory napr. nastolovaním kontroverzných tém alebo napádaním iných účastníkov diskusií. Továreň na trollov je však subjekt vykonávajúci na internete dezinformačné propagandistické aktivity organizovaného charakteru. Táto činnosť sa často skrýva pod nenápadným názvom, napr. agentúra pre styk s verejnosťou, internetové výskumné centrum a pod. Prevádzka trolých fariem je zvyčajne zameraná na politickú alebo ekonomickú sféru. Cieľom operácií môže byť napr. pošpinenie politických oponentov, neférový útok na konkurenčnú spoločnosť alebo iná akcia, ktorú objednávateľ uvedie. Trolie farmy dosahujú svoje ciele okrem iného pomocou falošných správ a nenávistných prejavov. V porovnaní s botmi a farmami botov ponúkajú trolovia pri správnom využití lepšiu kvalitu na úkor kvantity. Ako príklad môže poslúžiť Internetová prieskumná agentúra (Glavset). Ide o ruskú spoločnosť sídliacu v Petrohrade, ktorá sa zaoberá online výkyvovými a dezinformačnými kampaňami s cieľom

presadzovať ruské obchodné a politické záujmy. Je prepojená s ruským oligarchom Jevgenijom Prigožinom. Agentúra sídli v dvojposchodovej budove. Časť zamestnancov pracujúca na prízemí vytvárala falošné správy a dezinformácie, pričom ich kolegovia na prvom poschodí mali aktívne vytvárať hodnoverné falošné profily, pomocou ktorých tieto dezinformácie šíрили na sociálnych sieťach. V roku 2015 údajne pre túto troliu farmu pracovalo až 1000 zamestnancov.

Farma botov

Na rozdiel od bežných používateľov a trollov, ktorí šíria falošné správy vedome alebo nevedome, nie sú boty fyzickými entitami. Sú to počítačové algoritmy, existujúce na sociálnych sieťach, ktoré niekto naprogramoval, aby autonómne a opakovane vykonávali určité zadanie. Dokážu pri tom stimulovať správanie bežných užívateľov sociálnych sietí. Boty šíria falošné správy dvoma spôsobmi: Neustále „hovoria“ alebo tweetujú falošné správy a používajú tie isté falošné informácie na odpovedanie alebo komentovanie príspevkov skutočných používateľov sociálnych médií. Taktika botov funguje vďaka tomu, že priemerní používatelia sociálnych médií majú tendenciu veriť tomu, čo vidia alebo čo zdieľajú ostatní, bez toho, aby to overili (alebo v tomto prípade pozorne sa pozerali na používateľský profil zdroja informácií). Boty to využívajú tak, že vysielajú veľké množstvo falošných správ. Informáciu robia zdanlivo vierohodnou kvantitatívnou metódou. Boty však nie sú veľmi úspešné pri rozhodovaní o tom, aké pôvodné komentáre ostatných používateľov retweetujú. Na rozdiel od trollov ide o stratégiu spoliehajúcu sa na kvantitu a nie kvalitu dezinformácií a metód jej šírenia.

Príklad: Boty na Twitteri sú napríklad schopné veľkého množstva sociálnych interakcií, ktoré im umožňujú budiť dojem, že ide o bežných užívateľov. Sú naprogramované tak, aby dokázali odpovedať na otázky. Dokážu tiež vyhľadávať vplyvných užívateľov sociálnej siete a klásť im otázky tak, aby boli videní a naberali sledovateľov. Paralelne s tým stimulujú diskusiu tým, že zverejňujú príspevky o populárnych a sociálnou sieťou promovovaných témach. Popri tom všetkom aktívne zdieľajú a šíria falošné správy medzi bežnými užívateľmi.

Sociálne siete sú dnes domovom miliónov botov. Podľa odhadu z roku 2017 ich bolo na Twitteri 23 miliónov (8,5 percenta profilov) a na Facebooku až 140 miliónov (5,5 percenta používateľov).

Proxy a štátom sponzorované médiá

Zvyčajne sú založené, financované a otvorene spojené s agresorským štátom. Proxy spravodajské kanály sú zvyčajne menej viditeľne spojené s agresorským štátom a sú založené v štáte, ktorý je cieľom dezinformačných kampaní. Obe sú zdanlivo spravodajské siete, ktoré majú inú perspektívu ako „západné“ médiá. Zapájajú sa však do dezinformačných kampaní využívaním selektívneho spravodajstva, propagáciou konšpiračných teórií, prekryvaním rozdeľujúcich príbehov a hosťovaním okrajových alebo kontroverzných osobností. Štátom sponzorované siete sa zriedka zameriavajú na domáce publikum svojho sponzora, čo dokazujú jazyky, v ktorých sa rozhodnú vysielat'. Často sa líšia od ostatných štátom sponzorovaných správ v kvalite spravodajstva aj objektivite.

