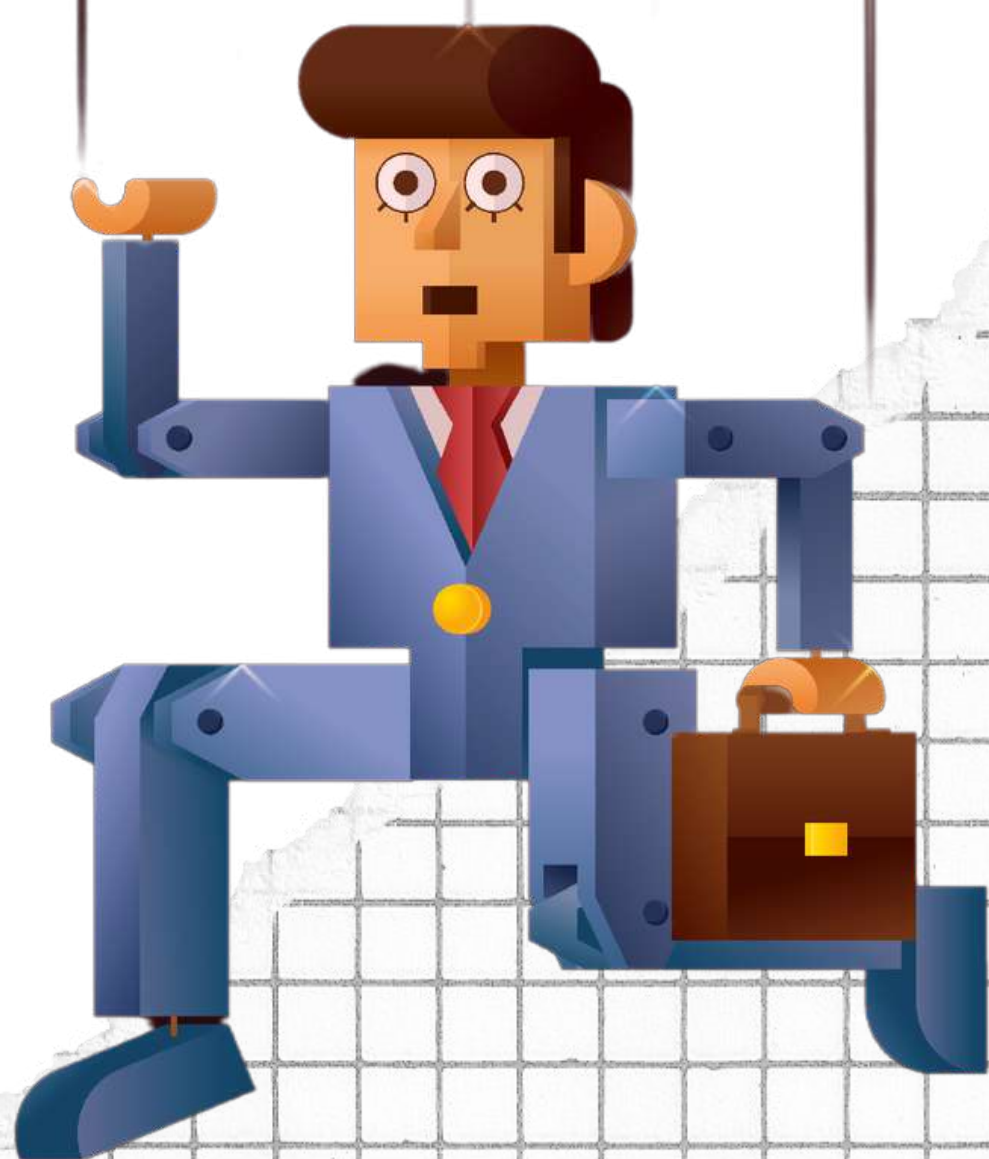


FAKE NEWS

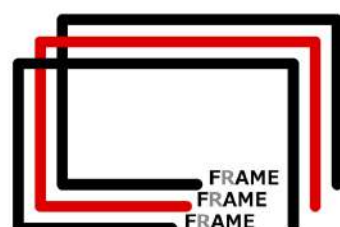
PRŮVODCE PRO POCHOPENÍ
FUNGOVÁNÍ MASOVÉ KOMUNIKACE





2021-1-PL01-KA220-ADU-000028417

THIS PUBLICATION HAS BEEN MADE UNDER THE FAKENEWS PROJECT THE MEMBERS OF CONSORCIUM:



VISIT OUR WEBSITE FOR FURTHER INFORMATION: WWW.FAKENEWSPROJECT.EU



Co-funded by
the European Union

*Podpora Evropské komise při přípravě této publikace
nepředstavuje schválení jejího obsahu, který odráží názory autorů. Komise nemůže být činěna odpovědnou za jakékoli
užití této publikace a za případné využití informací v ní obsažených.*



GLOSÁŘ

- **Vědecká komunikace:** Přenos vědeckých poznatků ke společnosti (může být prováděn kýmkoli)
- **Komunikace vědy:** Přenos poznatků mezi vědci a společností
- **Akademická komunikace:** Přenos vědeckých poznatků mezi vědci a studenty
- **Fake news:** zpravodajské články, které jsou záměrně a prokazatelně nepravdivé, jejichž účelem je manipulovat s veřejným vnímáním skutečných faktů, událostí a prohlášení. Pisatel ví, že jsou nepravdivé, jelikož vycházejí z faktů, které jsou prokazatelně nesprávné.
- **Deep fake:** Forma umělé inteligence zvaná hluboké učení, určená k vytváření obrázků falešných událostí. Technologie Deep fake dokáže od základu vytvořit přesvědčivé, ale zcela fiktivní fotografie. Zvuk lze také přesvědčivě zfalšovat a vytvořit „modulace hlasu“ nebo „klony hlasu“ veřejných osob
- **Misinformace:** Neúmyslně šířená nepravdivá a zavádějící informace
- **Dezinformace:** Úmyslně šířená nepravdivá informace
- **Zavádějící:** Vyvolávající špatnou myšlenku nebo dojem
- **Manipulace:** Provádění nebo ovlivňování kontroly (osoby nebo situace) vychytrale nebo bez skrupulí
- **Síťová žurnalistika:** Termín používaný k označení profesionálních novinářů a dalších zainteresovaných stran spolupracujících na tvorbě příběhů. Síť profesionálů a občanů spolupracují, potvrzují, opravují a nakonec spoluvytvářejí podstatu příběhu, který bude vyprávěn (angl. Networked journalism)
- **Digitální gramotnost:** Být digitálně gramotný znamená mít dovednosti, které potřebujete k životu, učení a práci ve společnosti, kde komunikace a přístup k informacím stále více probíhá prostřednictvím digitálních technologií, jako jsou internetové platformy, sociální média a mobilní zařízení.



Co-funded by
the European Union

*Podpora Evropské komise při přípravě této publikace
nepředstavuje schválení jejího obsahu, který odráží názory autorů. Komise nemůže být činěna odpovědnou
za jakékoli užití této publikace a za případné využití informací v ní obsažených.*



OBSAH



1. ÚVOD

1.1 Představení tématu

1.2 Cílová skupina

1.3 Cíl koncepčního průvodce

1.4 Zamysleme se

1.5 Zasazení do kontextu: celkové statistiky a národní průzkumy

KAPITOLA 2: FAKE NEWS A NÁSTROJE NA JEJICH ODHALENÍ

2.1 Co to znamená fake news?

2.2 Tradiční vs. digitální žurnalistika

2.3 Role sociálních médií v procesu šíření fake news

2.4 Jaké hlavní faktory podporují šíření fake news?

KAPITOLA 3: FAKE NEWS NA POLI VĚDY A VĚDECKÉ KOMUNIKACE

3.1 O vědecké komunikaci, komunikaci vědy a akademické komunikaci

3.2 Proces kontaminace vědeckých informací

3.3 Tři modely komunikace vědy

KAPITOLA 4: NÁSTROJE A TECHNIKY K ODHALENÍ FAKE NEWS A BOJI PROTI NIM

4.1 Nástroje k odhalení fake news

4.2 Jak lze využít technologie v boji proti šíření falešných zpráv?

4.3 Mezigenerační výměna na téma fake news

5. BIBLIOGRAFIE

ÚVOD



1.1 PŘEDSTAVENÍ TÉMATU

V poslední době se k veřejnosti dostává stále více vědeckých informací prostřednictvím sociálních médií, jako je Twitter, Facebook, Instagram nebo Youtube.

Průzkumy provedené v Evropě a USA (Eurobarometr, NSF, Pew Research Center) ukazují, že občané stále častěji označují internet jako primární zdroj vědeckých a technologických informací. Toto zvýšené vystavení internetu má následující důsledky:

- Lidé s větší pravděpodobností vnímají online vědecké a technologické informace na sociálních sítích jako realističtější než informace založené na faktech
- Důvěru veřejnosti ve vědu může ohrozit nedostatečná online kontrola kvality, důvěra ve falešné zprávy, které byly zmanipulovány

1.2 PRO KOHO JE PŘÍRUČKA URČENA

Tato příručka je určena každému, koho by mohlo zajímat téma falešných zpráv (fake news) na sociálních sítích a internetu, zejména pokud jde o vědeckou a odbornou komunikaci. Je však specificky zaměřena na osoby starší 55 let, protože jejich úroveň digitální gramotnosti může být nižší a mohou mít větší tendenci věřit nespolehlivým informacím.

1.3 CO JE CÍLEM TÉTO PŘÍRUČKY

Tato příručka byla vytvořena s cílem umožnit čtenářům přijímat vlastní rozhodnutí, co se týče technologií, a kriticky vnímat informace z různých zdrojů.

Toho bude dosaženo prostřednictvím:

1. Základních znalostí o vědeckých a odborných
komunikačních procesech

2. Základních znalostí o tom, co se rozumí pod pojmem
fake news a deep fake

3. Nástrojů pro uživatele k odhalování fake news
a deep fake

4. Přehledu o tom, jak lze falešné zprávy mohou šířit
a jak je jejich prostřednictvím možné manipulovat

1.4 ZAMYSLEME SE



Zkuste si na pár minut vybavit situaci, kdy jste četli o konkrétní vědecké události nebo situaci na sociálních sítích a uvěřili jste jí, aniž byste ji zkusili porovnat s fakty a údaji, a pak se tato zpráva ukázala jako nepravdivá.

Stává se vám to často? Čtěte dál a zjistěte, jak tomu zabránit a zajistit, aby informace, které přijímáte, byly spolehlivé.

1.5 ZASAZENÍ DO KONTEXTU

Jak již bylo zmíněno, lidé na celém světě jsou v poslední době stále více vystavováni internetu, kvůli čemuž jsou více vystaveni riziku vnímat nepravdivé informace na sociálních sítích jako skutečné.

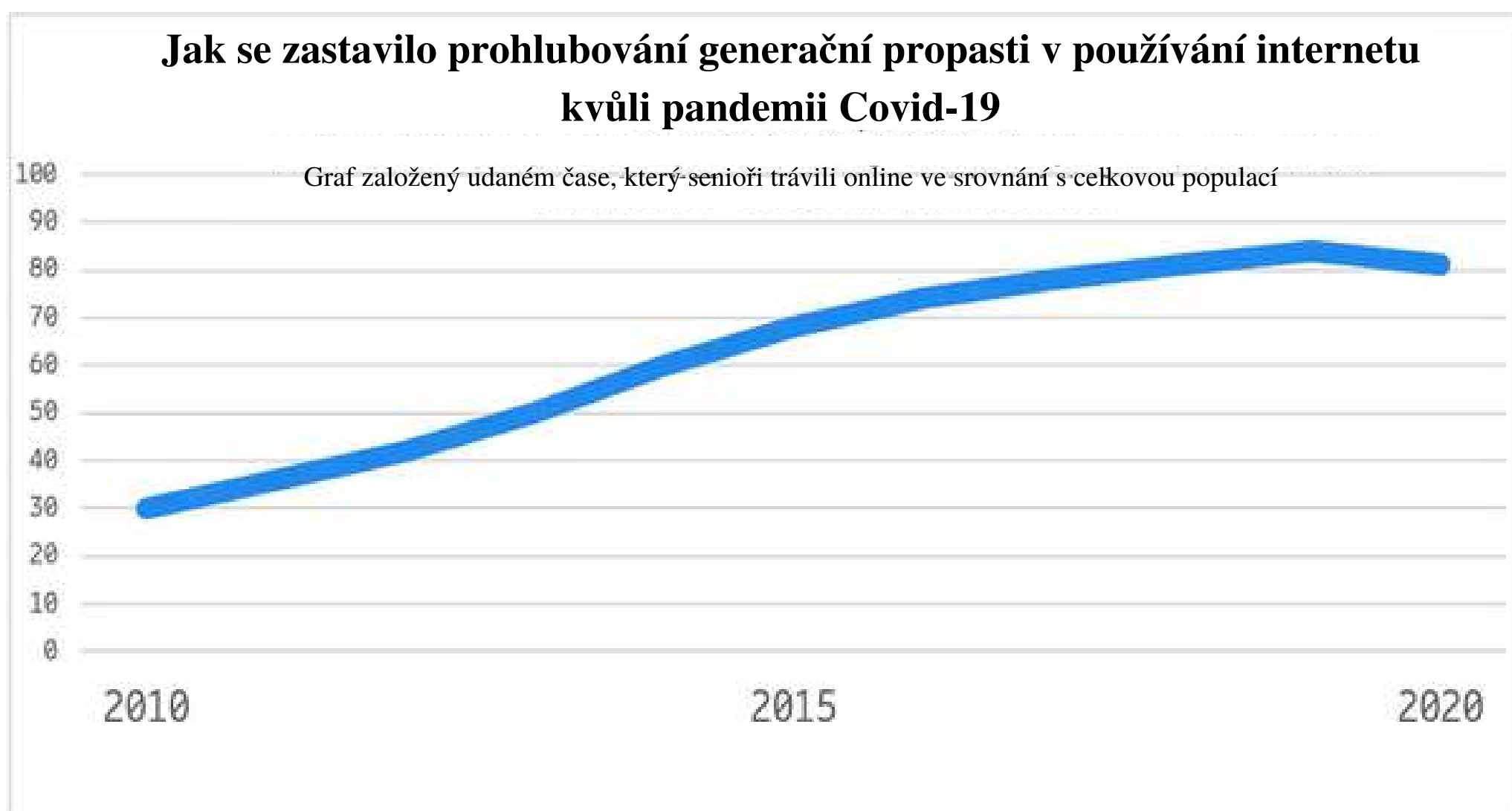
Vzhledem k tomu, že tato příručka je určena zejména uživatelům starším 55 let, rádi bychom zahájili toto téma prozkoumáním současné situace ohledně používání sociálních médií staršími osobami v různých zemích, které tvoří partnery tohoto projektu: Francie, Španělsko, Polsko, Itálie, Česká republika a Řecko.

CELKOVÉ STATISTIKY

Podle Ericssonova průzkumu "*Seniors and technology during Covid-19: the latest insights*":



Generační propast v používání internetu se v důsledku pandemie Covid-19 velmi snížila



Tabulka 1: Jak se zastavilo prohlubování generační propasti v používání internetu kvůli pandemii Covid-19.
Zdroj: Ericsson Consumerlab Analytical platform 2012-2020. Výzkum na vzorku populace 15-69 let ze 17 zemí (Argentina, Austrálie, Brazílie, Kanada, Česká republika, Čína, Indie, Indonésie, Itálie, Japonsko, Francie, Rusko, Jižní Korea, Španělsko, Švédsko, Velká Británie a USA).



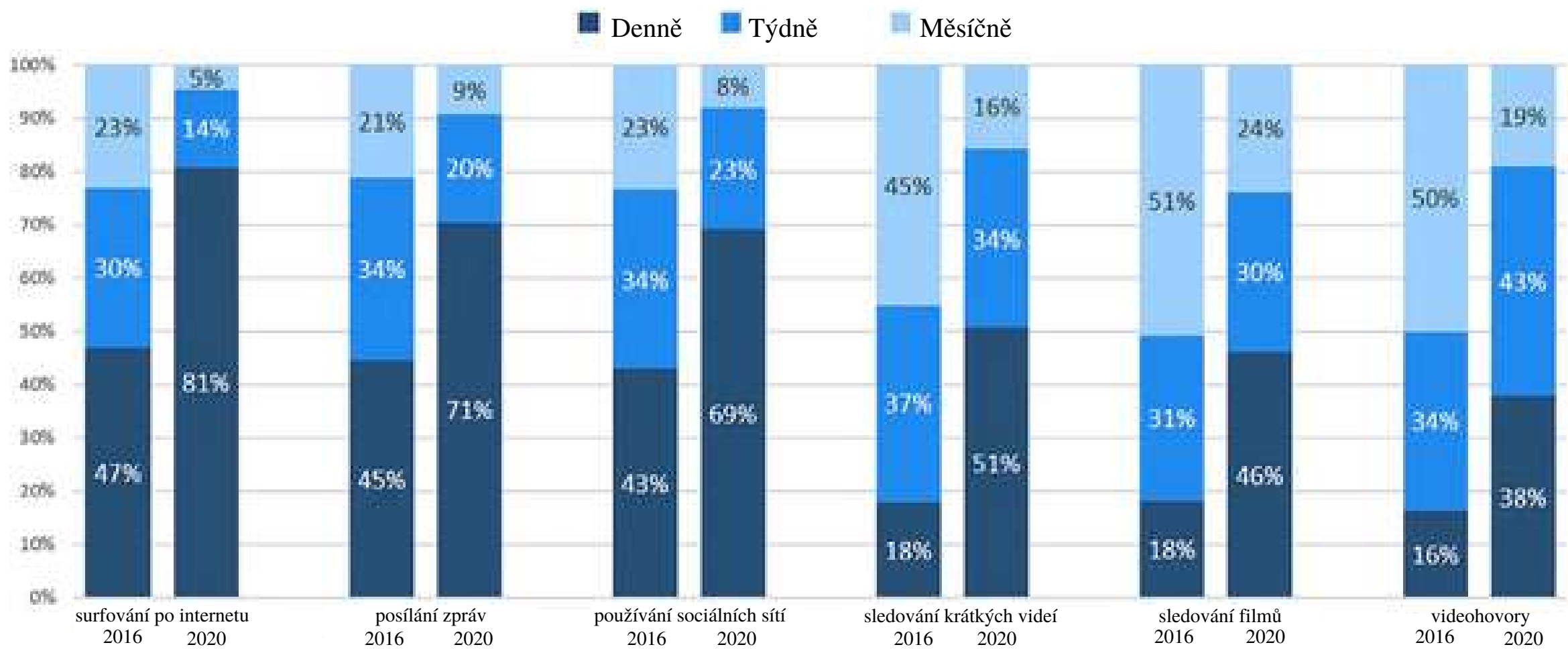
9/10 uživatelů starších 65 let uvedlo, že jim internet pomohl v každodenním životě



Studie ukázala, do jakých aktivit senioři investují většinu svého času. Je to surfování na internetu, posílání zpráv, používání sociálních sítí, sledování krátkých videí, sledování filmů či videohovory.

