

ČO NA NÁS STRIEHNE NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH?

Mgr. Martina Trégerová

Sociálne siete ako Facebook, Twitter či Instagram sa pre mnohých z nás stali každodennou rutinou. Záujem o ne vyplýva buď z našej profesie, alebo jednoducho potrebujeme uspokojiť „nenásytnú“ zvedavosť a neutíchajúcu potrebu byť ich súčasťou. Určite všetci poznáte vetu: kto nie je na sociálnej sieti, akoby neexistoval. Táto „ľudová múdrosť“ by nám pred niekoľkými rokmi nedávala žiadny zmysel, no dnes sú siete bezprostredná realita takmer každého z nás.

Slováci a online svet v roku 2022
 85 % slovenskej populácie používa nejakú sociálnu sieť, pričom až 63 % ju navštívi aspoň raz za deň. Využívanie sociálnych sietí je jedna z najčastejších aktivít vôbec, ktorej sa Slováci na internete venujú.

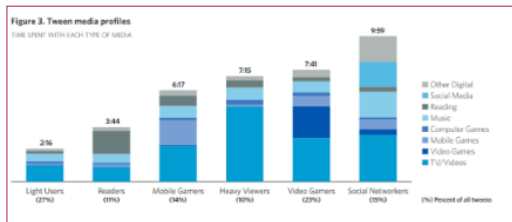


Zdroj: Go4insight

Dobry sluha, zly pan

Sociálne médiá urýchľujú prenos informácií, nápadov či myšlienok. Majú potenciál vzdelávať, ponúkajú možnosť sebavyjadrenia, poskytujú priestor na kreativitu. Sú ideálny nástroj na propagáciu značky, produktov či mena. Za maskou sociálnej siete sme vtipnejší, sebaistejší, priamočiarejší, často aj krajší ako v reálnom živote. Byť online, zdá sa, môže byť fajn. Ukážme si ale aj

odvrátenú tvár online sveta a jej negatívny dopad. Prieskum Common Sense



[1]

z roku 2015 v USA ukázal, že tinedžeri využívajú „obrazkové médiá“ (screen media)¹ v priemere

šesť až deväť hodín denne.

Nadmerné používanie novodobých médií môže vyvolať duševné problémy, ako sú depresie, pocity úzkosti, agresia, nedostatok spánku či pocit

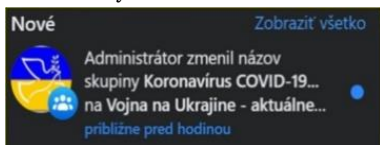
¹Akkoľvek médium, ktoré sa vyrába alebo šíri prostredníctvom obrazovky vrátane celého spektra toho, čo predstavuje „obrazovku“: filmové plátno, televízna/počítačová obrazovka, malé obrazovky prístupné na smartfónoch a iných prenosných zariadeniach.

menejcennosti. Vo virtuálnom svete sa často stretávame s kyberšikanou, klebetami a urážlivými prejavmi, ktoré môžu spôsobiť aj trvalé emocionálne jazvy.

Ako súvisí šírenie dezinformácií so sociálnymi sieťami?

Či už je cieľom šíriteľov konkrétnej dezinformácie politický, prípadne finančný prospech, **sociálne médiá hrajú obrovskú úlohu** pri podpore alebo zastavení šírenia dezinformácií.

- Súčasne so zmenou politickej situácie sa preorientovali aj skupiny na sociálnych sieťach. Od začiatku ruskej invázie na Ukrajinu veľa facebookových stránok obrátilo pozornosť práve na tento problém. Napríklad zo stránky *Neočkovaní* sa stala *Ukrajina verzus Rusko*, stránka *Koronavírus Covid-19* sa zmenila na *Vojna na Ukrajine*. Mnohé zmenili svoju orientáciu, aby boli aktuálnejšie a aby si naďalej udržali pozornosť fanúšikov.
- **Clickbait** (návnada) je zavádzajúca informácia lákajúca používateľov internetu, aby klikli na reklamu. Cieľom je získať „kliky“ a následne šíriť reklamu. Rovnakú techniku používajú bulvárne médiá či známi youtuberi, ktorí zverejnia lákavý a zaujímavý titulok. Cieľ je rovnaký – získať čo najväčší počet klikov. Príspevok sa tak často stane virálnym.
- **Mimokontextové obrázky** patria k bežným technikám dezinformovania. Recyklujú staršie, často šokujúce obrázky a použijú ich k udalosti, ktorá nesúvisí s textom, prípadne dokresľuje negatívnu emóciu, ktorú má článok vyvolať.
- **Deepfake** je dnešná verzia programu Photoshop. Používa umelú inteligenciu na vytvorenie nového záznamu (fotografie, videá, zvukové nahrávky) znázorňujúceho udalosti, vyjadrenia alebo činy, ktoré sa v skutočnosti nikdy nestali. Výsledky môžu byť celkom presvedčivé. Od iných foriem nepravdivých informácií sa líši tým, že je veľmi ťažké určiť jeho nepravosť.
- **TikTok** funguje na princípe Content Graphu. Neukazuje len videá nami sledovaných kanálov, ale aj obsah podobajúci sa najviac tomu, ktorý nás zaujal. Stačí, ak si pozrieme zopár dezinformačných videí a od toho momentu sme takmer „uväznení“ v propagandistickej bubline. TikTok je v súčasnosti najrýchlejšie rastúca sociálna sieť.