Príklady zahŕňajú RT, Sputnik, TRT World a CGTN. Proxy médiá sa zvyčajne zameriavajú na domáce alebo regionálne publikum pričom zdôrazňujú naratív, že sú autentickým odrazom miestnych názorov. Hlavné správy sú slovenským príkladom proxy spravodajstva.

Oficiálne štátne úrady

Nie všetky dezinformácie musia byť šírené rafinovanými metódami. Pre potreby dezinformačných kampaní môže agresorský štát využiť aj vlastné štátne orgány. Agresor sa v takom prípade môže oprieť o reputáciu, ktorú má u svojich sympatizantov v cieľovom štáte. Predmetná infraštruktúra tak neslúži primárne na získanie nových podporovateľov, ale skôr na mobilizáciu už existujúcich. Ako príklad môže poslúžiť ruské veľvyslanectvo na Slovensku, ktorého aktivita na Facebooku výrazne prevyšuje aktivitu ostatných zastupiteľských úradov.

INICIATÍVY

Vytvorenie informačného šumu

Informačný šum umožňuje zmiast' spotrebiteľa mnohými rôznymi verziami udalosti a efektívne tak odvrátiť jeho pozornosť od faktov. Efektívne tak dokážu celú kauzu/škandál prehlásiť a pochovať.

Príklad:

Zostrelenie letu MH-17. Ruská propaganda šírla a šírl veľké množstvo verzií o príčinách pádu malajzijského boeingu zo 17. júla 2014, pri ktorej zahynulo 298 ľudí). Niektoré verzie:

1. Boeing zostrelila ukrajinská stíhačka.
2. Boeing bol zostrelený zo zeme ukrajnským protiletadlovým raketovým systémom Buk.
3. Na palube Boeingu bola bomba.
4. Spojené štáty vypustili Boeing už s mŕtvymi telami na palube, aby ich zhodili nad okupované územie Donbasu a obvinili z toho Rusko.
5. Cieľom tých, ktorí zostrelili Boeing, bolo v skutočnosti Putinovo lietadlo.

Využitie mikrocíelenia

Tvorcovia falošných správ dokážu prostredníctvom mikrocíelenia zasiahnuť konkrétnou správou tých užívateľov, ktorí sú najnáchlnejší jej uveriť, prípadne ktorých správanie a postoje môže najviac ovplyvniť. Umožňujú to najmä súbory cookies.

Ide o malé súbory, ktoré sa uložia na počítač alebo mobilné zariadenie v prípade, že tak určí webová stránka, ktorú používateľ navštívi. Tieto súbory obsahujú informácie o tom, z ktorej webovej stránky pochádzajú, ako dlho majú byť uložené na vašom zariadení a taktiež uchovávajú nejakú hodnotu, napríklad zvolený jazyk stránky.

Internetové stránky väčšinou používajú cookies na identifikáciu používateľa. Keď ten príde na stránku prvýkrát, vytvorí sa cookie s hodnotou X, ktorá je unikátna práve pre jeho zariadenie (samozrejme v praxi sa používa hodnota s viacerými znakmi, aby ju nebolo možné uhádnuť). Táto cookie sa nazýva relačná. Ak túto stránku navštívi používateľ znova, jeho prehliadač odošle relačnú cookie s hodnotou X a server s danou stránkou bude vedieť, že je to práve on, pretože iba jeho relačná cookie má hodnotu X. Pomocou cookies dokážu sociálne siete a analytické spoločnosti sledovať a vyhodnocovať preferencie užívateľov a zisťovať tak s pomerne veľkou presnosťou akú reklamu alebo informácie na nich cieľiť.

Prípád spoločnosti Cambridge Analytica, ktorá údajne pomocou botov a mikrocielenia dokázala ovplyvniť Brexit aj americké prezidentské voľby v roku 2016, ukázal, že ide o potenciálne silný nástroj ovplyvňovania verejnej mienky. O to viac, že mikrocielenie býva využívané aj na efektívnejšie šírenie falošných správ.

Spustenie kampane s falošnými účtami na jedno využitie (single-use burner accounts)

Ide o účty, ktoré zdieľajú len jednu falošnú správu a následne zanikajú. Ich najväčšou nevýhodou je veľmi malá virálnosť. Takýmito profilmi zdieľané posty sú len veľmi málo zdieľané reálnymi cieľovými užívateľmi. Výhodou je, že je takmer nemožné vystopovať pôvodný zdroj dezinformácií a zadávateľa dezinformačnej kampane.

Spustenie kampane s falošnými blogermi

Ide o kampaň, pri ktorej sú dezinformácie šírené za pomoci veľmi podrobne vypracovaných falošných profilov, blogerov, s vlastnou biografiou a taktiež za pomoci umelej inteligencie vytvorenou profilovou fotografiou. V porovnaní s falošnými účtami na jedno použitie majú podobné kampane väčšiu virálnosť, avšak je jednoduchšie odhaliť ich zdroj.