Senioři více využívají své chytré telefony

Frekvence používání následujících internetových aktivit na chytrých telefonech, srovnání roku 2016 a 2020 pandemie Covid-19



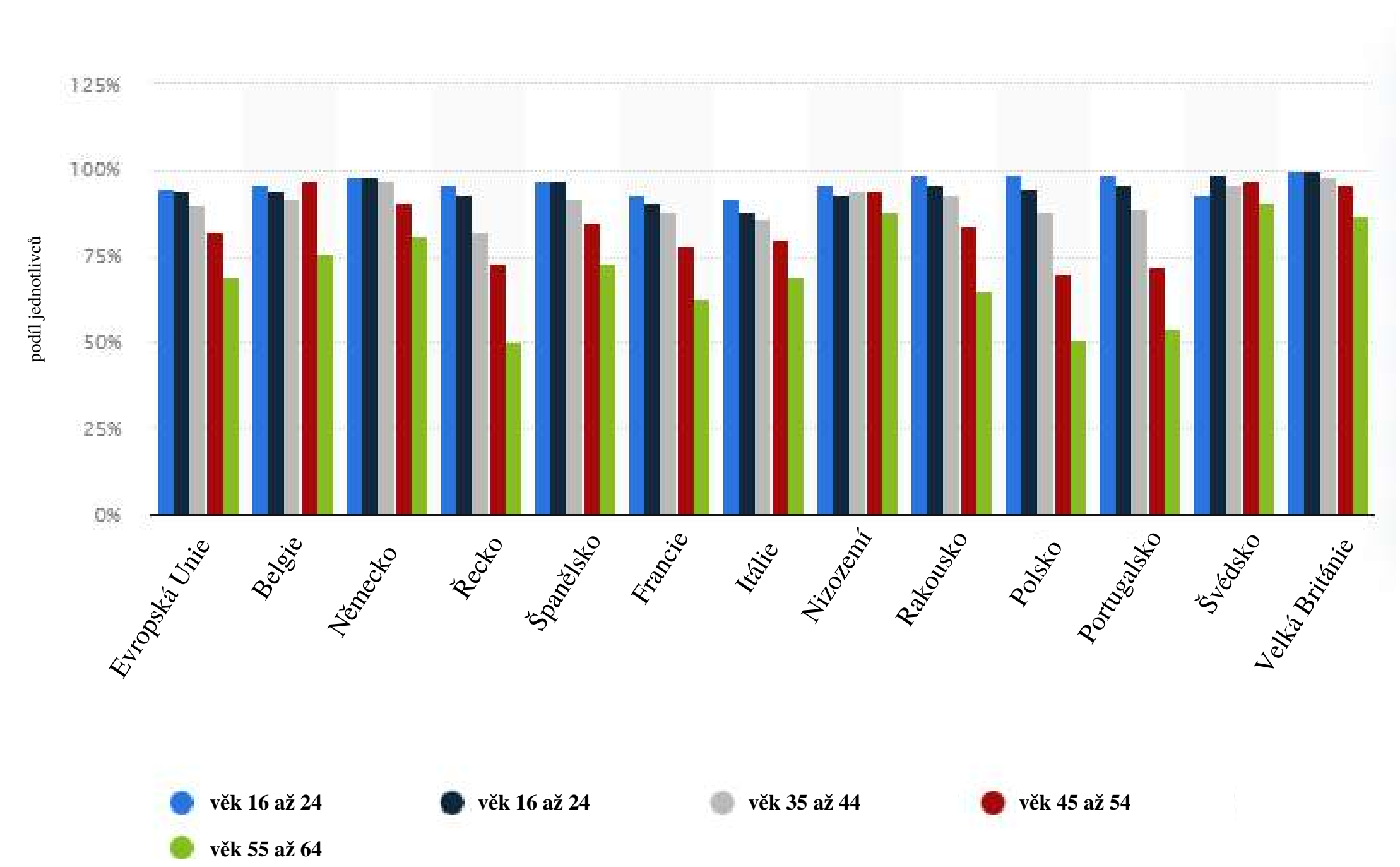
Tabulka 2: Jak senioři více využívají své chytré telefony. Zdroj: Ericsson Consumerlab Analytical platform 2012-2020. Výzkum na vzorku populace 15-69 let ze 17 zemí (Argentina, Austrálie, Brazílie, Kanada, Česká republika, Čína, Indie, Indonésie, Itálie, Japonsko, Francie, Rusko, Jižní Korea, Španělsko, Švédsko, Velká Británie a USA).

Na **zapojení seniorů do šíření nepravdivých informací online** se zaměřila studie publikovaná v roce 2016 v American Magazine Science (www.lesechos.fr/tech-medias/medias/les-seniors-partagent-davantage-de-fake-news-que-les-jeunes-373303):



Senioři nad 65 let šíří 7krát více falešných zpráv než lidé ve věku 18–29 let a 2-3krát více než kategorie 46–65 let

Na evropské úrovni je podle Statisty průměrný podíl denních uživatelů internetu v EU ve věkové skupině 55-65 let 65 %.



Zdroj: www.statista.com/statistics/1241896/european-countries-internet-users-use-accessed-internet-daily-age/



Ze studie vyplývá, že v EU používá internet nejvíce seniorů ve Švédsku, a to 91 %. Za nimi následuje Nizozemsko (88 %) a Německo (81 %).



Naopak nejméně senioři využívají internet v Řecku (50 %) a v Polsku (51 %).





Aktivnější uživatelé (kteří sdíleli více než 2 000 odkazů) sdíleli úměrně méně falešných zpráv



41 % uživatelů ve věku +70 se naučilo používat internet samo. Vzhledem k tomu, že senioři nevyrůstali v digitálním prostředí a učili se sami, byli méně vnímaví k jeho rizikům.

Co se týče **oblastí zájmu seniorů**, našli jsme studii provedenou 'La Croix' , *"News: between young and old, the big gap"*, která tvrdí:



Zatímco mladí lidé (18–24) se o novinky zajímají stále méně, 75 % lidí ve věku +65 projevuje střední až vysoký zájem



Mnoho mladých lidí získává informace prostřednictvím sociálních sítí, zatímco starší uživatelé dávají přednost vyhledávačům, informačním bulletinům nebo stránkám, na které jsou zvyklí.

Co se týče **nejpoužívanějších sociálních sítí** na světě:

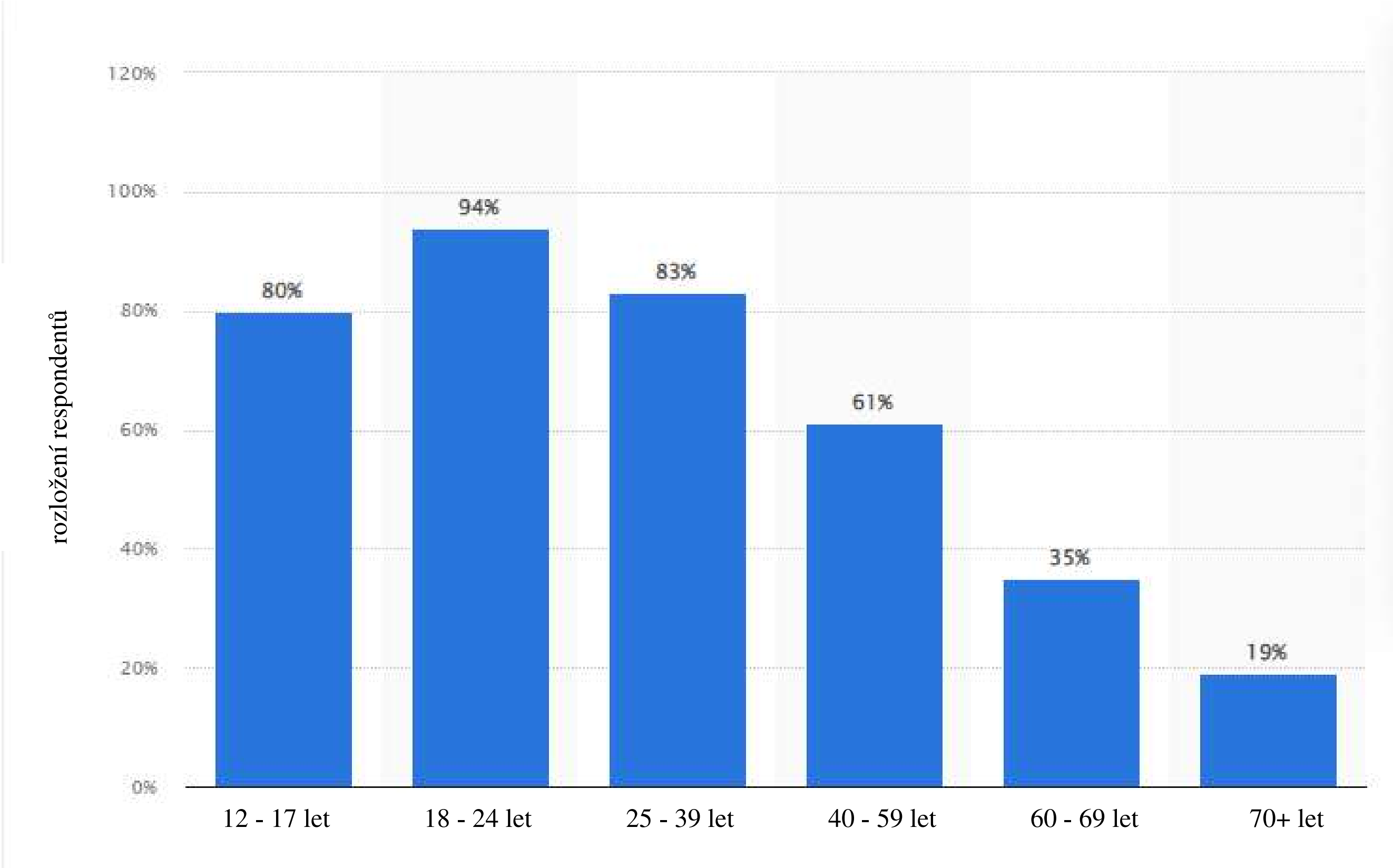
Celosvětově nejpopulárnější jsou Facebook s 2,7 miliardami uživatelů a YouTube s 2 miliardami uživatelů (wearesocial 2020).



Mezi lidmi ve věku 55+ byl nejpopulárnější YouTube s 2,4 miliardami uživatelů (nejvyšší počet uživatelů ve věkové skupině je 4,5 miliardy u lidí ve věku 25-34 let) a Twitter měl nejvíce uživatelů mezi populací ve věku 55+ (752,5 milionů) (Peszek 2016).

Francie

Hned na začátku, podle následujícího grafu, který ukazuje statistiky „*National Statistics Institute*“ o používání sociálních sítí podle věkového rozmezí ve Francii v roce 2020 (www.fr.statista.com/statistiques/480837/utilisation-reseaux-sociaux-france-age/), je patrné, že i když je podíl uživatelů sociálních sítí ve věku nad 55 let nižší než u mládeže, je stále poměrně vysoký, přičemž 38 % lidí starších 70 let sociální sítě používá.



Tabulka 3: Zdroj: www.ericsson.com/en/blog/2021/1/seniors-and-technology-during-covid





49 % francouzských seniorů považuje internet za důležitý pro jejich společenský život a 19 % dokonce považuje tento prvek za klíčový.



2.4M francouzských seniorů je aktivních na Facebooku.



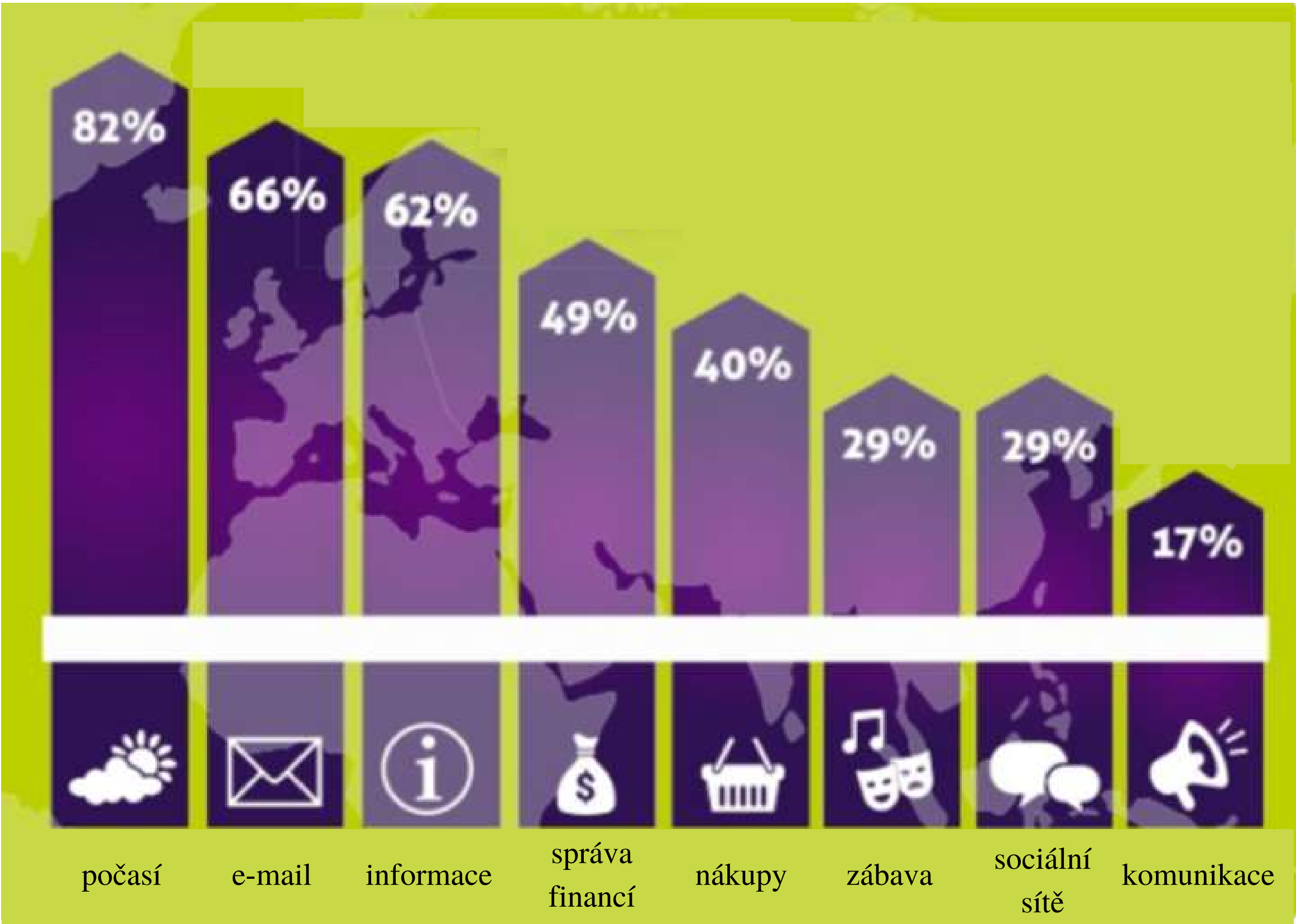
520,000 seniorů je aktivních na Twitteru.



Téměř každý pátý senior je registrován na sociální síti (18 %). 70 % je registrováno déle než rok.

Pokud jde o **hodiny strávené týdně na internetu**, provedlo konsorcium rezidenčních pobytů pro seniory „Les Seniorales“ v roce 2017 průzkum, který prokázal, že senioři (60+) tráví na internetu 14 hodin týdně, protože většina z nich se domnívá, že usnadňuje jejich každodenní život. Následující velmi zajímavý graf ukazuje, k čemu přesně starší lidé používají internet (do jakých věcí investují svůj čas):

K čemu evropští senioři využívají internet?



Tabulka 4: Zdroj: www.fr.statista.com/statistiques/480837/utilisation-reseaux-sociaux-france-age/



Španělsko



Podle studie provedené portálem www.inforesidencias.com se ve Španělsku v roce 2020 zvýšil přístup starších lidí k internetu exponenciálně.



Nová generace osob nastupujících do důchodu má **solidní uživatelské dovednosti**; pouze nízké procento lidí ve věku 60-65 let neumí zacházet se sociálními sítěmi jako WhatsApp, FB, Twitter nebo Instagram



Podle španělského národního statistického institutu 91 % osob ve věku 55+ použilo internet v posledních 3 měsících před průzkumem, zatímco u osob ve věku 65–74 let to bylo 73,3 %.