Čo je cieľom sociálnych sietí a webových stránok?

Hlavným zámerom je udržať si našu pozornosť čo najdlhšie. Čím dlhší čas strávime pozeraním videa alebo prečítaním článku, tým viac reklám uvidíme. Viac reklám prináša viac peňazí sociálnej sieti alebo stránke. Tento fenomén

nazývame **ekonomika pozornosti**. Propagandisti a širitelia dezinformácií dobre vedia, koľko času dnes ľudia trávajú na internete. Aj preto sa snažia získať si našu pozornosť. Na zaplavenie sociálnych sietí používajú niekoľko techník, tzv. **SWAMPED model** a aplikujú ich najmä v komentároch na sociálnych sieťach.

- **S** (Strawmen) – *slamený panák*. Komentujúci napáda názory alebo myšlienky osoby, ktorá ich v skutočnosti nikdy nevyjadrila.
- **W** (Whataboutism) – *ačohentizmus*. Komentujúci odvádza pozornosť od témy diskusie a upozorňuje na činy iných, ktoré s témou nesúvisia.
- **A** (Attack) – *útok*. Komentujúci používa vulgárny jazyk, aby tak odradil oponenta od ďalšej diskusie.
- **M** (Mockery) – *výsmech*. Komentujúci používa sarkazmus na zneváženie oponentov.
- **P** (Provocations) – *provokácia*. Komentujúci sa snaží na niekoho zvaliť vinu. Kto má z toho úžitok?
- **E** (Exhaust) – *unavenie*. Komentujúci zahltí oponenta podrobnosťami a technickými detailmi, aby odviezol pozornosť od dôležitých informácií.
- **D** (Denial) – *popieranie*. Komentujúci kategoricky popiera akékoľvek dôkazy.



Sociálne siete sú plné nástrah. Nevnímajme realitu skreslene, ale skôr, ako sa podelíme o informácie, snažme sa uvažovať reálne. Keďže každá minca má dve strany, majme na pamäti, že neuvážené publikovanie informácií môže spôsobiť rôzne problémy.

Použité zdroje:

- [1] The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens, 2015. In: *Common Sense* [online]. Common Sense media, 2015, 3.11.2015 [cit. 2023-07-11]. Dostupné na: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/census_researchreport.pdf
- [2] Sociálne siete a psychické zdravie: Ako na vás vplyvajú sociálne médiá? In: *Union* [online]. Bratislava: Union poisťovňa a Union zdravotná poisťovňa, 26.11.2021 [cit. 2023-07-10]. Dostupné na: <https://www.union.sk/socialne-siete-vplyvajuna-psychicke-zdravie/>
- [3] Ako bezpečne fungovať na sociálnych sieťach. *Nextech* [online]. 17.8.2020 [cit. 2023-07-10]. ISSN 2644-6804. Dostupné na: <https://infosecurity.sk/dezinfo/od-genocidy-az-pociernu-magu-co-hovori-ruska-propaganda/>
- [4] Príručka na dešifrovanie prokremelských dezinformácií súvisiacich s Putinovou vojnou. In: *European Commission* [online]. Brussels: European commission, 17.03.2022 [cit. 2023-07-10]. Dostupné na: https://slovakia.representation.ec.europa.eu/news/prirucka-na-desifrovanie-prokremelskych-dezinformacii-suvisiacich-s-putinovou-vojnou-2022-03-17_sk
- [5] Euromýty. In: *European Commission* [online]. Brussels: European commission [cit. 2023-07-10]. Dostupné na: https://slovakia.representation.ec.europa.eu/aktuality-podujatia/euromyty_sk