Podpora retransmisie domácich propagandistických kanálov v cieľovej krajine

Ide o proces opätovného vysielania televíznych programov a rozhlasových relácií útočiaceho štátu televíznyymi a rozhlasovými stanicami cieľového štátu. Daná prax dokáže výrazne posilniť vplyv naratívov útočiaceho štátu v danej krajine. Najlepším príkladom je Moldavsko, kde v súčasnosti vysielala program ruských kanálov desať miestnych televíznych kanálov, ktoré zároveň patria medzi najpopulárnejšie v krajine.

Vytvorenie siete podvodných spravodajských webov

Spravodajské stránky, ktoré sú vo svojej podstate úplne falošné, pričom však napodobňujú reálne etablované spravodajské kanály. Často majú webové adresy, ktoré sú takmer totožné s adresami skutočných spravodajských kanálov. Napríklad Fox-news24.com (namiesto skutočného foxnews.com). Niekedy ich prevádzkujú spravodajské služby, ako to bolo v prípade webovej stránky PeaceData. Vďaka predmetnej stratégii vidí dezinformácie na sociálnych médiách obrovské množstvo ľudí ešte predtým, než je podvod odhalený. Navyše môžu dezinformácie zverejnené podvodnými spravodajskými webmi zverejniť z nedbanlivosti aj skutočné spravodajské portály,

čo dezinformácií výrazne pridá na dôveryhodnosti a vplyve.

Finančná podpora miestneho politika

Takto motivovaný miestny politik môže pomôcť vytvoriť alebo posilniť informačný šum a taktiež podporiť oficiálny naratív útočiacej strany. Etnické, sociálne a ideologické menšiny, ktoré sa stavajú nepriateľsky voči vláde alebo režimu cieľového štátu sú na takýto typ iniciatív obzvlášť citlivé.

Mobilizácia „užitočných idiotov“ a „spolucestujúcich“

Užitoční idioti predstavujú jednotlivcov alebo skupiny, ktoré sa stávajú nástrojom zahraničných dezinformačných kampaní bez svojho vedomia. Sú do účasti na nich zmanipulovaní prostredníctvom svojej vlastnej špecifickej agendy alebo ideológie. Naopak „spolucestujúci“ sa na dezinformačnej kampani cudzieho štátu podieľajú dobrovoľne a plne vedome. Užitoční idioti a spolucestujúci najmä v podobe dobre organizovaných skupín dokážu posilniť už existujúci informačný šum.

OBRANNÉ KROKY

Podobne ako Mostenzia, aj napadnuté štáty majú k dispozícii škálu obranných krokov, ktoré môžu podniknúť na svoju obranu. Usilujú sa zväčša vybrať taký krok, ktorý by čo najúčinnnejšie neutralizoval útoky zo strany Mostenzie.

INFRAŠTRUKTÚRA

Centrum pre strategickú koordináciu a informačnú bezpečnosť

Je spravidla súčasťou niektorého zo štátnych orgánov, napr. ministerstva kultúry a informácií. Ide o mechanizmus boja proti dezinformáciám za pomoci zapojenia štátnych inštitúcií a tretieho sektora. Centrum sa venuje vlastným informačným kampaniam a obhajobe vládnych politík v tomto smere.

Centrum pre boj s dezinformáciami

Jeho cieľom je koordinovať aktivity rôznych vládnych odvetví v boji s dezinformačnými kampaňami. Centrum pracuje podľa schémy: zber informácií, analýza a odpoveď.

Silná sieť domácich médií

Etablovaná sieť štandardných médií pokrývajúca celé ideologické spektrum tradične poskytovala protiváhu dezinformačným kampaniam. Žiaľ kombinácia narastajúcej ideologickej polarizácie a krízy tradičných médií ich vplyv na spoločnosť oslabil. Napriek tomu ide aj naďalej o osnovu boja proti dezinformačným kampaniam.

Domáce spravodajské služby a orgány činné v trestnom konaní

Môžu byť efektívne využité na identifikáciu zdrojov a pôvodcov dezinformácií a dezinformačných kampaní (trolle farmy, farmy botov), ako aj ich šíriteľov (užitočných idiotov a spolucestujúcich). To všetko najmä za predpokladu, že existuje zodpovedajúca legislatíva, umožňujúca trestné stíhanie takýchto osôb.