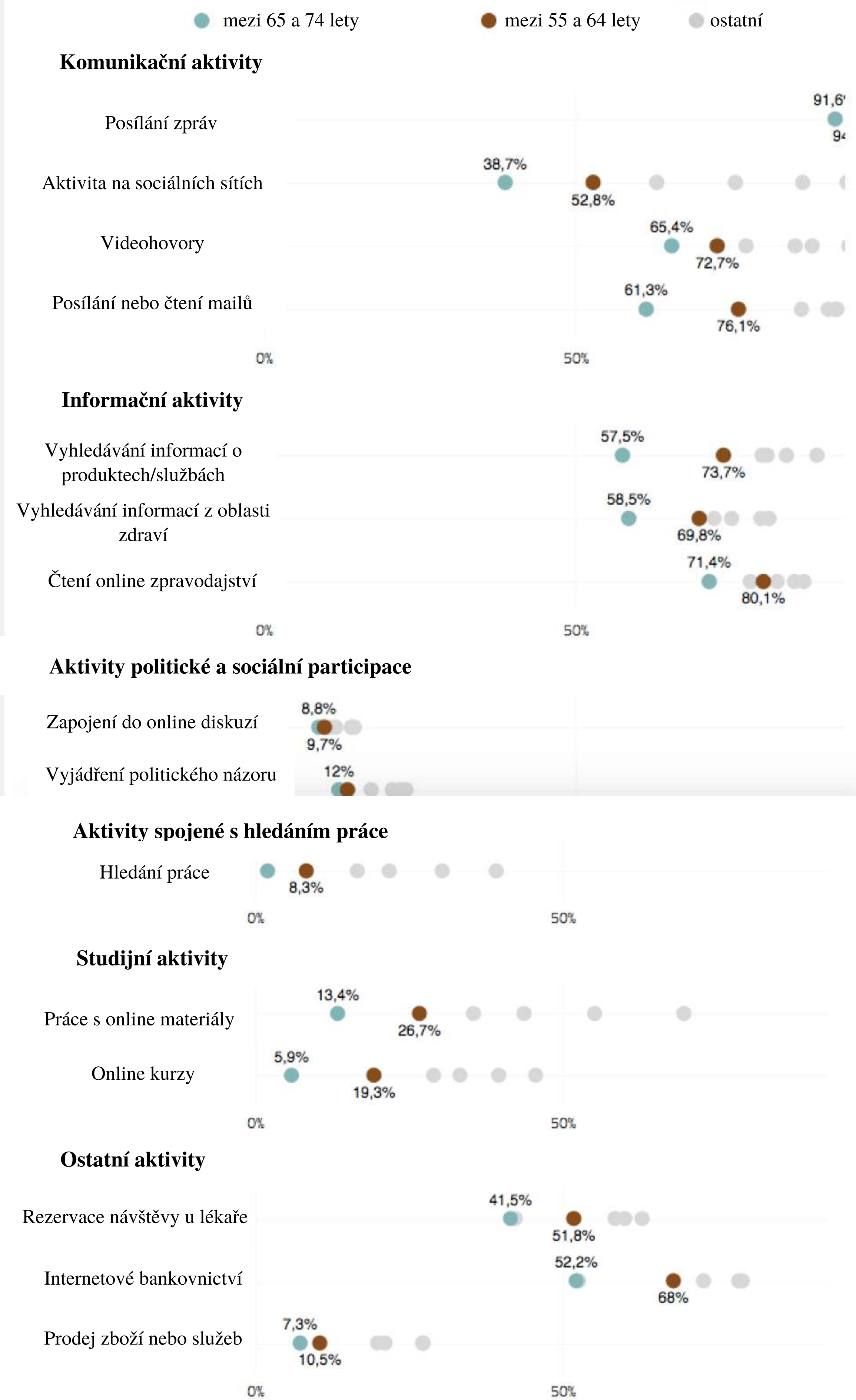


Pokud jde o to, jak moc senioři důvěřují online informacím, stejná studie španělského Národního statistického institutu ukázala, že 39,3 % uživatelů internetu za poslední tři měsíce důvěřuje internetu jen málo nebo vůbec, 56,1 % poměrně hodně a 4,6 % naprosto. Muži důvěřují internetu více než ženy. A obecně řečeno, mladí lidé důvěřují internetu více než starší lidé



Mezi **online aktivitami**, které za poslední tři měsíce prováděly osoby starší 74 let, je používání komunikačních aplikací, jako je WhatsApp, jak pro rychlé zasílání zpráv (26,0 % oproti 22,0 % v roce 2020), tak pro telefonování nebo videohovory přes internet (20,2 % oproti 16,6 %). Kromě toho 20,2 % čte tisk a publicistické časopisy online (oproti 15,8 % v roce 2020).

Tabulka 5: 55 - 64 let

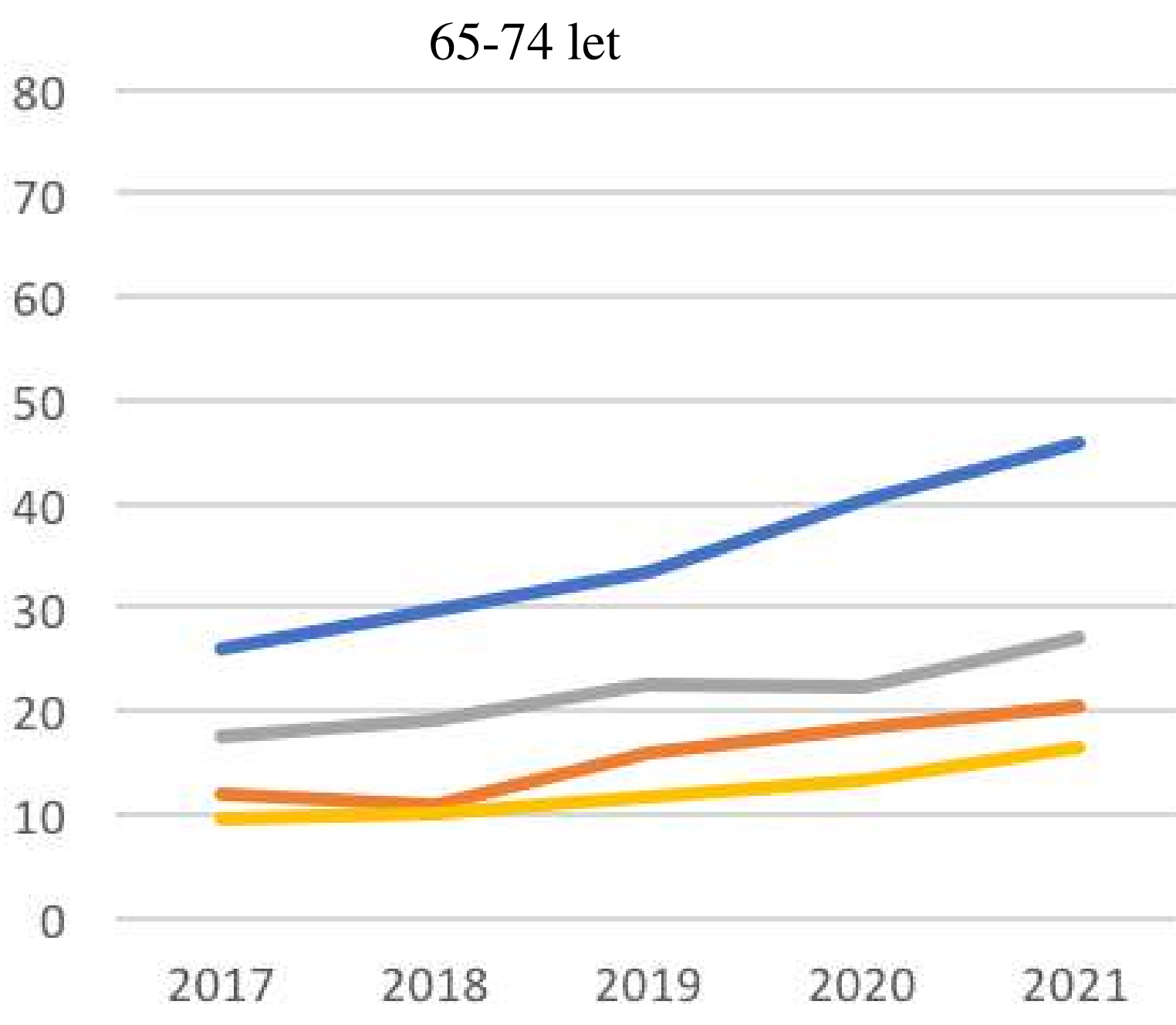
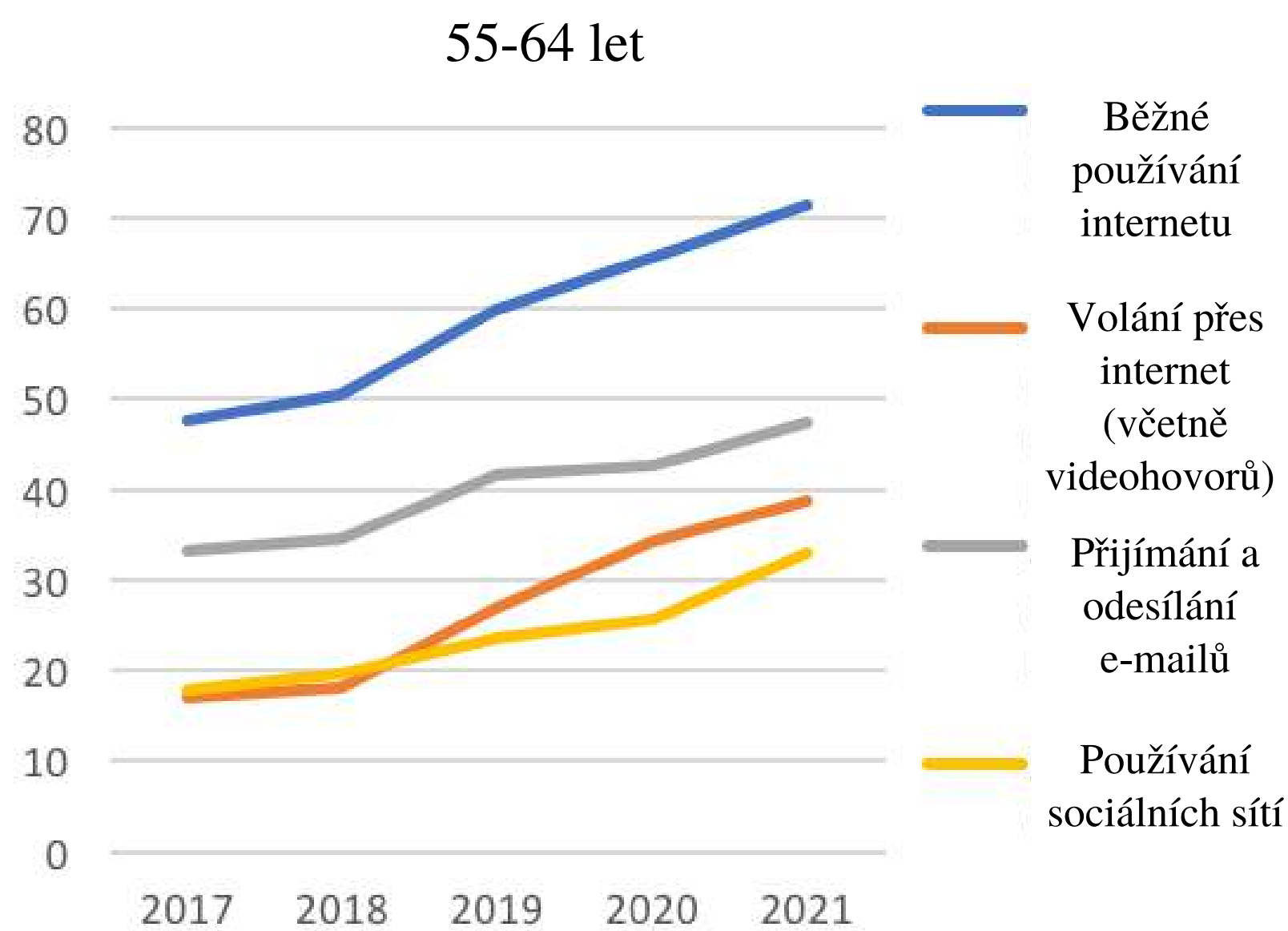


Polsko

 Podle „Informační společnosti v Polsku v roce 2021“ jsou starší lidé častěji pravidelnými uživateli internetu. V roce 2021 se ve skupině 65-74 téměř polovina Poláků označila jako pravidelné uživatele internetu, v roce 2017 to bylo zhruba o polovinu méně.

 Mezi lidmi ve věku 55-64 let je tento ukazatel vysoký – 71,3 %, ale samozřejmě nižší než u mladších Poláků (téměř 100 % mezi lidmi do 45 let).

 Pokud jde o online aktivity prováděné Poláky, studie ukazuje následující:



Tabulka 6: Zdroj: Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2021 r. / Information society in Poland in 2021, Statistics Poland, Warszawa-Szczecin 2021.



Tabulka 7: Běžní internetoví uživatelé, komunikace skrze internetové aktivity, online nakupování podle věkových skupin v Polsku v letech 2017-2021 (v %)

	2017	2018	2019	2020	2021
Běžné používání internetu (%)					
16-24	99.0	98.8	99.3	99.2	98.4
25-34	94.5	96.5	97.0	98.4	98.9
35-44	87.5	90.6	94.5	95.2	96.7
45-54	67.7	73.4	78.1	84.3	89.1
55-64	47.5	50.4	59.9	65.8	71.3
65-74	26.0	29.8	33.3	40.4	45.9
Volání přes internet (včetně videohovorů) (%)					
16-24	57.2	61.2	82.8	88.4	88.1
25-34	41.7	50.7	69.4	75.1	76.9
35-44	35.1	37.3	56.8	65.6	66.6
45-54	25.5	26.1	40.0	49.6	53.4
55-64	17.0	18.0	27.0	34.4	38.7
65-74	11.9	10.8	15.9	18.4	20.4
Přijímání a odesílání e-mailů (%)					
16-24	87.4	85.9	89.0	92.7	91.5
25-34	85.1	85.7	87.6	89.3	90.4
35-44	73.2	75.2	80.4	80.8	85.3
45-54	49.3	55.3	61.5	64.6	68.6
55-64	33.2	34.6	41.5	42.7	47.3
65-74	17.6	19.0	22.6	22.3	27.0
Užívání sociálních sítí (%)					
16-24	90.5	91.2	91.5	91.4	91.0
25-34	75.1	78.9	81.9	81.4	82.9
35-44	56.8	59.9	65.9	69.2	69.2
45-54	30.6	36.4	41.9	48.7	53.5
55-64	17.8	19.7	23.5	25.6	33.1
65-74	9.5	10.0	11.8	13.2	16.5
Používání sociálních sítí (%)					
16-24	63,6	65,4	74,7	77,8	79,3
25-34	70,4	73,3	81,2	87,1	86,5
35-44	58,8	64,6	70,0	81,0	80,1
45-54	35,7	40,8	49,7	59,7	61,4
55-64	19,6	22,1	27,3	35,6	38,9
65-74	8,6	10,4	13,2	16,8	18,3

Zdroj: Information Society in Poland in 2021 Statistics Poland, Warsaw-Szczecin 2021





Facebook Messenger využívalo 80 % uživatelů internetu a Instagram 60 %. Tato sociální média byla nejméně populární mezi Poláky ve věku 65 let a více[1], ale je vhodné zdůraznit, že v Polsku byl v roce 2015 Twitter nejpopulárnější mezi lidmi ve věku 55+ (Peszko 2016).

Data Wearesocial (únor 2022) odhadují, že ve věku 65+ používá Instagram a Messenger 5,3 % z celkového počtu osob (3,1 % jsou ženy, 2,2 % - muži) a ve věku 55-64 je to 6,8 % (4,2 % ženy a 2,6 % muži).

Průzkum Digital Poland Foundation z roku 2021 informuje, že třemi hlavními zdroji informací pro respondenty ve věku 55+ let jsou televize (78 %), internetové portály (72 %) a tisk a rozhlas (každý 51 %).

Itálie



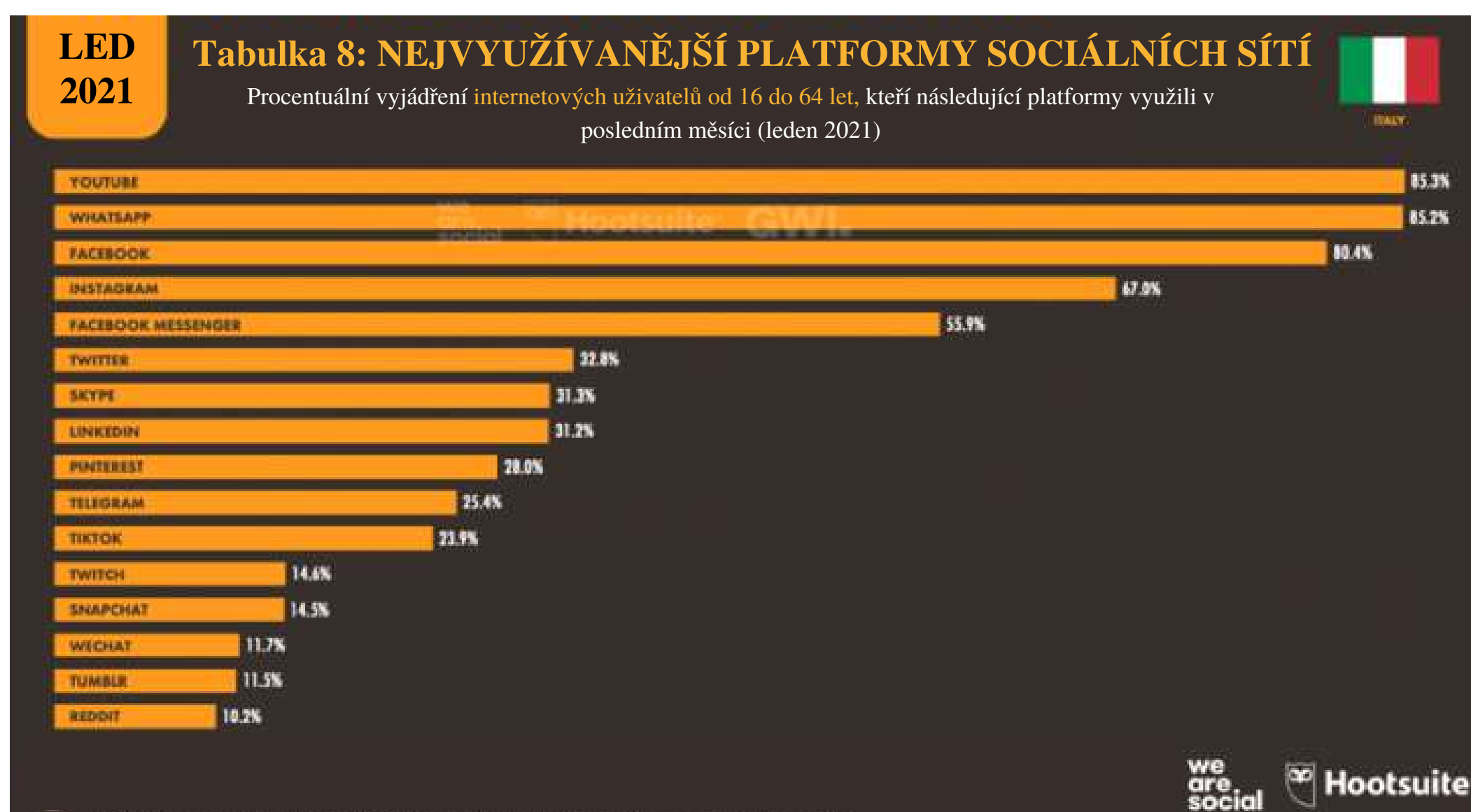
Projekt Ageing in a Networked Society, koordinovaný Emanuelou Sala (profesorkou na katedře sociologie a sociálního výzkumu Milano-Bicocca) a podporovaný Fondazione Cariplo, ukázal, že **pouze 7 procent Italů starších 65 let používá sociální sítě**, což je méně než polovina celoevropského průměru.



Ve srovnání s rokem 2013, kdy se na sociální sítě připojila pouze 3 procenta lidí starších 65 let, dochází k **rostoucímu trendu**.



Porovnáním italských dat s evropskými bylo zjištěno, že podíl lidí starších 65 let, kteří využívají nové technologie, je méně než poloviční oproti evropskému průměru (průměrný údaj o využívání sociálních sítí v Evropě je 16 procent).



