

VĚŘTE NEVĚŘTE: zdrojům informací

Komu a čemu můžeme věřit? Rozhodněte se sami.

Tyto prověřené tipy vám v tom pomohou.

Čím více jich nějaký informační zdroj naplňuje, tím více mu můžete věřit.

AUTOR

Pod svou práci se podepisuje, stojí si za ní a nese za ni zodpovědnost. Je možné si o něm zjistit víc.

VLASTNÍK média

Je znám, neskrývá se.

ZPRAVODAJSTVÍ

Je faktické, jasně oddělené od komentářů a názorů. Jsou uvedeny zdroje, je jich více a jsou důvěryhodné.

NÁZEV

Odpovídá obsahu, nesnaží se šokovat a přitáhnout pozornost za každou cenu.

FOTOGRAFIE

Nejsou upraveny, nemají zavádějící popisky a pokud jsou ilustrační, tak přiměřeně odpovídají vyznění textu.

REKLAMA

Je viditelně a jasně oddělena od ostatního obsahu.

REDAKCE

Má více stupňů kontroly: na redaktory dohlíží editoři a na editory šéfredaktor.

EMOCE

Obsah se nesnaží upoutat naši pozornost opakovaným a přehnaným vyvoláváním pocitů strachu a nenávisti.

POLARIZACE

Autor nenálepkuje, nesnaží se svalovat vinu, rozdmýčovat konflikt a rozdělovat proti sobě.

OTEVŘENOST

Nebojí se o své práci, etických principech, pracovních postupech veřejně mluvit, obhájit si je, předstoupit před čtenáře a nést za ní zodpovědnost.

CHYBY

Pokud se faktická chyba vyskytne, autor se za ni omluví a napraví ji.

NEPRAVDY / LŽI / KONSPIRACE

Sdělení si zakládá na faktech, ne na domněnkách. Nejednoduší. Nešíří lži opakovaně a pravidelně. Proč to ale někdo přesto dělá? Obratě list. **Obratě list.**



Na každém šprochu PRAVDY TROCHU?

Ne vždycky. Lží, nepravd, polopravd a manipulací je zvláště na internetu plno a často dokážou ublížit. Možná si řeknete, proč by to někdo dělal?

SATIRA, HUMOR

Mnoho nedorozumění vzniká z šíření smyšlených informací, jejichž cílem bylo pobavit, poštouchnout.

CHYBA = ŠPATNÁ NOVINAŘINA?

Stane se. I novináři se spletou. Špatně si ověří informaci, naletí nějakému zdroji, jsou pod tlakem publikovat rychle, dříve než konkurence. Je třeba chybu uznat, uvést na pravou míru.

TROLLING

Existují lidé, takzvaní trollové, které prostě baví vytáčet druhé. Nemají zájem o diskuzi, užívají si, když oni někoho vytočí nebo naštvou. Zmanipulují média, aby o tom informovala. Lež a manipulace jsou běžným nástrojem. Na etice jim nezáleží. Mohou být někým zaplacení.

NEZNALOST A IGNORANCE

Zvláště na sociálních sítích někteří uživatelé často sdílí informaci, přestože mnohdy nemají čas si o ní zjistit víc. Nebo mají pocit, že nic vědět nepotřebují.

OSOBNÍ PRESTIŽ A POPULARITA

Sociální sítě jsou oblíbené proto, že lidem přinášejí pocit výjimečnosti. Být vidět a slyšet, mít vliv na velkou skupinu lidí je často takovým lákadlem, že i občasná lež či manipulace se vyplatí.

FINANČNÍ ZISK

Šokující a neověřitelné informace či konspirace účinně poutají naši pozornost. Tu lze využít pro výdělek z reklamy. Čím více kliknutí na titulek, tím více peněz z reklamy.

PODVODNÝ E-MAIL

Někdo chce vaši pozornost, vaše osobní údaje, vaše peníze. A udělají téměř cokoli, aby to dostali.

POLITICKÁ PROPAGANDA

Cílem není pouze přesvědčovat a získávat podporu pro svou politiku, ale také znejišťovat a rozdělovat společnost.

SNAHA UBLÍŽIT

Anonymita internetu umožňuje snadno někomu ublížit, ponížit, pomluvit, šikanovat za využití lží, pomluv a manipulace.

Motivací, proč na internetu lhát a manipulovat, je hodně. Co s tím? Není třeba zoufat a myslet si, že nelze ničemu a nikomu věřit. I v dnešní době to je možné. Jak? **Obrátte list.**