Súkromné, verejné a medzinárodné organizácie na kontrolu faktov

Dnes už existuje značné množstvo súkromných a vládnych organizácií na kontrolu faktov, ktoré odhaľujú dezinformácie a hoaxy. Niektoré sú medzinárodné, zatiaľ čo iné sú lokálne. Založenie alebo partnerstvo s týmto typom organizácie a následná podpora tohto typu je účinným prostriedkom v boji proti dezinformáciám. V prvom rade je však potrebné vynaložiť značné úsilie na vytvorenie reputácie akejkoľvek stránky na overovanie faktov. Ak sa tak nestane, zníži sa jej schopnosť osloviť cieľovú skupinu dezinformačných kampaní. Aby bola kontrola faktov efektívna, organizácie musia byť schopné zasiahnuť aspoň časť tejto skupiny.

INICIATÍVY

Analýza operácií mikrocílenia

Identifikácia skupín obyvateľstva, ktoré sú terčom jednotlivých dezinformačných kampaní, umožňuje voľbu efektívnych iniciatív a protistratégií. Predmetná analýza tiež môže pomôcť odhaliť reálne problémy štátu, ktoré oslabujú odolnosť niektorých skupín voči dezinformačným kampaniam.

Iniciatíva na zvýšenie mediálnej gramotnosti

Hoci väčšina obyvateľov dokáže čítať, nie je trénovaná v tom, ako kriticky posudzovať prečítané informácie. To môže viesť k dvom extrémom – ľuďom, ktorí automaticky veria všetkému, čo si v médiách a na internete prečítajú a naopak ľuďom, ktorí odmietajú veriť logickým textom, hľadajú hlbší zmysel a končia pri konšpiračných teóriách. Tento fenomén ešte viac posilnil rozvoj internetu a sociálnych sietí. K užívateľom sa totiž dostáva omnoho viac informácií, ktoré neprešli štandardným edičným procesom. Systematické zvyšovanie mediálnej gramotnosti a schopnosti kritického myslenia obyvateľstva môže negatívne dosahy tohto fenoménu zmierniť.

Spustenie kampane na overovanie faktov

Kampane na overovanie faktov sú najúčinnnejšie po analýze identifikujúcej najčastejšie dezinformačné naratívy, ktoré útočníci používajú. Treba poznamenať, že kampane na overovanie faktov spočívajú v tom, že môžu odhaliť nepravdivé vyhlásenia aj domácej (brániacej sa) vlády. Z dlhodobého hľadiska však môže aj táto skutočnosť pomôcť zvýšiť transparentnosť vlády.

Legislatíva postihujúca šírenie dezinformácií

Nové, prísnejšie, štandardy šírenia a tvorenia informácií môžu v kombinácii so schopnosťou

efektívne odhaľovať jednotlivcov, skupiny a organizácie podieľajúce sa na dezinformačných kampaniach výrazne znížiť ich efektivitu. Legislatíva však musí rešpektovať demokratické štandardy. Predmetný krok tiež nemá dosah na médiá, jednotlivcov a skupiny, podieľajúce sa na kampani zo zahraničia.

Vytvoríť zoznam zahraničných agentov

Registrujte distribútorov dezinformácií ako zahraničných agentov.

Štátom sponzorované spravodajské siete a proxy siete, ktoré preukázateľne dostávajú cudzie financovanie, môžu byť prinútené zaregistrovať sa ako agenti cudzích mocností. To znamená, že všetky registrované organizácie majú obmedzenú právomoc a musia hlásiť svoje aktivity hostiteľskej (obrannej) vláde. To obmedzuje ich schopnosť viesť účinné dezinformačné kampane, aj keď je potrebné poznamenať, že registrované organizácie môžu stále šíriť dezinformácie sofistikovanejšími spôsobmi.

Slovník použitých pojmov

Bot

Autonómny program na internete, ktorý dokáže samostatne uskutočňovať interakcie s inými programami alebo užívateľmi.

Clickbait

Termín, ktorý sa používa na opis online obsahu navrhnutého tak, aby priťahol čitateľov prostredníctvom sexuálne explicitných, emocionálne nabitých, násilných alebo politicky ladených titulkov a obrázkov.

Dezinformácia (po anglicky: „Disinformation“)

Overiteľne nepravdivá, zavádzajúca alebo manipulatívne podaná informácia, ktorá je zámerne vytvorená, prezentovaná a šírená s jednoznačným úmyslom klamať alebo zavádzať, spôsobiť nejakú ujmu alebo zabezpečiť nejaký zisk (napríklad hospodársky či politický).

Falošné osobnosti (po anglicky „Fake personalities“)

Starostlivo vypracované falošné profily v skutočnosti neexistujúcich blogerov, novinárov alebo analytikov s vlastnou biografiou a taktiež za pomoci umelej inteligencie vytvorenou profilovou fotografiou.

Falošné účty na jedno využitie (po anglicky „Single use burner accounts“)

Účty, ktoré zdieľajú len jednu falošnú správu a následne zanikajú. Ich najväčšou nevýhodou je veľmi malá virálnosť. Takýmito profilmi zdieľané posty sú len veľmi málo zdieľané reálnymi cieľovými užívateľmi. Ich výhodou však je praktická nemožnosť vystopovať pri ich použití pôvodný zdroj dezinformácií a zadávateľa dezinformačnej kampane³¹.