Preferované online aktivity:



- Sebevyjádření
- Zajištění zdravotní podpory
- Účast v diskuzích
- Zachování kontaktu se společnostmi



Průzkum Digital Foundation z roku 2021 informuje, že třemi hlavními zdroji informací pro respondenty ve věku +55 jsou televize (78 %), internetové portály (72 %) a tisk a rozhlas (každý 51 %).

Česká republika

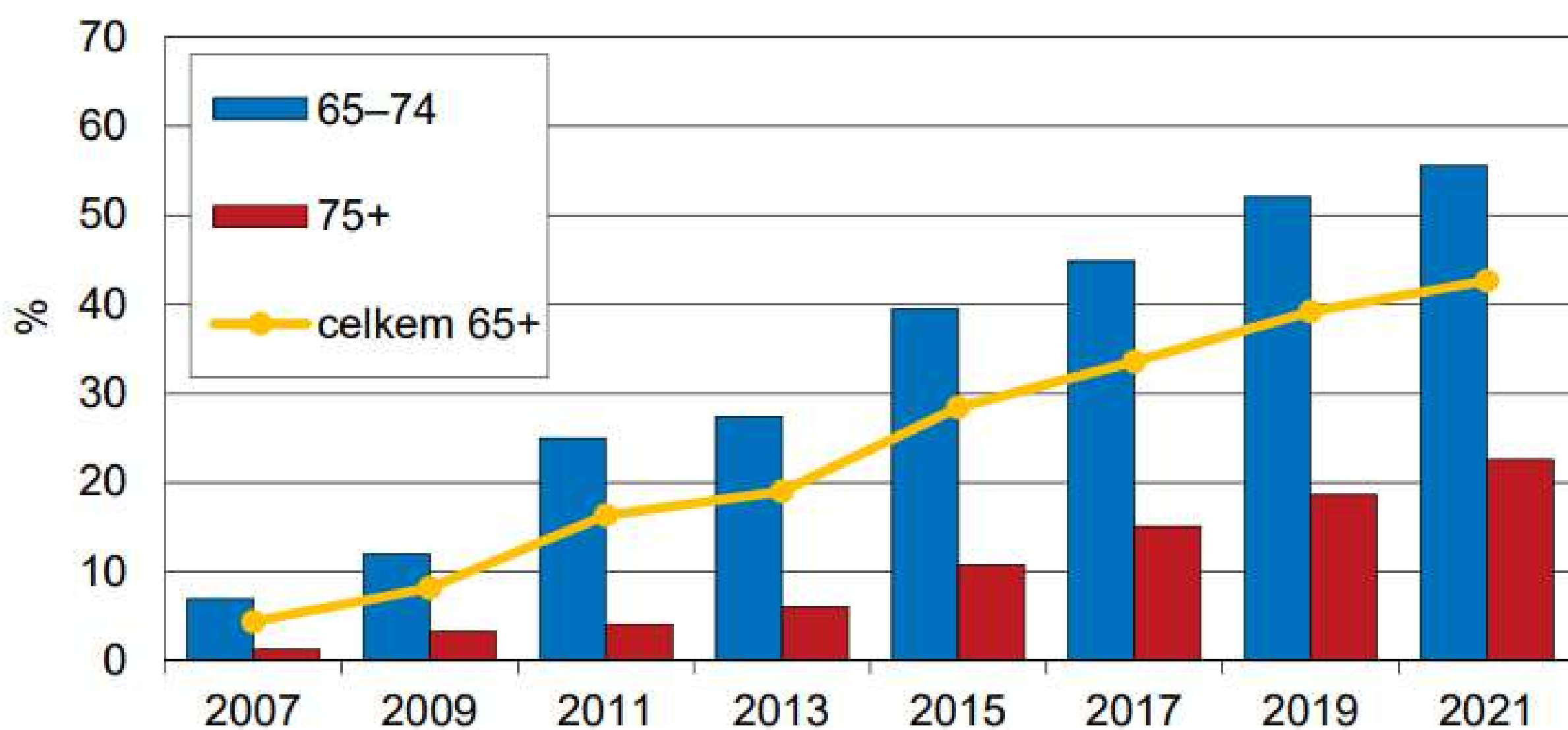


Podle údajů Českého statistického úřadu (ČSÚ) v roce 2021 se podíl uživatelů internetu mezi lidmi 65+ zvýšil z 13 % (2010) na 43 % (2021). 29 % seniorů používá internet každý den.



V kategorii 65-74 používá internet 56 % seniorů, v kategorii 75+ pouze 23 %.

Tabulka 8: Seniori 65+ používající internet podle věkových skupin



Zdroj: Výběrové šetření o používání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci, Český statistický úřad, 2021



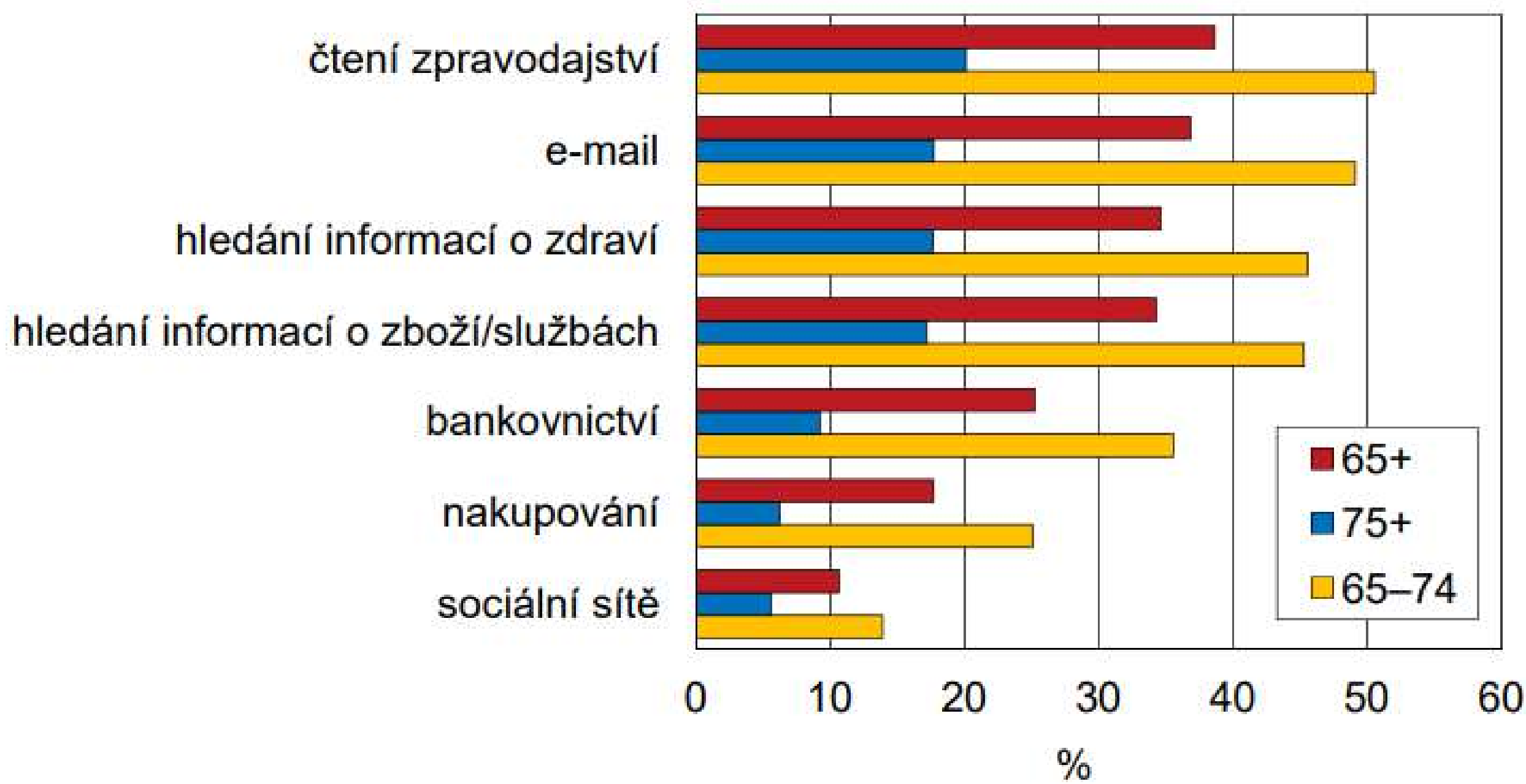
V posledních letech se v důsledku pandemie Covid-19 zvýšil podíl uživatelů mezi seniory na 43 %. Seniori chtěli zůstat v kontaktu se svými přáteli a rodinou na sociálních sítích a více nakupovali přes internet.



Využívání sociálních médií vzrostlo za posledních 10 let mezi starší populací. Nejčastěji používají Facebook. Sociální média však mezi seniory v České republice nejsou příliš populární, protože pouze 10 % lidí starších 65 let používá sociální média.

- ➡ Více než polovina dotázaných seniorů tráví na internetu 2-3 hodiny denně. Čtou a posílají e-maily (37 %), vyhledávají informace o zdraví (35 %) nebo nakupování (34 %). 25 % z nich využívá internet pro internetové bankovníctví.
- ➡ Jejich nejvyhledávanějšími slovy jsou fotografie, zahrada, hudba nebo sběratelství.

Tabulka 9: Senioři 65+ a vybrané aktivity na internetu podle věkových skupin v roce 2021

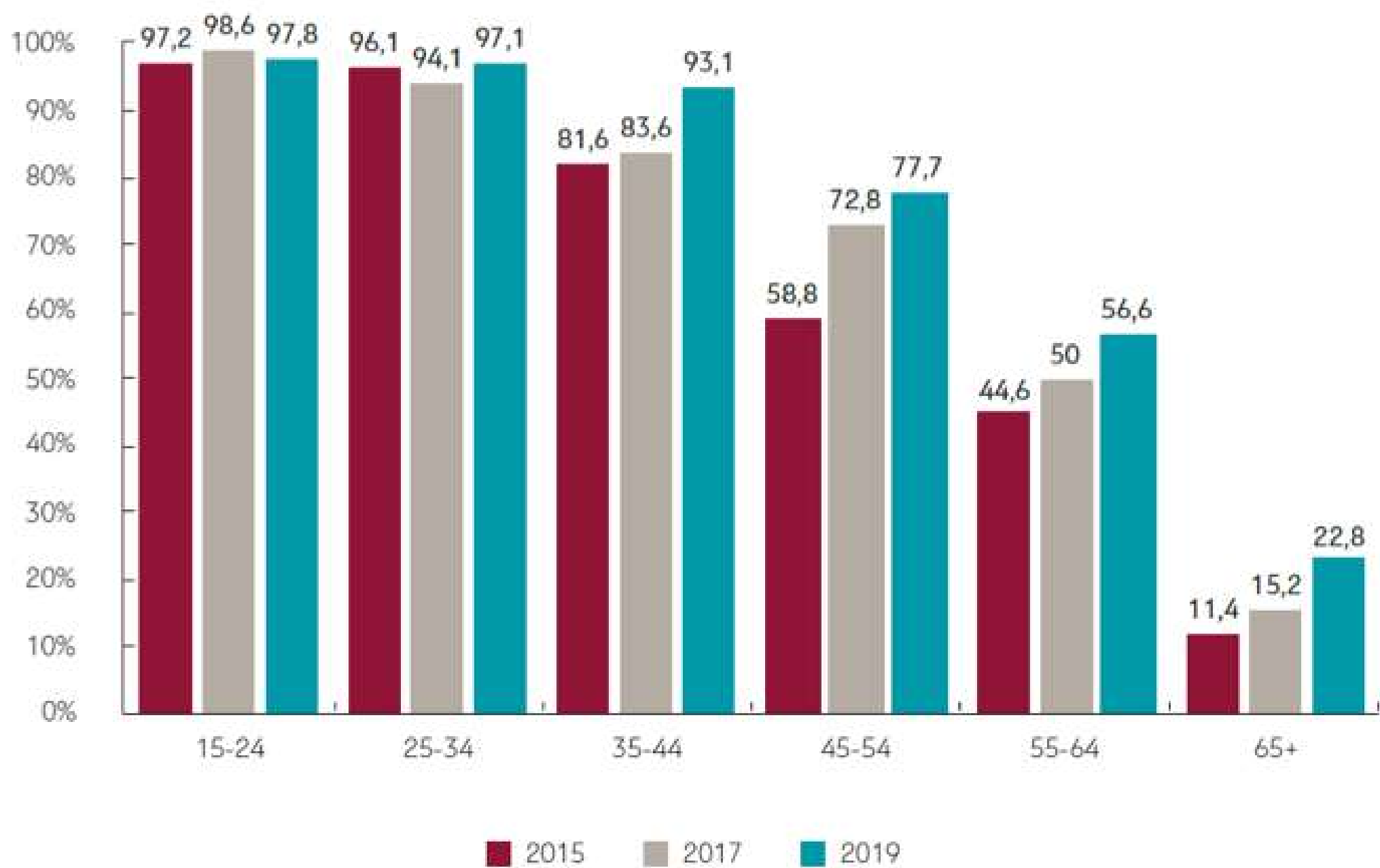


Zdroj: Výběrové šetření o používání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci, Český statistický úřad, 2021



Řecko

 Od roku 2015 v Řecku vzrostlo používání internetu u všech různých věkových skupin. Mezi lidmi do 65 let a nad 65 let je však obrovský rozdíl.



Tabulka 10: Zdroj: www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2020/06/wip_greece_final_2-6_2020.pdf

Nejpoužívanější platformy v Řecku mezi osobami 65+ v roce **2022:**

- 
- Facebook (7.9%)
 - Messenger (7.8%)
 - Instagram (3.1%)
 - LinkedIn (2.7%)

Nejpoužívanější platformy v Řecku mezi osobami 65+ v roce **2020:**

- 
- Facebook (5.7%)
 - Messenger (6.4%)
 - Instagram (2.4%)
 - LinkedIn (2.4%)

Nejpoužívanější platformy v Řecku mezi osobami 65+ v roce **2018:**

- 
- Facebook (5.1%)
 - Messenger (3.8%)
 - Instagram (2.5%)

Většina lidí v Řecku používá internet/sociální média za účelem:



- Komunikace
- Získávání informací
- Zábavy
- Online nakupování
- Učení se



Devět z deseti Řeků ve věku 16 až 24 let používá internet, zatímco pouze jeden z deseti Řeků ve věku 65 až 74 let. Starší řecká populace má tendenci mluvit pouze řecky, což brání využívání výhod internetu. Kromě této jazykové bariéry komplikuje online přístup také nižší úroveň vzdělání.



Ve všech zemích World Internet Project (WIP) téměř všichni uživatelé věří, že informace online jsou do určité míry spolehlivé. Zdá se však, že v Řecku lidé věří, že polovina informací, které čtou online, je spolehlivá.



70 % lidí v Řecku hledá zprávy online denně nebo několikrát denně.

27 % lidí v Řecku si denně nebo několikrát denně ověřuje fakta online (velmi nízké procento ve srovnání s jinými zeměmi WIP)

Shrnutí

- Podle obecných světových statistik a získaných dat i informací získaných z výzkumů na národní úrovni můžeme usoudit, že senioři častěji využívají internet i sociální média. **Od roku 2015 se celosvětová propast v používání internetu zmenšila.** Bez ohledu na to jsou mladí lidé (zejména ve věku 18 až 25 let) těmi, kdo internet a jeho sociální platformy nadále využívají nejvíce.
- Jedním z nejčastěji uváděných **způsobů využití internetu** mezi seniory bylo udržení kontaktu a komunikace s rodinou přáteli, aby se zabavili. Díky tomu patří mezi nejčastěji používané aplikace sociální sítě jako Facebook a Whatsapp/Messenger (v závislosti na zemi).
- Senioři také často využívají internet k **vyhledávání informací**. Z národních zpráv můžeme vidět, že se to většinou děje ve Španělsku a Itálii, kde vysoké procento starší populace používá internet k **zajištění online zdravotní podpory**.
- Některé studie ukázaly, že ve starší populaci je více lidí, kteří **důvěřují internetu a informacím v něm a spoléhají na něj**, než těch, kteří jsou skeptičtější.
- **Četnost používání počítače a internetu staršími lidmi je ovlivněna věkem, úrovní vzdělání, vlastnictvím počítače a připojením k internetu.**

Rostoucí využívání internetu a sociálních médií mezi starší populací a četnost, s jakou vyhledávají informace online (nejčastěji informace týkající se zdraví/vědy) a nedostatek digitální gramotnosti ukazují nezbytnost této příručky jako úvodu do tématu fake news, jak jim předcházet a jak zajistit, aby senioři činili svá vlastní informovaná rozhodnutí a nevěřili nekriticky všemu, co na internetu uvidí.

KAPITOLA 2



- Vysvětlení fake news



- Tradiční a digitální žurnalistika



- Role sociálních médií v procesu šíření fake news



- Faktory podporující šíření fake news

2.1. Co to znamená fake news?

Fake news jsou **nepravdivé nebo zavádějící informace prezentované jako zprávy**. Termín je neologismus (nový nebo přeformulovaný výraz, vyvolaný kulturními nebo technologickými změnami); falešné zprávy nebo falešné zpravodajské weby nemají žádný faktický základ, ale působí jako fakticky přesné. Falešné zprávy je třeba odlišit od dezinformací.