Informačný šum (po anglicky: „Information noise“)

Veľké množstvo často protichodných informácií na určitú tému. Hoci vzniká aj prirodzene, organizátori dezinformačných kpaní môžu jeho vznik vedome stimulovať.

Hoax

Charakteristickým znakom hoaxu je úmyselnosť, avšak bez zlého úmyslu. Cieľom býva skôr poukázať na určitý relevantný spoločenský problém. Jeho znakom býva často tiež humor a satira, hoci najmä v súčasnosti nie je jeho nevyhnutnou súčasťou. V každom prípade by však malo ísť o informáciu, ktorá zaujme na prvý pohľad a vyvolá senzáciu.

³¹ Nimmo Ben, Francois Camille, et. al, „Secondary Infection“, Graphica, 2020, <https://secondaryinfection.org/>

Klonovanie profilov (po anglicky „profile cloning“)

Ide o podvodný krok, pri ktorom útočník vytvorí falošný profil existujúcej osoby, organizácie alebo skupiny. Takto vytvorený profil následne využíva legitimitu a vzťahy pôvodného profilu.

Kyborg

V prípade kyborga ide o hybridný účet, ktorý kombinuje neúnavnosť bota s ľudskou jemnosťou. Za kyborgské sú považované účty botov, nad ktorými kontrolu pravidelne preberá skutočný človek, aby mohol reagovať na ostatných používateľov a uverejňovať pôvodný obsah³². Ich prevádzka je na jednej strane drahšia a časovo náročnejšia, no vo výsledku pôsobia takéto účty omnoho autentickjšie. Ide do určitej miery o kombináciu bota s trolom.

Mém (po anglicky: „Meme“)

V širšom zmysle ide o „jednotku kultúrneho prenosu“. Môže ísť o nápad, správanie alebo štýl, ktorý sa šíri od osoby k osobe v rámci určitej kultúry. V kontexte internetu a sociálnych médií sú mémami neraz populárne a virálne obrázky alebo videá s krátkym textom.

Mikrocíelenie (po anglicky: „Microtargeting“)

Kombinácia využitia poznatkov zo súborov cookies s pokročilými analytickými metódami s cieľom zistiť, aký typ cielennej reklamy dokáže najefektívnejšie ovplyvniť názory a postoje konkrétnych používateľov internetu a sociálnych sietí.

Nevedomí agenti (po anglicky „Unwitting agents“)

Ide o bežných užívateľov internetu, ktorí z rôznych príčin dezinformáciám veria a ďalej ich šíria, pričom sa tak nevedome stávajú nástrojom dezinformačnej kampane.

Overovanie faktov (po anglicky: „Fact-checking“)

V širšom kontexte ide o investigatívnu činnosť s cieľom overiť pravdivosť tvrdení. V kontexte dezinformačných kampaní znamená overovanie faktov cielené odhaľovanie a vyvracanie falošných informácií.

Podvodné spravodajské weby (po anglicky „fake news websites“)

Médiá využívané na dezinformačné kampane, ktoré sa vydávajú za etablované spravodajské weby napr. BBC, Fox News či Euronews. Často majú webové adresy, ktoré sú takmer totožné s adresami skutočných spravodajských webov. Ako príklad môže poslúžiť stránka Fox-news24.com, ktorá sa tvárila ako stránka spravodajskej stanice Fox News. Tá má však skutočnú adresu foxnews.com.

³² Klepper David, 2020

Proxy a štátom sponzorované médiá (po anglicky: „Proxy and state-controlled media“)

Zvyčajne sú založené, financované a otvorene spojené s agresorským štátom. Proxy spravodajské kanály sú zvyčajne menej viditeľne spojené s agresorským štátom a sú založené v štáte, ktorý je cieľom dezinformačných kampaní. Obe sú zdanlivo spravodajské siete, ktoré majú inú perspektívu ako „západné“ médiá. Zapájajú sa však do dezinformačných kampaní využívaním selektívneho spravodajstva, propagáciou konšpiračných teórií, prekryvaním rozdeľujúcich príbehov a hosťovaním okrajových alebo kontroverzných osobností. Štátom sponzorované siete sa zriedka zameriavajú na domáce publikum svojho sponzora, čo dokazujú jazyky, v ktorých sa rozhodnú vysielat'. Často sa líšia od ostatných štátom sponzorovaných správ v kvalite spravodajstva aj objektivite.

Spolucestujúci (po anglicky: „Fellow traveller“)

Na rozdiel od nevedomých agentov, „spolucestujúci“ sa na dezinformačnej kampani cudzieho štátu podieľajú dobrovoľne a plne vedome. Užitoční idioti a spolucestujúci najmä v podobe dobre organizovaných skupín dokážu posilniť už existujúci informačný šum.