Fake news: zpravodajské články, které jsou záměrně a prokazatelně nepravdivé, jejichž účelem je manipulovat s veřejným vnímáním skutečných faktů, událostí a prohlášení. Pisatel ví, že jsou nepravdivé a vycházejí z údajů, které jsou prokazatelně nesprávné

Dezinformace: falešné informace záměrně a často skrytě šířené (např. fámy) s cílem ovlivnit veřejné mínění nebo zakrýt pravdu

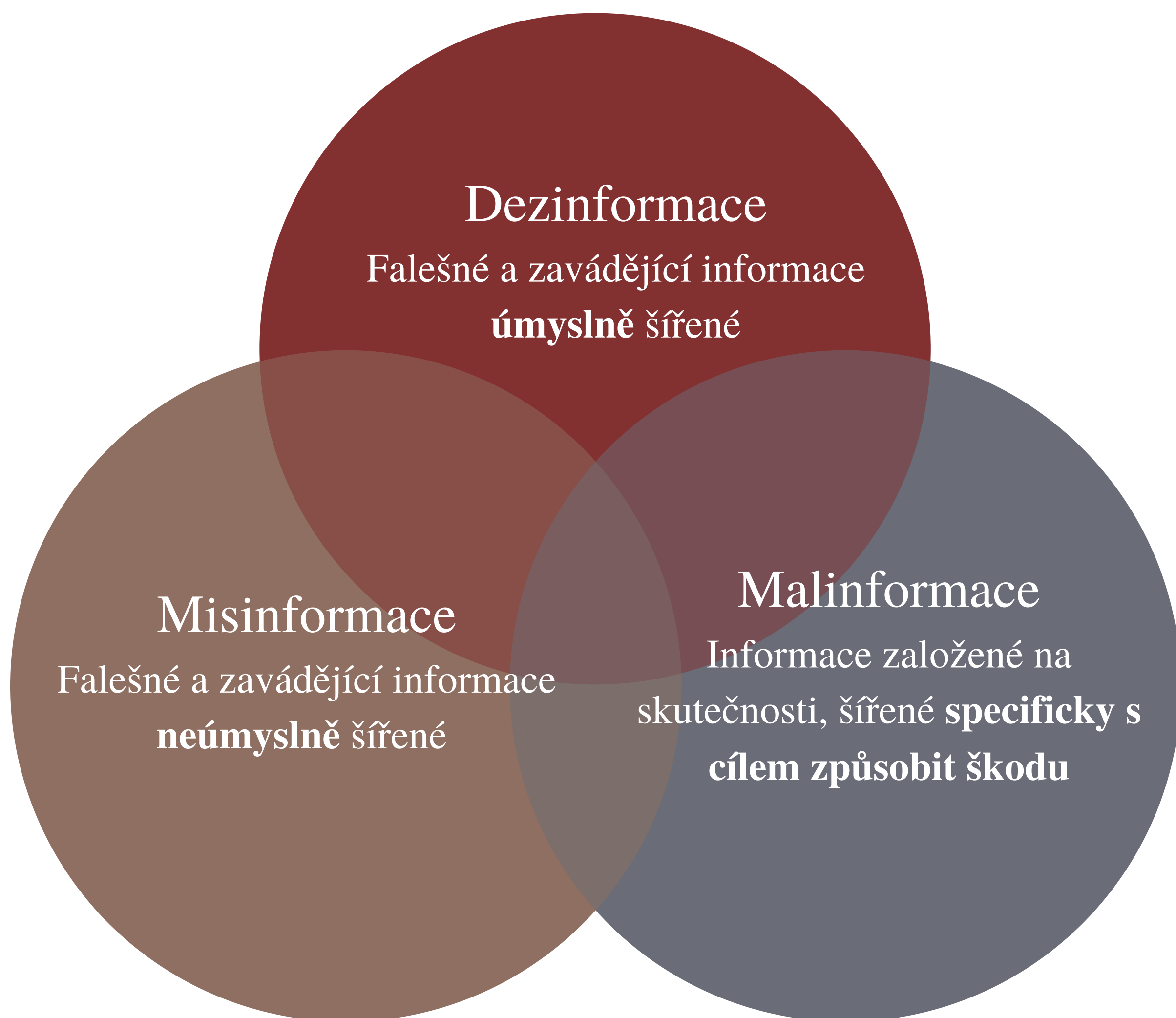
Kromě toho mohou být fake news také založeny na nějaké pravdě, aniž by byly 100% přesné. Příkladem může být novinář, který cituje jen část toho, co politik říká, a tím vyvolává mylnou představu o významu jeho sdělení. Může to být záměrné s cílem přesvědčit čtenáře o určitém úhlu pohledu nebo to může být výsledek nezamýšlené chyby při změně obsahu, například oříznutím obrázku.

Falešné zprávy proto mohou mít jakýkoli formát, od tisku až po online: podcasty, videa na YouTube, rozhlasové pořady, obrázky atd. Tyto zprávy mohou obsahovat různé typy manipulace. Některé příklady:

ZDROJ	PŘÍKLAD
Fotografie	Úprava fotografií nebo skutečné fotografie, ale pořízené v jiném čase nebo na jiném místě
Video	Použití starých videí k ilustraci nových událostí, zasazení videa nebo jeho části do jiného kontextu nebo vytvoření zcela falešného videa.
Zprávy	Publikování pravdivé zprávy pod nepravdivým titulkem - prezentace názoru jako skutečnosti - překrucování skutečnosti
Názory	Zkreslování skutečnosti využívá falešné "odborníky" nebo zkresluje vyjádření skutečných odborníků - vytváří odborníky z ničeho nic - zkresluje nebo falšuje znalecká prohlášení

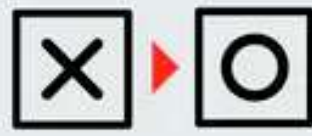
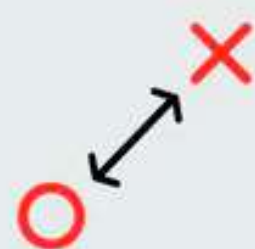
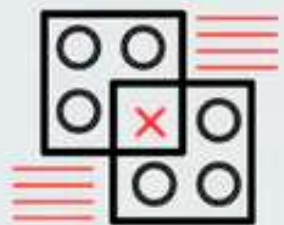
DŮLEŽITOST ÚČELU, SE KTERÝM JSOU PSANY/ŠÍŘENY FALEŠNÉ ZPRÁVY

Budte opatrní! Je třeba zmínit kritiku termínu „fake news“. Zdá se, že tento termín se zdá být pro popis problémů žalostně nedostatečný. Claire Wardle, vedoucí strategie a výzkumu First Draft New York, neziskové koalice pro praktické a kritické vedení, mluví o „informační poruše“ a „znečištění informací“ a rozlišuje mezi třemi zastřešujícími typy problémů s obsahem informací:



V souladu s výše uvedeným rozlišením odborníci odhalili 10 různých typů dezinformací a misinformací, které lze rozlišit podle záměru a účelu obsahu a také podle charakteru jeho online šíření a příjmu:

10 TYPŮ MISINFORMACÍ A DEZINFORMACÍ

 FALEŠNÉ SPOJENÍ Když titulky, obrázky nebo popisky neodpovídají obsahu zprávy	 FALEŠNÝ KONTEXT Když je pravdivý obsah sdílený s falešnými kontextuálními informacemi
 ZMANIPULOVANÝ OBSAH Když je pravdivý obsah zmanipulován, aby klamal	 SATIRA NEBO PARODIE Nemá za účel škodit, ale spíše napálit a žertovat
 ZAVÁDĚJÍCÍ OBSAH Zavádějící použití informací, aby nějak zarámoval problém	 UKRADENÝ ZDROJ Když jsou opravdové a věrohodné zdroje zneužity
 VYROBENÝ OBSAH Obsah je 100% nepravdivý, vyrobený tak, aby klamal a škodil	 PROPAGANDA Informace jsou využity tak, aby řídily postoje, hodnoty a znalosti
 SPONZOROVANÝ OBSAH Reklama nebo PR převlečené za redakční obsah	 CHYBA Zavedené redakce udělají chybu při reportování

PŘESTAŇTE ŠÍŘIT FALEŠNÉ INFORMACE.
PŘEMÝŠLEJTE, NEŽ SDÍLÍTE, REAGUJETE NEBO ODPOVÍDÁTE

GROUNDVIEWS
journalism for citizens

Zdroj: www.theconversation.com/misinformation-disinformation-and-hoaxes-whats-the-difference-158491e.

Vzhledem k tomu, že v dnešní době se mnoho informací šíří online, musíme zmínit, že podle profesorky Melissy Zimdarsové z Merrimack College existují čtyři hlavní kategorie falešných zpráv online. Jedná se o:



01 | **Falešné, nepravdivé nebo často zavádějící webové stránky, které se sdílí na Facebooku a dalších sociálních sítích**
Některé z těchto stránek mohou využívat emocí a vyvolávat rozhořčení tím, že používají zkreslené titulky a pochybné informace, aby získali "lajky", sdílení a tím pádem na tom vydělali.

02 | **Webové stránky, které nechávají kolovat zavádějící a/nebo potenciálně nespolehlivé informace**

03 | **Webové stránky, které někdy používají senzacechtivé titulky a popisky ze sociálních sítí**

04 | **Tyto stránky sice mohou nabídnout glosy na politickou nebo společenskou situaci, ale mohou být sdílené jako opravdové zprávy.**

Z tohoto rozlišení je patrné, že ne všechny fake news jsou vytvářeny stejným způsobem nebo se záměrem klamat. Některé vzniknou jako názory nebo vtipy, které jsou nesprávně interpretovány, postupem času nesprávně prezentovány a končí jako dezinformace. Jiné jsou vytvořeny s jediným cílem – uvést v omyl.

Přestože se mnoho typů dezinformací jeví jako zřejmé na první pohled, při brouzdání po internetu se odhalují hůře.

V celosvětovém průzkumu sociálních médií z roku 2019, který provedla společnost Ipsos z pověření Centre for International Governance Innovation ("CIGI") mezi 21. prosincem 2018 a 10. únorem 2019, 44 % lidí přiznalo, že byli alespoň jednou uvedeni v omyl falešnými zprávami. Další účastníci mohli být uvedeni v omyl, aniž o tom věděli.

2.2 *Tradiční vs. digitální žurnalistika*



Jak se žurnalistika změnila díky internetu:

- Lepší způsoby, jak mohou novináři plnit svou práci
- Lepší vztahy mezi redakcemi a čtenáři
- Rozšíření struktur zpravodajství
- Příležitost znovu oslovit skeptické a odcizené publikum
- Konvergence mediálního obsahu
- Přístup k archivům novinových článků a čerstvých, aktuálních zpráv a informací
- Interaktivní, multimodální funkce

Publikum interaguje s online zprávami prostřednictvím osobních sítí, jako jsou např.:

- Uživatelské ankety
- Názory
- Otázky a odpovědi
- Diskuzní fóra

Pokud jde například o obsah, online a tradiční média mají mnoho oblastí **konvergence**, ale také **divergence** s důrazem na lokálnější obsah na online stránkách a větší hloubku a šířku v tradičních novinách.

Aby byl obraz jasnější, je však nutné objasnit, **co se rozumí pod pojmy tradiční žurnalistika a digitální žurnalistika.**

Tradiční žurnalistika: Využívá metody a média staré školy (například denní a večerní noviny, týdeníky, televize, rádio atd.). Zprávy nejsou zveřejňovány v reálném čase.

Digitální žurnalistika: Žurnalistika, která využívá digitální platformy k poskytování zpravodajství, jako jsou elektronické noviny, webové stránky, blogy atd. Zprávy jsou zveřejňovány v reálném čase.

Podívejte se níže na některé z hlavních rozdílů mezi tradiční a digitální žurnalistikou



TRADIČNÍ ŽURNALISTIKA**DIGITÁLNÍ ŽURNALISTIKA**

- Jednosměrná komunikace
- Špatná kontrola nad sdělením sdíleným jako cílová skupina je do značné míry anonymní
- Menší flexibilita, méně možností opravy chyb
- Žádný cílený marketing
- Časově náročnější
- Poskytuje dostatečné finanční prostředky pro investigativní žurnalistiku

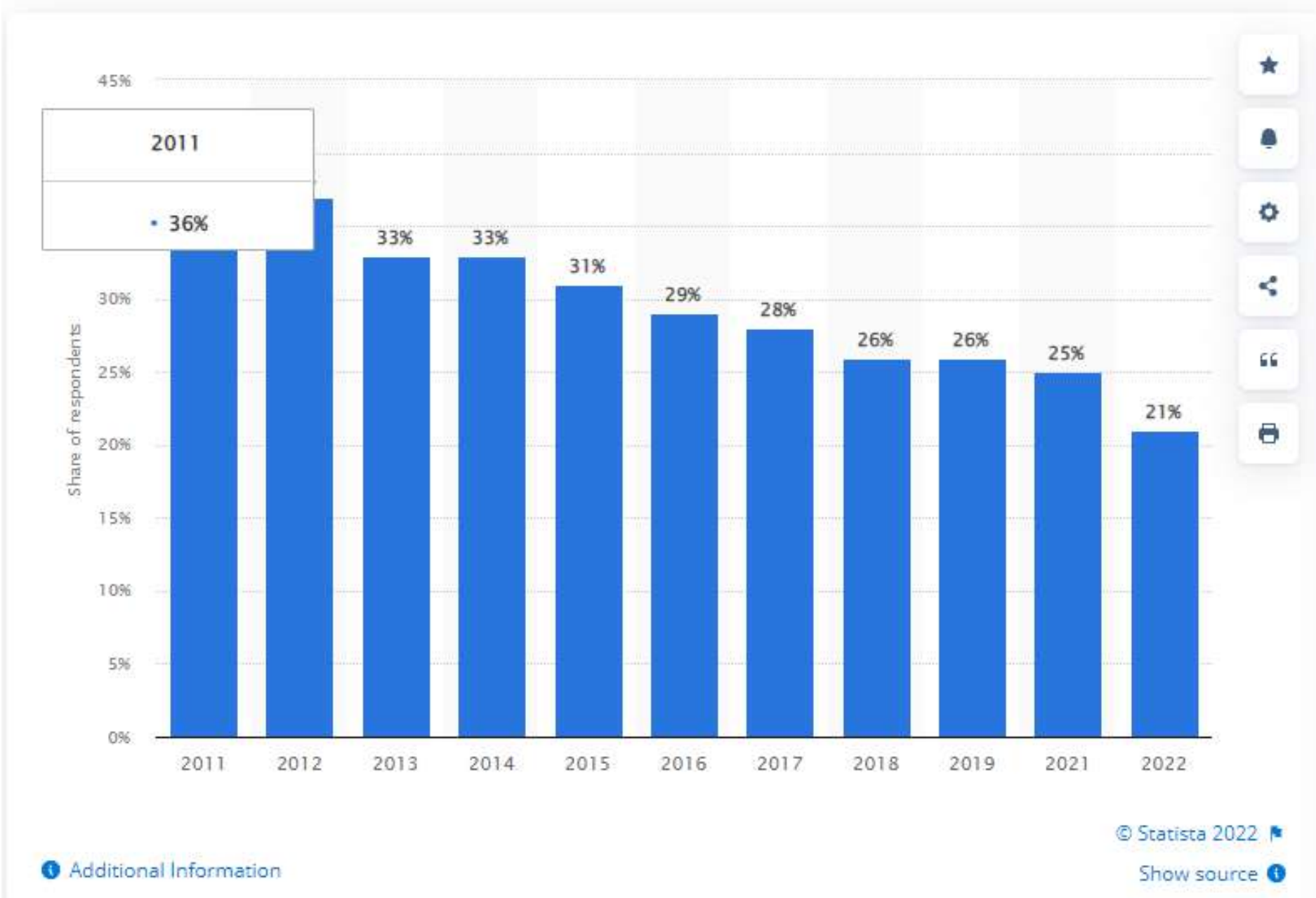
- Obousměrná komunikace
- Větší kontrola nad sdílenou zprávou (lépe zacílená)
- Vyšší úroveň flexibility
- Méně riziková (umožňuje rychlou nápravu)
- Interaktivní nástroje, které vytvářejí zapojení uživatelů
- Méně časově náročná
- Má problém zpracovat dlouhé hluboké příběhy

Statistiky dokumentující vliv digitální žurnalistiky na tradiční žurnalistiku

Nyní se podívejme, jak procesy internetové komunikace ovlivnily tradiční média. Od počátku rozvoje internetu se prvním zasaženým médiem stal psaný tisk. Ten byl v různých zemích vždy značně odlišný, a to natolik, že je možné definovat různé novinářské modely a také různé funkce, které tisk plní vůči společnosti jako celku.

Následující tabulka ukazuje počet lidí, kteří četli psaný tisk každý den nebo téměř každý den v Evropské unii od roku 2011 do roku 2022. Její analýzou můžeme dojít k závěru, že počet evropských občanů, kteří denně čtou tištěné noviny a časopisy, v posledních letech klesl. Abychom byli konkrétnější, v roce 2022 jen asi pětina Evropanů četla denně tištěné noviny, zatímco v roce 2012 to bylo 37 procent.

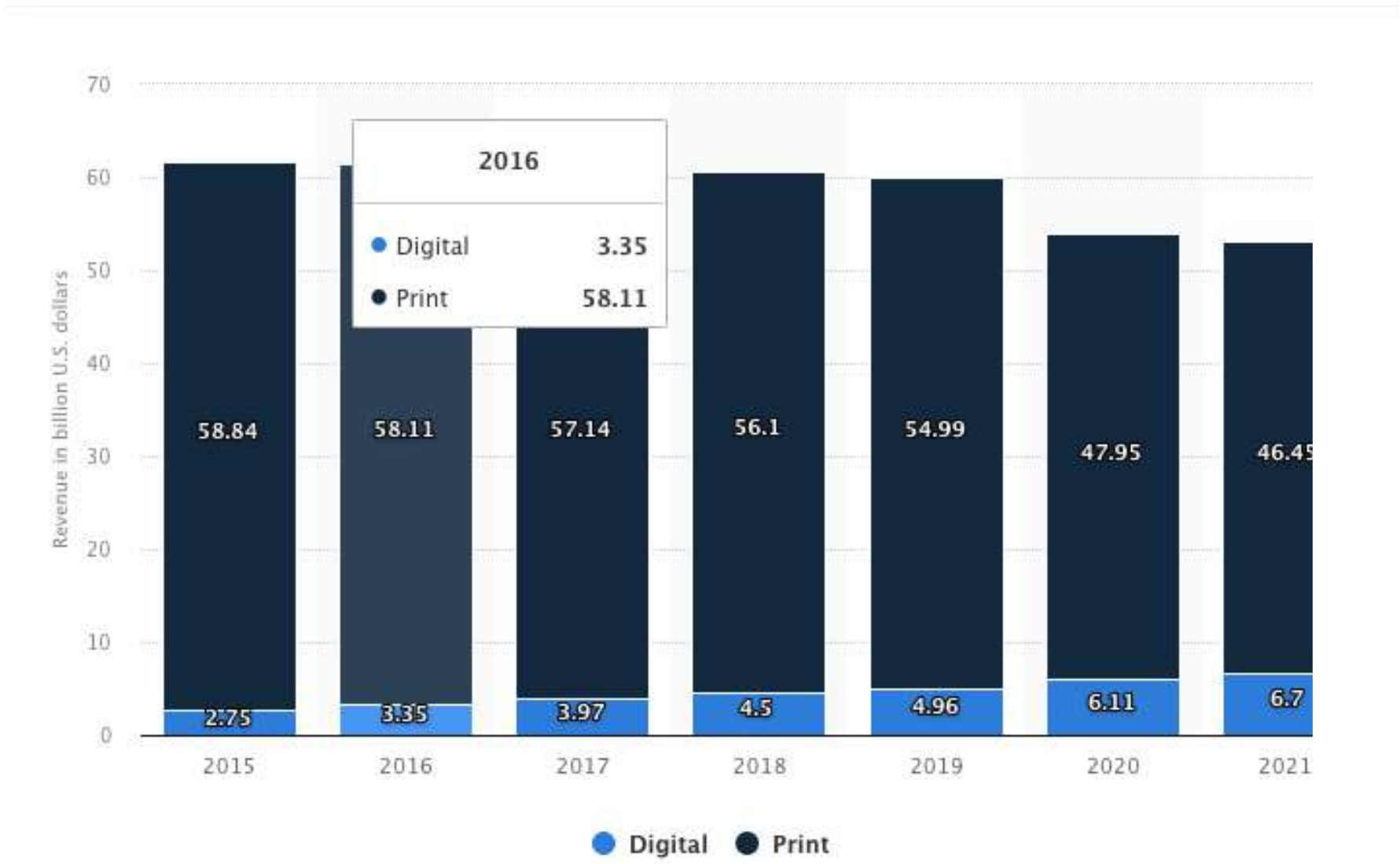
Tabulka 11: Podíl respondentů v Evropské Unii, kteří čtou tisk každý nebo skoro každý den (v letech 2011-2022)



Zdroj: www.statista.com/statistics/452430/europe-daily-newspaper-consumption/

Nicméně podle následujícího grafu, který ukazuje celosvětové výnosy z nákladu novin v letech 2015 až 2021 podle platform, můžeme vidět, že náklad tištěných novin je i nadále mnohem vyšší než náklad digitálních novin. To se ale může změnit, zvláště když přihlédneme k tomu, že příjmy digitálních médií vzrostly od 4,49 miliardy amerických dolarů v roce 2019 na 6,1 miliardy amerických dolarů v roce 2020, což také ukazuje, že dochází ke změnám.