Trol (po anglicky: „Troll“)

Užívateľ internetu, ktorý svojimi komentármi a správaním sa na internete zámerne provokuje ostatných alebo odvádza diskusiu od pôvodnej témy.

Vysoko falošný obsah (po anglicky: „Deepfake“)

Za pomoci vyspelého softvéru vytvorené video alebo zvuková stopa, pri ktorých je tvár alebo hlas určitej osoby nahradené tvárou alebo hlasom inej osoby. Môže poslúžiť na diskreditáciu oponenta.

Zlá informácia (po anglicky: „Misinformation“)

Neúmyselne šírená nepravdivá informácia.

Záver

Dezinformačné kampane, to nie sú len dezinformácie šírené na internete, pri ktorých si pri pohľade na ich nezmyselnosť v tichosti povieme, že v niečo podobné by sme my nikdy nemohli uveriť. Ako bolo ukázané hneď v úvode tejto príručky, každý jeden z nás, bez ohľadu na dosiahnuté vzdelanie alebo rodinné zázemie, je psychologicky náchylný k tomu, aby uveril určitej dezinformácii a ďalej ju šíril. Oproti minulosti platí tento fakt v ére internetu niekoľkonásobne viac. Ohromné množstvo neraz nepotrebných informácií, ktoré dennodenne skonzumujeme, výrazne zvyšuje šancu, že narazíme práve na dezinformáciu, ktorej sme prirodzene náchylní uveriť. Zároveň, bez toho, aby sme si to uvedomovali, nás tieto vlny informácií neraz dostávajú do stavu informačného preťaženia, ktorý vedie k neschopnosti uskutočniť rýchle a racionálne rozhodnutie a spracovávať ďalšie informácie. To ešte viac oslabuje našu vnútornú obranu voči nepravdivým informáciám.

Z prvej časti príručky vyplývajú dva hlavné poznatky. Prvým z nich je, že organizátori dezinformačných kampaní, ale aj iní manipulátori, s ktorými sa v živote bežne stretávame, disponujú obrovským arzenálom nástrojov, pomocou ktorých nás môžu presvedčiť o pravdivosti inak nepravdivých tvrdení. Dobrou správou je, že pri ich používaní vždy, tak alebo inak, porušujú pravidlá logiky. Pri troche snahy, vybavení základnými znalosťami z tejto príručky, ich preto môžeme pomerne jednoducho odhaliť. Nemenej dôležitým poznatkom je však aj skutočnosť, že brány nášho vedomia otvárame pre nepravdivé informácie často aj sami bez cudzej „pomoci“, prostredníctvom vlastných kognitívnych predsudkov a heuristiky.

Uvedomenie si všetkých týchto skutočností v kombinácii s trochou odhodlania používať logiku nás môže ochrániť pred tým, že sa necháme jednoducho manipulovať podvodníkmi v bežnom živote a aj pred tým, že sa nevedomky staneme pešákmi v rozsiahlych dezinformačných kampaniach cudzích mocností.

Práve takíto nevedomí agenti sú pritom motorom akejkoľvek úspešnej dezinformačnej kampane. Platení trolovia, najatí boti alebo falošné osobnosti dokážu dezinformácie len vytvoriť, rozšíriť v prvej etape a naďalej ich prispôsobovať meniacemu sa naratívu. Skutočným mostom do širšieho povedomia verejnosti sú však pre dezinformáciu aktívni bežní užívatelia sociálnych sietí, ktorí jej úprimne uverili.

V rámci cyklu dezinformačnej kampane pritom brániaci sa štát ťahá takmer vždy za kratší koniec. Nielenže si vyvracanie dezinformácií vyžaduje omnoho viac úsilia a zdrojov než ich vytváranie, ale tvorca dezinformačnej kampane je zároveň aj tým, kto diktuje podmienky boja.

Štáty pritom disponujú len limitovanými priamymi nástrojmi, ako tento nepomer zmierniť. Jedným z nich je analýza operácií mikrocílenia, ktorá nám môže pomôcť identifikovať skupiny obyvateľstva najnáchylnejšie na jednotlivé typy dezinformácií. Taktiež analýzy už ukončených alebo prebiehajúcich dezinformačných kampaní nám môžu pomôcť predvídať tie budúce a pripraviť sa na ne.

No ako jediné efektívne a dlhodobé sa nateraz javia len dve stratégie. Prvou z nich by mala byť snaha vlád efektívne riešiť problémy miestnych spoločností, na ktoré sa dezinformačné kampane zameriavajú.

Hoci sú dezinformačné kampane zahalené hrubým plášťom klamstiev a poloprávd, hlboko v ich jadre je skrytá aj pravda. Efektívne kampane totiž nevymýšľajú nové problémy, ale naopak, identifikujú skutočné problémy cieľových spoločností a okolo nich následne budujú svoj pokrivený naratív. Druhým, nemenej dôležitým krokom, je stimulácia budovania odolnosti a schopnosti samostatného kritického myslenia našej spoločnosti. Príspevkom k tomuto úsiliu je aj naša príručka.

Čo v boji proti dezinformačným kampaniam robí NATO?

Výrazné rozšírenie dezinformácií na sociálnych sieťach neostáva bez povšimnutia NATO. Ako medzinárodná organizácia kolektívnej obrany **koordinuje** snahy členských a partnerských štátov. Šírenie dezinformácií je často vnímané ako súčasť a nástroj hybridnej vojny, ktorým sa snažia protivníci zasiahnuť najmä schopnosť jednotného rozhodovania aliančných štátov. NATO ako spoločenstvo demokratických štátov je nanajvýš citlivé na zmeny verejnej mienky. Dezinformácie a propaganda ohrozujú liberálne základy spojeneckých spoločností a práve preto sú zneužívané predovšetkým zo strany štátov vedených autoritárskymi vládcami. Cieľom takýchto kampaní je dosahovať svoje strategické ciele rozdeľovaním verejnej mienky, atomizovať spoločnosť, posilňovať extrémne názory, a tak prispievať k rozdeleniu pohľadov jednotlivých štátov na často citlivé záležitosti spojené s výkonom zahraničnej alebo obrannej politiky. Dezinformácie tiež obmedzujú schopnosť občanov získať prístup k overeným informáciám, posilňujú polarizáciu a znižujú dôveru verejnosti vo voľby.

Aj prebiehajúca pandémia sa stala predmetom silného dezinformačného úsilia. NATO si uvedomuje, že pre potieranie dezinformácií neexistuje jediné riešenie. Preto **apeluje** na medzinárodné organizácie, národné vlády, ale aj súkromné spoločnosti, médiá a organizácie občianskeho sektora na spoluprácu pri prekonávaní dezinformácií v súvislosti s pandémiou, ktoré priamo zasahujú do zdravia a životov našich občanov³³.

NATO zároveň **podporuje** prácu nezávislých mimovládnych organizácií, think-tankov, akademikov a iných predstaviteľov občianskeho života, ktorí môžu (dez)informácie zbavovať falošných náterov a prispievať tak k odolnosti občanov i našich spoločností.

Jedným z výsledkov tohto úsilia je aj táto príručka, ktorá má byť príspevkom k zvýšeniu povedomia o fenoméne dezinformácií, spôsoboch ich šírenia a taktiež prehľadom o najčastejšie používaných termínoch.

³³ <https://www.nato.int/cps/en/natohq/177273.htm#engages>

Zoznam použitej literatúry

BBC, „Russian disinformation and the Georgian ‚lab of death‘“, 2018, <https://www.bbc.com/news/av/world-46157507>

Bogdanov Vladimir, RG.ru, „Онищенко призвал Грузию закрыть биологическую лабораторию США (Onišenko prizval Gruziju zakryť biologičeskiju SŠA)“, 2013, <https://rg.ru/2013/10/14/lab-site.html>

Brotherton, R., „Suspicious minds: Why we believe conspiracy theories“, Bloomsbury Publishing, 2015

Cillizza, C. (2019, February 19). *Why our politics can't handle Jussie Smollett*. CNN Politics. <https://edition.cnn.com/2019/02/18/politics/jussie-smollett-politics/index.html>

Douglas K. M., Sutton R. M., & Cichocka A., „The psychology of conspiracy theories“, *Current directions in psychological science*, 2017, 26(6), 538-542.

Douglas K. M., Uscinski, J. E. Sutton, R. M., Cichocka, A. Nefes, T., Ang, C. S., & Deravi, F., „Understanding conspiracy theories“, *Political Psychology*, 2019, 40, 3-35.

EurAsia Daily, „Вирус Зика грузинского разлива: Онищенко указывает на «лабораторию Лугара» под Тбилиси (Virus Zika gruzinskogo razliva: Oniščenko ukazivaet na laboratoriju Lugara pod Tbilisi)“, 2016, <https://easaily.com/ru/news/2016/02/16/virus-zika-gruzinskogo-razliva-onishchenko-ukazyvaet-na-laboratoriyu-lugara-pod-tbilisi>

Gajtandžievaová Dilyana, „New data leak from the Pentagon biological laboratory in Georgia“, Dilyana. bg, 2020, <http://dilyana.bg/new-data-leak-from-the-pentagon-biological-laboratory-in-georgia/>

Jolley D., Meleady, R. & Douglas, K. M., „Exposure to intergroup conspiracy theories promotes prejudice which spreads across groups“ *British Journal of Psychology*, 2020, 111(1), 17-35.