Tabulka 12: Celosvětový příjem z oběhu novin v letech 2015-2021 podle platformy (v miliardách amerických dolarů)



Navzdory mnoha rozdílům mezi dvěma komunikačními procesy, tradičním a digitálním, a přestože se může zdát, že druhý model nakonec předstihne první (který je zjevně na ústupu), bylo by vhodné, aby se oba modely vzájemně **doplňovaly**.

Novinářskou práci v některých situacích stále méně charakterizuje skutečná zpravodajská činnost a stále více jednoduchý výběr zpráv. Kvůli tomu přicházejí občané o množství zpravodajského obsahu; zde přichází na řadu internet, úrodná půda pro možnost vyjadřovat ty nejméně sdílené myšlenky a informovat o událostech, které místní média staví do pozadí nebo o nich dokonce vůbec neinformují.

Proto svět tradiční žurnalistiky začíná chápat, že takzvaná „občanská žurnalistika“, která sídlí na internetu, by mohla být důležitým zdrojem pomoci tradičním médiím při překonání současné krize.

2.3 Role sociálních sítí v procesu šíření fake news

Vzestup sociálních médií změnil způsob, jakým vnímáme informace a jak s nimi nakládáme. Pro mnohé se sociální sítě staly hlavním zdrojem zpráv. Nikdy nebylo tak snadné získat, publikovat a sdílet informace. Každý si může během několika minut a někdy i anonymně vytvořit jeden nebo více účtů na Facebooku nebo Twitteru.

Platformy sociálních médií svým designem povzbuzují uživatele ke sdílení informací bez námahy kliknutím na tlačítko, a přesto se informace často během cesty zkreslují. V některých případech lidé možná ani nekontrolují šíření informací — programy, které automaticky zveřejňují a sdílejí informace, nazývané „boti“, mohou také provozovat účty na sociálních sítích.

Cílené informace – nebo více zlomyslně: dezinformace – se již dlouho používají k utváření myšlenek a rozhodnutí lidí s cílem ovlivnit jejich chování. Noviny – tradiční i internetové – obecně dodržují žurnalistické normy objektivity a vyváženosti, a proto se těší vysoké úrovni důvěry a důvěryhodnosti. Na sociálních sítích jsou však tyto normy často zapomenuty, ignorovány nebo účelově opomíjeny.

Uživatelé budou pravděpodobně sdílet informace bez ověřování faktů, zejména pokud obsahují kontroverzní nebo emocionálně nabitý obsah. Emocionální reakce uživatelů přispívají k rychlosti, jakou se informace šíří, a obrovské množství informací, kterým jsou nyní lidé vystaveni, velmi ztěžuje hodnocení pravdivosti.

"Uživatelé sociálních sítích mají větší pravděpodobnost, že budou sdílet informace bez ověřování faktů "

Nejčastějšími zdroji falešných zpráv jsou Facebook, Google, internetové zpravodajské servery a Twitter, protože sociální média fungují jako nízkonákladový distribuční kanál, kde se jednou zveřejněné falešné informace šíří po internetu jako divoký požár prostřednictvím retweetů, lajků a sdílení.

Sociální média fungují jako snadné místo pro šíření zcela zmanipulovaných, vymyšlených dat podobných reálným datům pro získání maximální pozornosti čtenářů. Digitální svět dal novinářům způsob, jak oslovit masové publikum.

„Survey of Health, Ageing and Retirement in Europe“ (SHARE) zkoumal, jak přístup k novým technologiím a jejich používání získávají na důležitosti pro všechny generace a jak často starší lidé používají internet a jeho zdroje. Několik švýcarských a německých výzkumníků provedlo v roce 2018 studii s 61 202 účastníky z EU, aby určili faktory, které ovlivňují používání internetu mezi Evropany staršími 50 let.

Jejich výsledky vedly k následujícím závěrům:

Téměř polovina respondentů (49 %) využívala internet k zasílání e-mailů, vyhledávání informací nebo nákupu.

Míra užívání internetu se mezi zeměmi liší, respondenti ze severních a západních zemí (např. Dánska, Švédsko, Švýcarsko) jsou mnohem častěji online než starší lidé z jižní a východní části kontinentu (např. Chorvatsko, Řecko, Polsko).

Mezi národní faktory ovlivňující používání internetu patří hrubý domácí produkt země a kvalita informační a komunikační infrastruktury.

Individuální okolnosti ovlivňující používání internetu zahrnují: dobrý zdravotní stav a pohodu, vyšší vzdělání a socioekonomický status, lepší znalost nových technologií.



Zdroj:

Ronny König, Alexander Seifert, Michael Doh (2018): Internet use among older Europeans: an analysis based on SHARE data. Universal Access in the Information Society

Při pohledu na situaci můžeme dojít k závěru, že sociální média jsou rok od roku častěji využívána nejen mládeží, ale i starší generací, která je náchylnější k tomu, aby věřila obsahu, který vidí; to představuje hrozbu pro šíření důvěryhodných a na faktech podložených informací.

2.4 Jaké hlavní faktory podporují šíření fake news mezi seniory?



Starší lidé jsou **méně digitálně gramotní** v porovnání s mladšími ročníky



Informace, které kolují na různých sociálních sítích, **nejsou nezávisle ověřovány**.



Jsou komentáře před sdílením na sociálních sítích nezávisle kontrolovány?

- 66 % osob mladších 25 let kontroluje, zda zprávy nejsou příliš podivné; nicméně 35 % tak neučiní nikdy (60 % mezi osobami „nad 30“)
- Pokud zveřejněné zprávy vyžadují čtení delšího nebo kratšího textu, 53 % dospělých si přečte pouze titulek, aniž by věnovali pozornost obsahu

Jak můžeme sledovat, existuje velké množství uživatelů, kteří přečtené informace na sociálních sítích neověřují a sdílejí je se svými přáteli a kontakty, což vede k šíření neověřených zpráv – ať už v dobré víře (lidé ve věkové skupině nad 50 let často mezi své aktivity na sociálních sítích zařazují šíření zpráv obecně za účelem získání konsensu mezi vrstevníky a budování image vzdělaného a informovaného člověka), stejně jako iniciování diskusí – prostřednictvím komentování, často aniž by si přečetli obsah příslušné zprávy – nad nepodloženými zprávami, což generuje další sdílení a misinformation s každým novým komentářem.

Toto je skutečně velký problém a měl by být vyřešen, aby se předešlo zmatení, ale ... JAK?

Čtěte dál a objevte některé nástroje, které vám pomohou odlišit falešné zprávy od informací založených na faktech!

Kromě toho jsou další důležité faktory:



Lidé mohou trpět **zhoršováním paměti** s věkem. To může ovlivnit jejich kognitivní schopnosti a **podkopat odolnost vůči efektům iluzorní pravdy** a dalším efektům souvisejícím s přetrvávajícím přesvědčením a heuristikou dostupnosti, zejména s ohledem na vazbu na zdroje.



Sdílení falešných zpráv může být také **způsobem vyjádření a politickým hlasem**. To znamená, že sdílení falešných zpráv nemusí vždy nutně znamenat, že jsou lidé naivní, ale spíše se snaží předat konkrétní zprávu, se kterou souhlasí.



Senioři nemusí vědět, že **sdílení** konkrétního obsahu nebo informace naznačuje **implicitní souhlas s tím, co sdílený příspěvek říká**. V dnešní době jsou navíc prostřednictvím umělé inteligence vyvíjeny stále sofistikovanější deep fake technologie. Ty jsou například schopny generovat videa s falešnými projevy politických vůdců. Nedostatek znalostí seniorů o deep fakes by měl být naléhavě řešen.

KAPITOLA 3



- Co rozumíme pod pojmem věda/vědecká/odborná komunikace? Jsou mezi nimi nějaké rozdíly?



- Jak poslední nárůst používání internetu a sociálních médií ovlivnil šíření falešných zpráv a vědeckých informací?

3.1 Fake news na poli vědy a vědecké komunikace

Vědecká komunikace: Znamená sdělování vědeckých poznatků veřejnosti (společnosti). Příklady: kulturní studia, ekonomie, žurnalistika, politologie

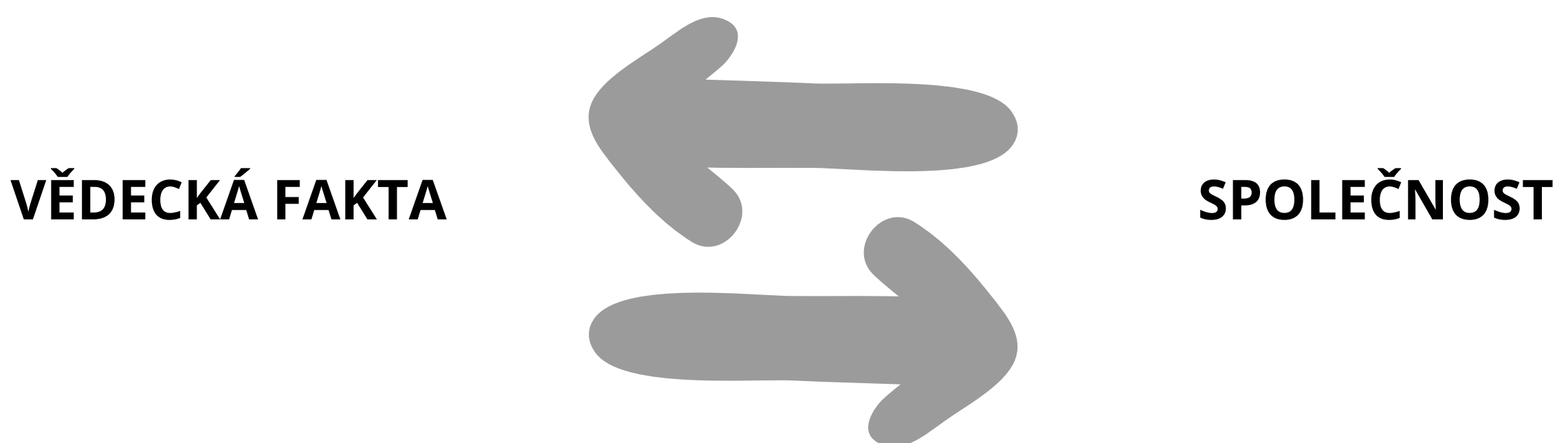
Komunikace vědy: znamená přenos znalostí mezi vědci a společností. Příklady: sociologie, literární věda, bibliologie

Akademická komunikace: znamená předávání vědy studentům. Příklady: pedagogika, gerontologie, informatika

Věda, stejně jako vědecká komunikace, je nejednoznačný pojem. Věda uspokojuje intelektuální potřeby lidí, je orientována na obecné dobro a je konečným referenčním bodem pro veřejné, obchodní a individuální rozhodování. Její přínos a užitečnost spočívá ve využití výsledků vědecké práce, pronikání vědeckých poznatků do ekonomiky v reakci na klíčové výzvy společnosti.

Vědecký výzkum je hnací silou hospodářského a sociálního úspěchu. Věda je nejednoznačný pojem, různě chápaný a definovaný. Neexistuje jediná univerzální definice vědy pokrývající všechny aspekty významu tohoto termínu.

Vědecká komunikace se posunula od jednosměrné komunikace vědeckých faktů a informací přes dialog s veřejností k plné participativní angažovanosti, založené na vícesměrném kontaktu, koprodukcí, společné tvorbě a komplexní spolupráci. Rozvíjí se komunikace s občany; **plné zapojení do procesu vědecké komunikace je zaměřeno na boj proti „vědeckému vyloučení“ a omezení šíření dezinformací a pseudovědy.**



Vědecká komunikace dnes nabývá na důležitosti kvůli:

- širokému přístupu k informačním a komunikačním technologiím a schopnosti nevědců vytvářet vědecký obsah;
- nárůstu využívání umělé inteligence umožňujícímu "botům" klamat občany;
- šíření sociálních médií;
- globálnímu trendu směřujícímu k demokratizaci vědy (Warwas et al, 2019).

O zřetelném rozvoji této vědní disciplíny svědčí jak rostoucí počet publikovaných vědeckých článků a časopisů, tak i její institucionalizace, která se projevuje mimo jiné v činnosti vědeckých spolků a pracovních skupin věnujících se popularizaci vědy na univerzitách (Schäfer, Kessler, Fährnich, 2019).

3.2 Proces kontaminace vědeckých informací

V 60. letech vědci přenechali úkol popularizace vědy novinářům a pedagogům a forma a obsah vědecké komunikace se změnila tak, že věda nebyla jasně odlišitelná od pseudovědy. Tento proces byl v následujících letech posílen online médii (Bucchi, 2019).

Prezentace faktů mimo kontext

Zaměření spíše na technické úspěchy než na myšlenky

Role novináře

Citování autorit místo poskytnutí srozumitelného vysvětlení

Komunikace dnes stále častěji probíhá prostřednictvím sociálních médií, například Twitteru a blogů, a jejich prostřednictvím mají uživatelé online přístup k nejnovějším výsledkům výzkumu – téměř v reálném čase (Bucchi, 2019).

Pozitivní: Otevírá to nové příležitosti pro vědce, jak rychle šířit své poznatky.

Negativní: Vzniká riziko prosazování unáhlených závěrů a dokonce vnášení falešného obsahu do veřejné diskuse. Digitální prostředí vědecké komunikace navíc vytváří nový oběh informací a otevírá vědeckou debatu účasti kvaziexpertů, amatérů nebo občanských vědců.

3.3 *Tři modely komunikace vědy*

V literatuře jsou popsány tři modely komunikace vědy: **deficit**, **dialog** a **zapojení veřejnosti** (VanDyke, Lee, 2020), které se liší rolí veřejnosti v procesu:



Tabulka 13: Model komunikace vědy, zdroj Podgórníak-Krzykacz, Warwas, 2019; VanDyke, Lee, 2020

Model deficitu předpokládá rozšiřování spolehlivých vědeckých informací mezi veřejnost, výměnu vědeckých informací mezi vědci a veřejností za účelem vyplnění deficitu vědeckého poznání a zvýšení důvěry ve vědu.

Model deficitu

Model dialogu

Dialogový model považuje vědeckou komunikaci za obousměrný vztah. Zde jsou vědci zodpovědní za vysvětlení své práce srozumitelným způsobem a veřejnost je informována o vědeckých poznatcích a je oprávněna o nich diskutovat (Miller, 2001).

Model zapojení veřejnosti (také známý jako model participace veřejnosti) je založen na inkluzi a navrhuje zapojení nevědců do skutečné vědecké práce nebo rozhodování ve vědeckém procesu (Chilvers, 2010). Příkladem implementace vědecké komunikace v tomto modelu je tzv. občanská věda, která je založena na spolupráci dobrovolníků a vědců. Často nabývá charakteru crowdsourcingu, tedy masové účasti veřejnosti na podpoře vědců v procesu analýzy dat.

Model zapojení veřejnosti

Role komunikace vědy v poslední době vzrostla v důsledku šíření dezinformací, pseudovědy a také protivědeckých hnutí v evropských společnostech (Siarova, Sternadel, Szónyi, 2019).

Dá se tedy předpokládat, že hlavním cílem a první etapou komunikace vědy je přírodovědné vzdělávání, tedy sdělení vědců o faktech (Fischhoff, 2013). Čím více lidí ví o dané vědě (např. klima) a faktech (např. klimatická data), tím snazší pro ně bude vysvětlit je a činit správná rozhodnutí (např. související s klimatickou politikou).



KAPITOLA 4



- **Nástroje a rady, jak identifikovat fake news**



- **Tipy, jak posoudit, zda je zdroj spolehlivý**



- **Strategie, které si čtenáři mohou osvojit**



- **Technologie jako spojenec v boji s fake news**

V průzkumu provedeném v roce 2020 ve 27 zemích bylo v průměru 58 % respondentů přesvědčeno, že dokážou odhalit falešné zprávy (Corbu et al., 2020). Toto procento zůstává velmi nízké, pokud chceme zajistit, že lidé budou odrazováni od šíření falešných zpráv.

V následujících odstavcích se můžete seznámit s hlavními nástroji, které nám pomohou dosáhnout co nejvyššího procenta osob schopných fake news odhalit.