Jolley D., & Paterson J. L., „Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence“, *British Journal of Social Psychology*, 2020, 59(3), 628-640.

Kulikov Sergej, RG.ru, „Заслали клопа (Zaslali Klopa)“, 2018, <https://rg.ru/2018/03/30/rosselhornadzor-v-abhazii-mogla-proizojti-biologičeskaia-diversiia.html>

Marchlewska M., Cichocka A., Łozowski, F. Górska, P., & Winiewski, M., „In search of an imaginary enemy: Catholic collective narcissism and the endorsement of gender conspiracy beliefs“, *The Journal of Social Psychology*, 2019, 159(6), 766-779

Mythdetector.ge, „Troll and Kremlin-affiliated Journalist Manipulatively Spread Documents Leaked from Lugar Lab“, 2020, <https://www.mythdetector.ge/en/myth/troll-and-kremlin-affiliated-journalist-manipulatively-spread-documents-leaked-lugar-lab>

National Democratic Institute, „Public Attitudes in Georgia“, 2019, <https://caucasusbarometer.org/en/na2019ge/TFLUGLAB-by-AGEGROUP/>

NewsFront.ge, „კორონავირუსი ჩინეთში არ წარმოიშვა! გამარჯობა, ლუგარის ლაბორატორიაჲ!(Koronavirusi činetში არ წარმოიშვა! Gamardžoba Lugaris laboratorიაჲ!)“, 2020, https://ge.news-front.info/2020/03/18/koronavirusi-chinethshi-ar-tsarmoishva-gamarjoba-lugaris-laboratorიაჲ/?fbclid=IwAR3n3m1krUuW8icz3O5Xa-HHZjqvOYiVrL29xIAhASiYU_AhU38ECkWajiw

Risen J. L., “Believing what we do not believe: Acquiescence to superstitious beliefs and other powerful intuitions”, *Psychological Review*, 2016, 123(2), 182.

Saqinform.ge, „საქართველოს სახელმწიფო უშიშროების ექსმინისტრმა იგორ გიორგაძემ დაიწყო დოკუმენტების გამოქვეყნება საქართველოში ამერიკული ლაბორატორიის საქმიანობის შესახებ, სადაც ადამიანებზე ლეტალური ექსპერიმენტების ჩატარება შეეძლოთ (Saqartvelos sachelmწიფო უშიშროების eqsministrმა Igor Giorgadzem daicqo dokumentebis gamoqeqneba Saqartveloში amerikuli laboratorიაჲ saqmianobis šesახებ, sadac adamianeბზე letaruli eqსperimentebis čatareბა šeedzlot)“, <http://saqinform.ge/news/39262/saqartvelos+saxelmწიფო+ushishroebis+eqsministrმა+igor+giorgaZem+daiwyo+dokumentebis+gamoqveყneბა+saqartveloში+amerikuli+laboratorიაჲ+saqmianobis+shesახებ%2C+sadac+adamianeბზე+letaluri+eqსperimentebis+chatareბა+sheeZlot.html>

Stengel, R.: *Information Wars*. 2019, New York: Atlantic Monthly Press

Šrol, J., Čavojová, V., & Ballová Mikušková, E., “Finding someone to blame: The link between COVID-19 conspiracy beliefs, prejudice, support for violence, and other negative social outcomes”, 2021, *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/y4svc>

Uscinski J. E., “Conspiracy theories and the people who believe them”, Oxford University Press, USA, 2018

Vesti.ru, „Тбилиси отверг обвинения в опытах над людьми в лаборатории Лугара (Tbilisi otverg obvineniija v opytach nad ľudmi)“, 2018, <https://www.vesti.ru/article/1459107>

O nás

Inštitút pre Centrálnu Európu (ICE) spája ľudí, ktorí sú presvedčení, že pre dobré rozhodnutia vo verejnom sektore je potrebná správne vedená odborná diskusia relevantných stakeholderov. ICE vytvára platformu pre diskusiu predstaviteľov verejného života, akadémie a hospodárstva. Prepája výsledky vlastného výskumu s expertízou domácich i zahraničných odborníkov v jednotlivých oblastiach a predostiera návrhy na zlepšenie sektorových politík štátu. Vo svojej činnosti sa inštitút zameriava na rozšírenie tradičného vnútroštátneho prístupu, zohľadňujúc európsky a regionálny kontext. ICE sa sústreďuje na široké spektrum tém, ktoré formujú kvalitu života obyvateľov na Slovensku, v stredoeurópskom regióne a v Európe. ICE v súčasnosti realizuje, okrem iného, aj projekty s podporou Severoatlantickej aliancie, Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR a Ministerstva obrany SR. Viac na www.iceoz.eu.



© 2021 Inštitút pre Centrálnu Európu.
Všetky práva vyhradené.