NASKENUJTE NÁSLEDUJÍCÍ QR, ABYSTE ZÍSKALI VIDEO SOUVISEJÍCÍ S TÉMATEM



5 cest k odhalení fake news

**Fakta o ověřování faktů: Rychlý kurz
navigace v digitálních informacích**

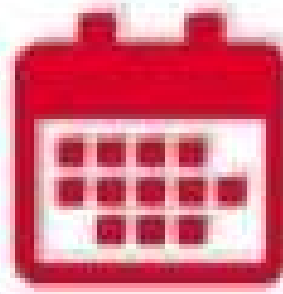
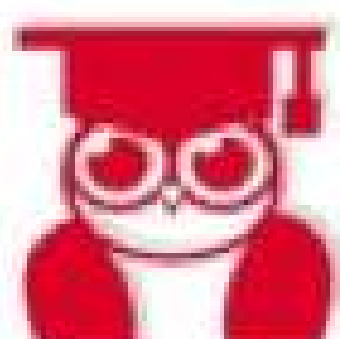




4.1 Nástroje k odhalení fake news

Mezinárodní federace knihovnických asociací a institucí (IFLA) zveřejnila souhrn hlavních faktorů, které mohou lidem pomoci rozpoznat falešné zprávy. Najdete je na následujícím obrázku:

JAK ROZPOZNAT FAKE NEWS

 PŘEMÝŠLEJTE NAD ZDROJEM Vedle článku prozkoumejte taky web nebo stránku a její zázemí, details nebo kontakty	 ČTĚTE DÁLE Titulky mohou být senzacechtivé, aby na ně klikalo více lidí. Ale jaký je celý příběh?
 ZKONTROLUJTE AUTORA Udělejte si rychlý průzkum autora. Je důvěryhodný? Je opravdový?	 PODPŮRNÉ ZDROJE? Pokud článek obsahuje odkazy na další zdroje, prozkoumejte je. Opravdu informace z nich podporují původní zprávu?
 DATUM PUBLIKOVÁNÍ Opětovné sdílení starých článků a příběhu neznamena, že jsou stále relevantní i dnes.	 TO MÁ BÝT VTIP? Pokud je článek příliš bláznivý nebo bizarní, může to být satira. Prozkoumejte pro jistotu stránku a autora.
 VEMTE V ÚVAHU SVÉ VLASTNÍ NÁZORY Zvažte, jestli vaše vlastní názory a přesvědčení nemohou zkreslit váš úsudek.	 ZEPTEJTE SE ODBORNÍKŮ Zeptejte se knihovníka, nebo se podívejte na webové stránky, které zprávy za vás ověřují.



International Federation of Library Associations and Institutions

Zdroj: Downey, Beth. "Research Guides: Evaluating False News and Misinformation: Types of False News". guides.library.msstate.edu. Retrieved November 15, 2020

Mediální vědec **Nolan Higdon** – *autor a vysokoškolský pedagog historie a mediálních studií. Higdonovy oblasti koncentrace zahrnují podcasting, digitální kulturu, historii zpravodajských médií a kritickou mediální gramotnost. Higdon je zakládajícím členem konference Critical Media Literacy Conference of the Americas* – tvrdí, že **vyučování kritické mediální gramotnosti zaměřené na výuku lidí, jak odhalovat falešné zprávy, je nejúčinnějším způsobem, jak zmírnit zhoubný vliv propagandy.** Higdon ve své knize „The Anatomy of Fake News: A Critical News Education“ nabízí desetikrokového průvodce pro odhalování falešných zpráv. Tady jsou některé z nich:



Měla by být posouzena spolehlivost **obsahu** a zdroje

Jazyk používaný ve fake news je obvykle více provokativní/pobuřující, protože jeho účelem je zmást a vyvolat emocionální angažovanost.



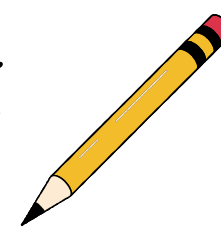
Vizuály. Výzkumníci zjistili, že při kategorizaci článku hrají roli také vizuální vodítka, konkrétně některé funkce mohou být navrženy tak, aby vyhodnotily, zda byl obrázek legitimní a přináší do zprávy více srozumitelnosti.

ČTYŘI TIPY K URČENÍ SPOLEHLIVÉHO ZDROJE

Jaký je spolehlivý zdroj?

- **Nezávislý:** Zprávu si nikdo neobjednal a tak autorovi nikdo neříká, co má psát. Reklama a sponzorovaný obsah jsou jasně označeny.
- **Vyvážený:** Zpráva zohledňuje více stran problému bez toho, aby někomu stranila nebo nadržovala.
- **Odpovědný a transparentní:** Médium hned opravuje chyby a názorové články jsou jasně označeny. Je snadné zjistit pisatele a kontaktovat ho v případě opravy nebo komentáře.
- **Opatrný a uměřený:** Zpráva je psána slušným tónem. Neobsahuje žádné nálepkování nebo agresivní jazyk a spoléhá na odborníky.

Cvičení: Vyberte zprávu, která je podle vás důvěryhodnější



Možnost A

V první debatě mezi prezidentskými kandidáty Donaldy Trumpem a Hillary Clintonovou, Trump opakovaně spoléhal na znepokojivá a nepravdivá fakta, která byla v průběhu kampaně odhalena a vyvrácena.

zdroj: The Washington Post

Možnost B

Během 90 minutové debaty, ve které mluvil přibližně 46 minut, dokázal Trump do svých odpovědí vtěsnat 58 lží, překroucených informací a přímo výplodů jeho fantazie - a to ani nepočítáme, kolikrát své lži zopakoval.

zdroj: www.hillaryclinton.com

Správná odpověď: A

The Washington Post je nezávislé médium. I když poukazují na „falešná fakta“ prezidenta Trumpa, rozhodli se je nenazývat „lži“. Tento výběr slov je vyvážený a zároveň přesný. Tón je pečlivý a odměřený. Odpověď B používá konkrétní čísla, ale tento zdroj není nezávislý ani vyvážený. Webová stránka Trumpovy oponentky Hillary Clintonové byla zaměřena na to, aby ve zprávě vypadala dobře. Fráze „přímo výplody jeho fantazie“ také není opatrná ani odměřená.

Dva další důležité nástroje boje proti fake news jsou: 1) **vyhýbání se ageismu** a 2) **vzájemné učení**.

1) AGEISMUS - Určitě si říkáte, co je ageismus? Podle WHO se ageismus týká stereotypů (to, jak myslíme), předsudků (to, jak se cítíme) a diskriminace (to, jak jednáme) vůči druhým nebo sobě **na základě věku**.

Je důležité zajistit, aby při výuce seniorů o fake news výklad školitelů ani výukové materiály neobsahovaly ageistický obsah a poznámky.

Senioři navíc nejsou jednolitá kategorie, mezi 60 a 100 lety máte dvě různé generace s odlišnými zvyky, přesvědčením a znalostmi. Dále jsou zde také rozdíly podle pohlaví, vzdělání, země původu atd. Nejdůležitější je, že senioři mají různou úroveň znalostí a zkušeností s používáním technologií a sociálních médií a různé zkušenosti s falešnými zprávami.

Tato různorodost je dobře pokryta výsledky projektu FakeNews&Elders a bude prozkoumána prostřednictvím našeho hlavního poradního výboru, který je reprezentativní z hlediska pohlaví, věku, země a používání technologií.

VEMTE ROZDÍLY V ÚVAHU

2) VZÁJEMNÉ UČENÍ - Vzájemné (peer-to-peer) učení je, když se jeden nebo více studentů učí navzájem. Bez ohledu na jejich postavení se lidé během procesu učení navzájem podporují. Je s nimi zacházeno stejně bez ohledu na jejich schopnosti. Mezigenerační peer-to-peer učení aplikované na fake news znamená, že senioři a mladí lidé si mohou vyměňovat své zkušenosti a vzájemně si radit, aniž by se navzájem soudili.



Testování a poznatky

Mnoho výzkumníků **testovalo možnosti intervencí**, jako jsou programy digitální gramotnosti nebo online tipy, které pomáhají starším lidem seznámit se s novými informacemi v online prostředí. Jsou však tyto snahy účinné?

Nová studie zveřejněná v dubnu v Scientific Reports výzkumníky ze Stanfordské univerzity zjistila, že tyto programy fungují. Zjistili, že dospělí, kteří se zúčastnili hodinového kurzu identifikace a ověřování důvěryhodnosti online informací, dopadli v testu hodnocení falešných zpráv lépe než kontrolní skupina, která neprošla žádným školením.

Co můžete dělat?

Mezi osobní návyky, které si lidé mohou osvojit, aby se pokusili identifikovat falešné zprávy, patří interní a externí strategie:

1) **Interní strategie** jsou např. posouzení pravdivosti zprávy na základě stávajících znalostí osoby, zkušenosti s intuicí, ale také ukazatelů důvěryhodnosti v příběhu (zpráva, zdroj, styl) (Tandoc et al., 2018).

2) **Externí strategie** naopak vyžadují asistenci nebo pomoc od jiných lidí (strategie interpersonální autentizace) nebo institucí (strategie institucionální autentizace). V dnešní době existují online stránky vytvořené profesionály, kteří si z boje proti hoaxům vytvořili svou každodenní práci, kde budete moci najít opravdu bohaté a aktuální archivy všech druhů fake news.

PŘÍKLADY AUTENTIZAČNÍCH AKTIVIT

Diskutujte o problému s rodinou a přáteli, abyste poznali jejich názory a připomínky k tomu, zda je příběh falešný nebo ne. V rámci digitálního světa můžete také hledat v sekci komentářů k dané zprávě.

Institucionální autentizační strategie jsou například návštěva stránek pro ověřování faktů, ověřování informací na jiných médiích, vyhledávání na internetu nebo návštěva oficiálních stránek.



4.2 *Jak lze využít technologie k boji proti šíření falešných zpráv?*

Fake news již rozdmýchaly plameny nedůvěry vůči médiím, politice a zavedeným institucím po celém světě. A přestože nové technologie, jako je umělá inteligence (AI), mohou věci ještě zhoršit, lze je také použít k boji proti dezinformacím.

Google a Facebook například zavedly použití algoritmů, které odrazují od šíření nepravdivých informací a které fungují prostřednictvím nástrojů pro kontrolu faktů tím, že analyzují profil autora i uživatelů, kteří přispěli k šíření dané zprávy svými komentáři, "lajky" a sdílením, a charakter zprávy, tedy použitý jazyk - na lexikální i sémantické úrovni - stejně jako syntaktická konstrukce.

V této otázce projevila zvláštní citlivost také Evropská unie, která v návaznosti na nekontrolovatelné dezinformace týkající se pandemie Covid-19 zdůraznila „důležitost zajistit, aby online ekosystém byl bezpečným prostorem, a ukázat, že navzdory značnému úsilí, které bylo doposud vynaloženo, je stále naléhavě nutné zintenzivnit úsilí v boji proti dezinformacím.“

Hlavní myšlenky

Pomocí speciálního softwaru, který lidé z 'The Guardian' nazvali jakýmsi "imunitním systémem" informací, který zakáže ty falešné.

Chatboty jsou již dnes dobrým nástrojem v sémantické analýze a neměli by mít problém identifikovat urážlivé nebo opakující se hanlivé výrazy.

Blockchain jako nástroj pro boj s falešnými zprávami

Víte, co je to chatbot?

- *"Chatbot je software nebo počítačový program, který simuluje lidskou konverzaci nebo „chatování“ prostřednictvím textových nebo hlasových interakcí" [1]*
- Chatboty se používají od sociální péče po zdravotnictví, Messenger a další.
- Chatboty jsou dobré v sémantické analýze a neměli by mít problém s identifikací urážlivých výrazů nebo opakujících se hanlivých výrazů.
- Chatboty by mohly být užitečné pro zákaz obsahu s opakujícími se výrazy. Mohly by však být také použity k pozitivnímu ovlivnění tónu konverzací nebo k nabídnutí spolehlivého obsahu, informací a údajů o daných tématech.

Víte, co je to blockchain?

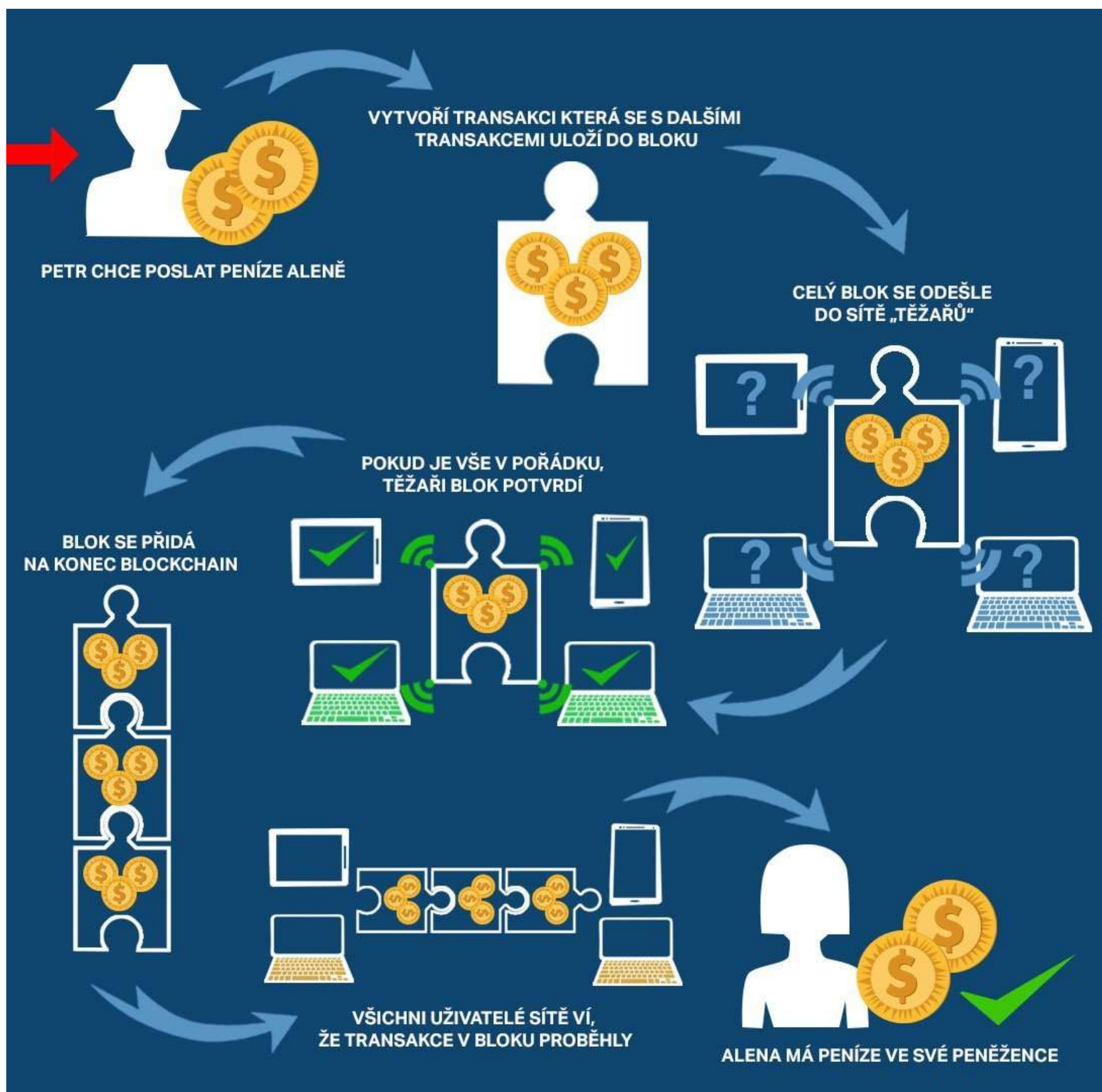
- Zjednodušeně řečeno je blockchain *„distribuovaná databáze nebo účetní kniha, která je sdílena mezi uzly počítačové sítě“*. [2]
- Na tomto místě nebudeme do hloubky vysvětlovat, jak blockchain funguje; zkusíme však stručně představit jeho roli a následně vyzdvihnout jeho zvláštnosti v boji proti fake news:
 - Databáze je strukturována v řetězci bloků, které obsahují více transakcí (vzájemně propojené servery známé jako uzly). Uzly mají na starosti dohled nad všemi transakcemi a jejich schvalování. Každý blok je tak úložištěm pro všechny transakce, které lze změnit pouze se souhlasem (většiny) uzlů v síti.
 - Každá transakce a související informace jsou ověřeny časovou značkou nebo časovým razítkem, sekvencí znaků, která jednoznačně identifikuje datum a čas určité události a potvrdí počítačový dokument a transakci, která jej obsahuje.

1. **Zdroj:** Kate Brush, Jesse Scardina, News Writer, *Tech Target*. Definition of chatbot

2. **Zdroj:** By Adam Hayes, Updated June 24, 2022, Reviewed by JeFreda R. Brown, Fact checked by Suzanne Kvilhaug, Investopedia, definition of blockchain

- Jak může ten druhý mechanismus pomoci při zastavování falešných zpráv?
Velmi pomůže, když:
 - Certifikujete autora a tím i důvěryhodnost informace
 - Sledujete cestu obsahu, abyste jej mohli vždy zpětně vysledovat ke zdroji zprávy

Pochopili jste blockchain? Pro lepší představu se podívejte na následující infografiku, jak funguje blockchain v praxi při převodu peněz z bodu A do bodu B

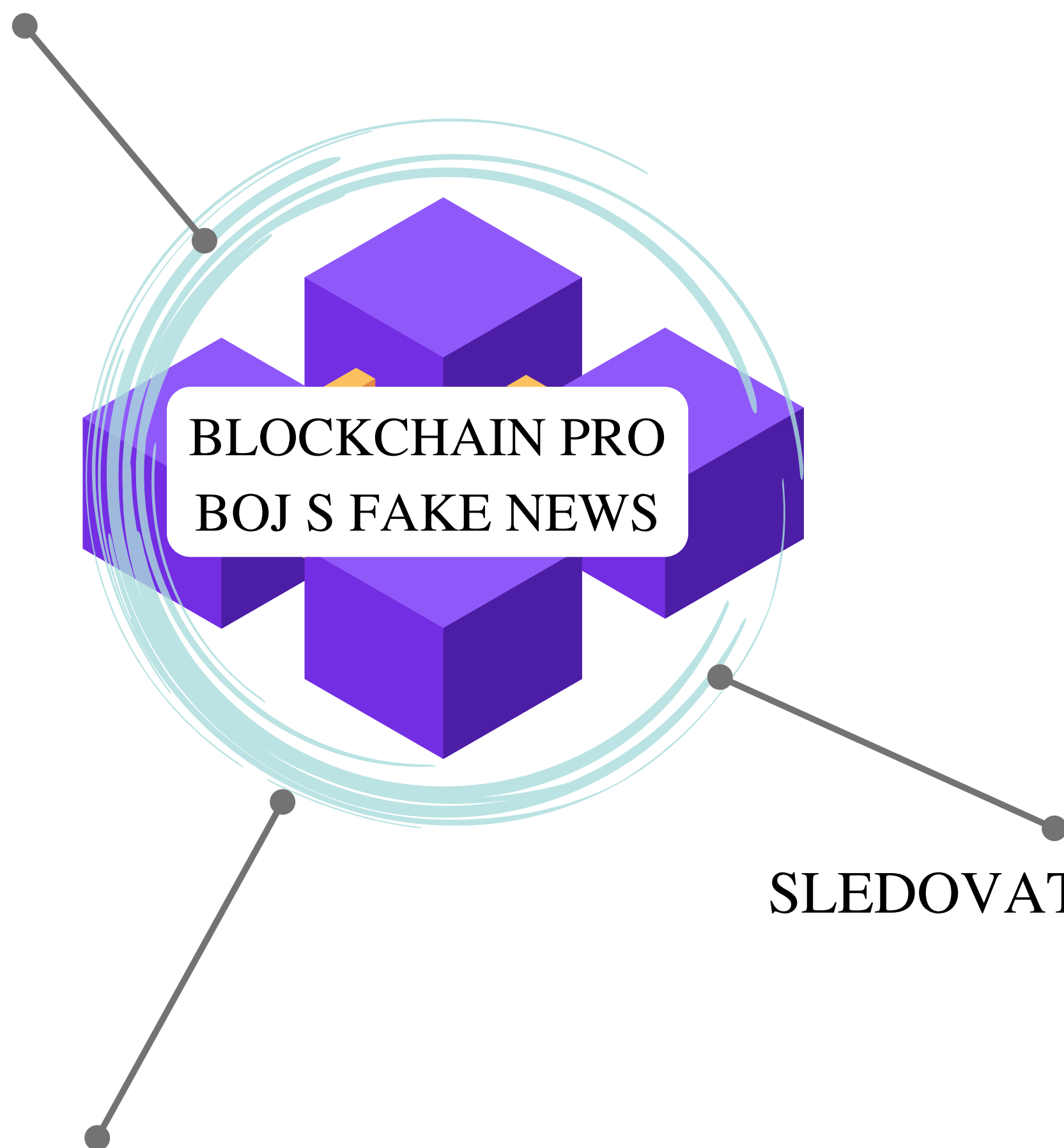


Zdroj: www.finex.cz/blockchain/

Můžeme zakončit konstatováním, že technologie pro kontrolu faktů, jako je blockchain, se mohou ukázat jako klíčové pro podporu celé kategorie starších uživatelů, kteří vzhledem k mezerám v informačních a digitálních dovednostech a předpokládaným výše uvedeným chováním mohou jinak podporovat šíření falešných zpráv pomocí médií a technologií digitálního světa, které jsou k dispozici, tím nejchytbějším a nejškodlivějším způsobem.

Vzhledem k výše uvedenému však můžeme říci, že technologie pro ověřování faktů, jako je blockchain nebo chatboty, mohou být zásadní pro podporu starších uživatelů, kteří by mohli snadno uvěřit fake news a podněcovat jejich šíření, odhalovat dezinformace a misinformace s pomocí technologií a nikoli pouze díky osobním dovednostem.

TRANSPARENTNOST



SLEDOVATELNOST

DECENTRALIZACE

Jaké zdroje můžete použít k ověřování faktů v partnerských zemích?

Francie

Název / titul	Decodex
Zdroj / webová stránka	https://www.lemonde.fr/verification/
Účel nástroje	Decodex je nástroj, který občanům pomáhá kontrolovat informace kolující na internetu a odhalovat fámy, přehánění nebo zkreslení.
Metody, nástroje a nabízená řešení	Občané si mohou informace přímo ověřit vložením URL webové stránky do systému. Decodex také nabízí články a rady týkající se ověřování faktů, posuzování spolehlivosti webu, falešných zpráv a fám šířených na sociálních sítích, důležitosti kontroly videí a obrázků, jak interpretovat průzkum nebo jak rozpoznat konspirační teorie.
Další užitečné informace	Tento nástroj je provozován francouzským deníkem Le Monde.



Česká republika

Název / titul	Ověrovna
Zdroj / webová stránka	www.irozhlas.cz/zpravy-tag/overovna
Účel nástroje	Účelem těchto stránek je vysvětlovat a ověřovat nepravdivé informace, polopravdy nebo zkreslená fakta.
Metody, nástroje a nabízená řešení	Novináři dostávají návrhy od veřejnosti nebo si vyberou nějaké aktuální fake news a snaží se je ve spolupráci s odborníky z dané oblasti podrobně vysvětlit, argumentovat a dát do souvislostí.
Další užitečné informace	Stránky jsou provozovány pod hlavičkou veřejnoprávního rozhlasu (Českého rozhlasu).



Španělsko

Název / titul	Newtral
Zdroj / webová stránka	https://www.newtral.es/quienes-somos/
Účel nástroje	V Newtral věří, že žurnalistika může a musí bojovat proti dezinformacím. Vědí také, že tento boj nelze vyhrát bez kriticky uvažujících občanů, kteří dokážou rozlišit podezřelé informace na sítích a nepřispívají k šíření hoaxů. Technologie zrychlila distribuci falešných zpráv a my chceme komukoli poskytnout nástroje k jejich odhalení.
Metody, nástroje a nabízená řešení	Nabízejí kurzy, pořádají konference, workshopy ověřující fakta a hovoří o různých zkušenostech a osvědčených postupech, které by mohly pomoci
Další užitečné informace	Startup založený v lednu 2018 novinářkou Anou Pastor, která je jeho jediným akcionářem.



Itálie

Název / titul	lavoce.info
Zdroj / webová stránka	https://lavoce.info/
Účel nástroje	Šíření nepřesných nebo zcela vymyšlených informací mezi veřejným míněním nabylo takové síly, že má rozhodující vliv na ekonomickou a politickou debatu. Ve fact-checkingu na lavoce.info posuzují přesnost prohlášení veřejných činitelů a vlivných organizací v národní veřejné debatě podle tří hlavních zásad: transparentnost zdrojů, nestrannost, ochota k sebekritice.
Metody, nástroje a nabízená řešení	Umožňují ohlašovat podezřelé zdroje prostřednictvím formuláře, v němž je plně uvedena adresa k ověření. Výroky jsou katalogizovány podle přesnosti: pravdivý; v zásadě pravda; nejistý; v podstatě nepravdivý; nepravdivý. Používají také kritéria pro hodnocení prohlášení používaná několika mezinárodními novinami.
Další užitečné informace	Lavoce.info, založená v roce 2002, je komplexní a strukturovaný informační web postavený na principech nezávislosti (z tohoto důvodu na webu nehostují reklamu), excellence, transparentnosti a bezplatnosti.



Řecko

Název / titul	Hellenic Hoaxes
Zdroj / webová stránka	https://www.ellinikahoaxes.gr/
Účel nástroje	Hellenic Hoaxes je prvním certifikovaným pokusem o odhalování falešných zpráv na internetu a dalších mediálních zdrojích v Řecku. Vznik Hellenic Hoaxes vzešel z potřeby křížově kontrolovat obrovské množství informací, které kolují především na internetu. Jde o nezávislou iniciativu v oblasti sledování zpráv a není spojena s žádným jiným médiem ani společností.
Metody, nástroje a nabízená řešení	Používanými nástroji jsou výzkum a sběr dat ze spolehlivých zdrojů. Redakční tým tvoří lidé se zkušenostmi s identifikací a bořením mýtů, fake news, falešných videí – fotek a hoaxů.
Další užitečné informace	Je členem globální sítě řízení událostí IFCN. Je každoročně auditována je v souladu s IFCN zásadami politické nezávislosti, transparentnosti zdrojů, financování, metodologie a závazku k otevřeným a poctivým opravám. Kromě toho je členem Evropské observatoře proti dezinformacím (SOMA), Evropské observatoře digitálních médií (EDMO) a podílel se na projektu FactCheckEU.info.



Polsko

Název / titul	Demagog
Zdroj / webová stránka	www.demagog.org.pl/tematy/english/
Účel nástroje	Asociace Demagog je první organizací pro kontrolu faktů v Polsku. Naším hlavním cílem je zlepšit kvalitu veřejné diskuse poskytováním nezkreslených a spolehlivých informací občanům. (Zdroj: webová stránka organizace/iniciativy)
Metody, nástroje a nabízená řešení	Jejich podpora pro pátrání se obvykle řídí inkubačním modelem, kde organizace Credibility Coalition poskytuje prostor pro setkávání, komunitní infrastrukturu, vytváření sítí a určitou finanční podporu na cestovní a další výdaje. Poté pracují na komunikaci a vysvětlování výsledků této spolupráce technologům, dalším výzkumníkům a tvůrcům politik.
Další užitečné informace	Credibility Coalition podporuje především kreativní přístupy k výzkumu s důrazem na rozmanitost a spolupráci. Výsledky našeho výzkumu pak sdělujeme našim kolegům a veřejnosti, abychom pomohli vybudovat konsensus o tom, jak identifikovat a řešit dezinformace.



4.3 *Mezigenerační výměna na téma fake news*

Mezigenerační výměna znalostí je skvělým nástrojem, jak zabránit šíření fake news. Vztah mezi prarodiči a vnoučaty nebo mezi seniory a mladými lidmi, mezi nimiž se vytvořilo silné pouto, je výsadou, protože je velmi obohacující. Oba se od sebe navzájem učí. Je intuitivní vzít v úvahu, že starší osoby mají zkušenosti, příběhy, vzpomínky a moudrost, o které se mohou podělit. Mohou se však také učit od nejmladších generací, zejména pokud jde o nové technologie a problematiku nových médií. Předávání není považováno za výhradně "sestupný" proces, může být také "vzestupný".

V poslední době nabývají nové technologie stále většího významu jako nástroj pro posílení komunikace uvnitř rodiny. Posilují vztahy dvěma různými způsoby: na jedné straně usnadňují řízení každodenních vztahů, na druhé straně podporují individualizované a personalizované mezigenerační vztahy.

Klasicky vstupují do hry dva hlavní způsoby učení: způsob spolupráce a afirmativní způsob. Afirmativní režim je shora dolů od vnoučat k prarodičům. Spolupracující forma je založena na výměně a probíhá ve společném časovém a fyzickém prostoru mezi vnoučaty a prarodiči. Učení probíhá společně a obrazovky digitálních tabletů a počítačů slouží jako médium pro skutečné vztahy, které prarodiče a vnoučata fyzicky sbližují.

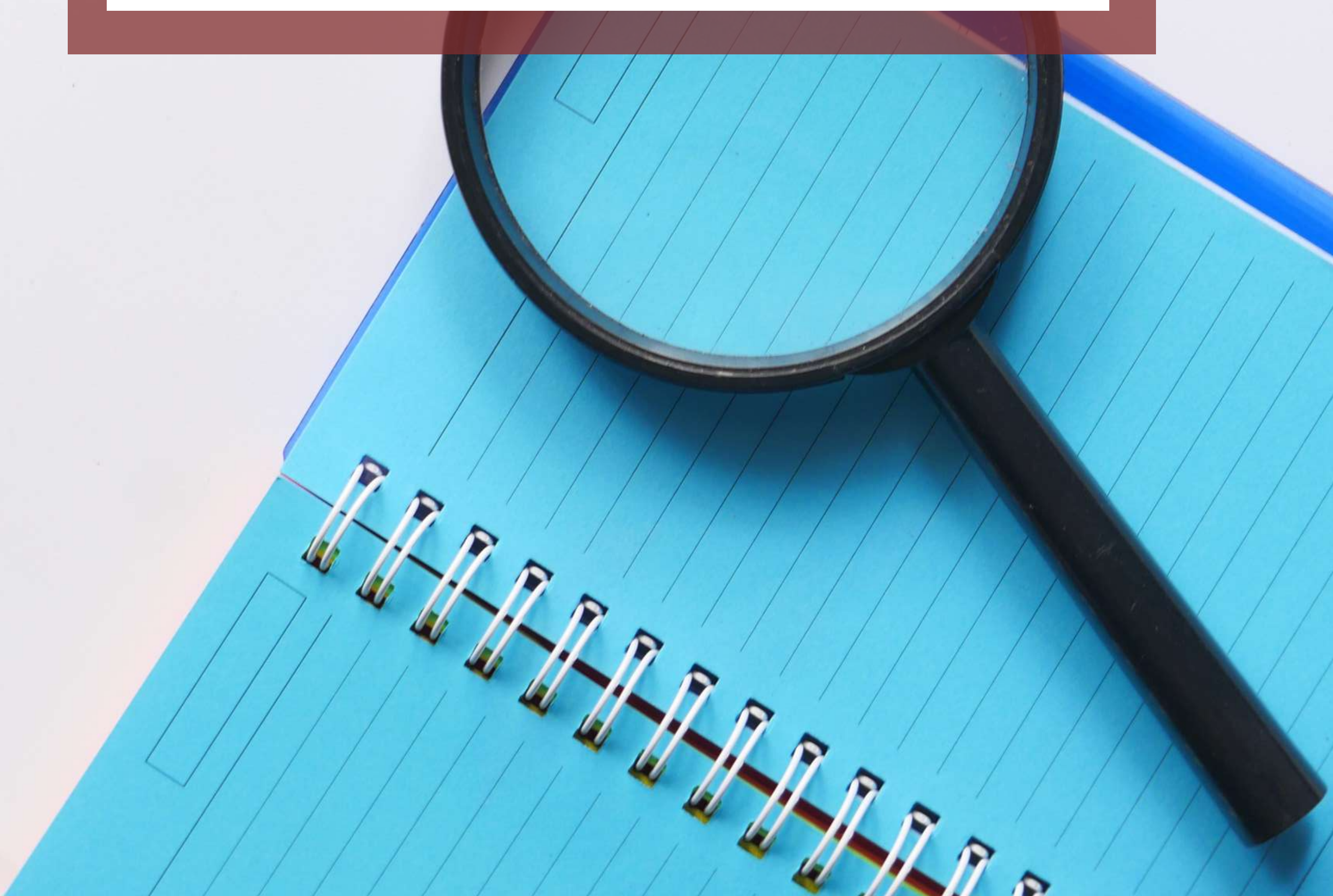
Jak se toto mezigenerační kolaborativní učení nových technologií vztahuje na falešné zprávy?

- Vnoučata a prarodiče si mohou navzájem posílat články prostřednictvím sociálních médií (Twitter, Facebook atd.) nebo instant messagingu (Whatsapp, Messenger).
- Pokud jeden nebo druhý odhalí falešnou zprávu, mohou si navzájem vysvětlit, proč je obsah podezřelý.

- Vnoučata mohou svým prarodičům vysvětlit, jak vznikají falešné zprávy. Nebo naopak, pokud se senior zdá být v této problematice informován.
- Vnoučata mohou svým prarodičům dále vysvětlovat složitější problematiku, jako jsou deep fake, automaticky generovaný obsah "botů" apod. Nebo naopak.
- Obě generace si mohou vyměňovat názory na tvorbu zpravodajských článků a na své vidění žurnalistiky a informací před nástupem nových technologií a v dnešní době.



BIBLIOGRAFIE



Odkazy na národní průzkumy

1. <https://fr.statista.com/statistiques/480837/utilisation-reseaux-sociaux-france-age/>
2. <https://www.blogdumoderateur.com/infographie-seniors-reseaux-sociaux/>
3. <https://www.cettefamille.com/seniors-reseaux-sociaux/>
4. <https://mcr.asso.fr/bien-vieillir/informations-pratiques/technologies-et-internet/les-seniors-et-les-reseaux-sociaux/>
5. <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/les-seniors-partagent-davantage-de-fake-news-que-les-jeunes-373303>
6. <https://www.franceinter.fr/emissions/la-une-de-la-science/la-une-de-la-science-15-janvier-2019>
7. <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Actualite-entre-jeunes-seniors-grand-ecart-2019-01-24-1200997666>
8. <https://www.inforesidencias.com/blog/index.php/2020/10/28/las-personas-mayores-y-las-redes-sociales/>
9. https://www.ine.es/prensa/tich_2021.pdf
10. https://www.ine.es/prensa/tich_2021.pdf
11. <https://envejecimientoenred.es/la-brecha-digital-por-edad-los-mayores-continuan-reduciendola/>
12. <https://aginginanetworkedsociety.wordpress.com/>
13. <https://www.gwi.com/>
14. <https://www.audiweb.it/news/comunicati-stampa/Comunicato-Stampa-total-digital-audience-Marzo2022.html>
15. <http://dati.istat.it/Index.aspx>
16. <https://www.czso.cz/csu/czso/seniori-v-cr-v-datech-2021>
17. https://www.denik.cz/z_domova/seniori-pandemie-internet-20210523.html
18. <https://www.i60.cz/clanek/detail/24238/seniori-v-socialni-siti>
19. <https://www.czso.cz/csu/czso/seniori-v-cr-v-datech-2021>
20. <https://aginginanetworkedsociety.wordpress.com/>
21. <https://www.gwi.com/>
22. <https://www.audiweb.it/news/comunicati-stampa/Comunicato-Stampa-total-digital-audience-Marzo2022.html>
23. <http://dati.istat.it/Index.aspx>
24. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-greece/2022/04/>
25. <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-greece/2020/>
26. <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-greece/2018/>
27. https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2020/06/wip_greece_final_2-6_2020.pdf
28. https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2020/06/wip_greece_final_2-6_2020.pdf
29. <http://www.digitalcenter.org/wp-content/uploads/2018/04/2017-WIP-report.pdf>
30. <http://www.digitalcenter.org/wp-content/uploads/2018/04/2017-WIP-report.pdf>



Zdroje

- 1.Brashier, N.M, Schacter, D.L. (2020). Aging in an Era of Fake News. Sage Journals.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>
- 2.Eurostat. (2021, June 17). How popular is internet use among older people? Eurostat.
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20210517-1>
- 3.Eurostat. (2021, June 30). Do you participate in social networks? Eurostat.
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20210630-1>
4. Guess, A; Nagler, J; Tucker, J. (2019). Replication Data for: "Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. Science.org
<https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aau4586>
- 5.Hurst, N. (2015, February 3). If Facebook use causes envy, depression could follow. University of Missouri. <https://munewsarchives.missouri.edu/news-releases/2015/0203-if-facebook-use-causes-envy-depression-could-follow/>
- 6.Myhre, J.W (2013). Effects of online social networking on the cognitive, social, and emotional health of older adults. (Doctoral dissertation, University of Arizona. Tucson, USA). Retrieved from https://repository.arizona.edu/bitstream/handle/10150/332671/azu_etd_13044_sip1_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 7.Rambert, H. (2019). Les plus de 65 ans partagent sept fois plus les fake news que les plus jeunes. France Inter. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-une-de-la-science/les-plus-de-65-ans-partagent-sept-fois-plus-les-fake-news-que-les-plus-jeunes-2201310>
8. Tom Cassauwers, "Can artificial intelligence help end fake news?", Horizon - The EU Research & Innovation Magazine, April 15 (2019).
9. Rossella Bucca, "Intelligenza Artificiale e Fake News: gli algoritmi sono i buoni o i cattivi?", January 25 (2022)
- 10.https://www.blockchain4innovation.it/esperti/blockchain-perche-e-cosi-importante/#Un_passo_nella_storia_della_Blockchain_da_Bitcoin_alle_blockchain
11. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>
12. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-une-de-la-science/les-plus-de-65-ans-partagent-sept-fois-plus-les-fake-news-que-les-plus-jeunes-2201310>
13. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>
14. <tps://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>
15. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-une-de-la-science/les-plus-de-65-ans-partagent-sept-fois-plus-les-fake-news-que-les-plus-jeunes-2201310>
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721420915872>

