

VĚŘTE NEVĚŘTE

INFORMACÍM V EMAILECH A NA INTERNETU

- 1 OFICIÁLNÍ MÉDIA** → všichni provozovatelé televizního nebo rozhlasového vysílání mají zákonnou povinnost informovat o krizových opatřeních. Veřejnoprávní média (ČT, ČRo, ČTK) musí poskytovat ověřené a všestranné informace. Tato média jsou proto v těchto dnech nejjistější volbou pro důležité a věrohodné informace spolu s oficiálními kanály veřejných institucí, místních samospráv, úřadů, knihoven apod.
- 2 ZDROJ / AUTOR** → pokud k nám dorazí informace z neoficiálních zdrojů, je důležité si zkontrolovat, zdali je u informace uveden zdroj či autor. Jen tak za ni může nést ZODPOVĚDNOST. Pokud se nám autor skrývá a nedává nám možnost si o něm dohledat více informací a prověřit si jeho odbornost či důvěryhodnost, nehraje s námi fér hru a nezaslouží si naši důvěru.
- 3 RODINA, PŘÁTELÉ, ZNÁMÍ** → jsou pro nás nejen v čase krize pochopitelným, častým a důvěryhodným zdrojem informací. Internet, sociální sítě a emaily nás ještě více propojily. Ujistěme se však, zda jsou skutečně oni tím původním zdrojem informace. Pokud jen přeposílají informaci od někoho jiného, platí bod 2.
- 4 NÁZORY** → máme je všichni. Zvláště my Češi a Moravané. Zdaleka však neplatí, že ten, kdo je hlasitější, agresivnější a sebevědomější, má více pravdu. Dnes je více než třeba důvěřovat expertům ve zdravotnické oblasti, ne amatérským léčitelům a těm, kteří mají nejsilnější názor či šokující a jednoduché vysvětlení všeho.
- 5 EMOCE** → současná situace a zpravodajství v nás všech vyvolává pocity, strachu, nejistoty, zoufalství. Pokud ale některý zdroj, ať už na internetu nebo v emailu, útočí na naše emoce neustále a cíleně, budme na pozoru. Důležité a užitečné informace většinou znějí suše a nezáživně. To je v pořádku.

NA KAŽDÉM ŠPROCHU, PRAVDY TROCHU?

Ne vždycky. Lží, polopravd, manipulací a sebevědomých názorů je v emailech a na internetu plno a často dokážou zmást a ublížit. Možná si řeknete, PROČ by to někdo dělal?

OSOBNÍ PRESTIŽ A POPULARITA

→ šíření nečekané či děsivé informace, zázračného léku nebo sebevědomého názoru na sociálních sítích a v emailech vyvolává reakce v podobě tzv. „lajků“, komentářů a dalšího šíření. Pro mnohé je takto získaná popularita a sledovanost příliš lákavá na to, aby se zdržovali ověřením dané informace nebo rozvahou o etičnosti takového činu.

NEZNALOST

→ často sdílíme a šíříme nějakou informaci, přestože mnohdy nemáme čas si o ní zjistit víc. Nebo máme pocit, že víc vědět nepotřebujeme. V současné době máme stále o koronaviru více otázek než jasných odpovědí. Důvěřujeme expertům.

SNAHA UBLÍŽIT

→ je snadné zneužít našich obav a důvěry. Budme opatrní. Při podezření z podvodu, informujte policii.

SNAHA POMOCI

→ jsme lidské bytosti které přirozeně mají obavy o druhé. Chceme pomoci svým bližním, varovat je před nebezpečím. Strach a obava o své blízké oslabuje naše reflexy a nevědomky se tak můžeme podílet na šíření nespolehlivých anebo vyloženě nebezpečných informací.

TROLLING

→ existují lidé, takzvaní trollové, které prostě baví vytáčet druhé. Nemají zájem o diskusi, užívají si, když oni někoho naštvou. Vymyslí si cokoliv a slaví, když jin na to skočí média.

CO DĚLAT? Vyberte si důvěryhodné zdroje dle návodu na první straně, nepanikařte, nepodílejte se na šíření neověřených informací. Zvláště v krizových situacích je šíření poplašné nebo lživé zprávy TRESTNÉ! I když to myslíte dobře. Nezoufejte, množství pozitivních iniciativ a vzájemné pomoci v současnosti mnohonásobně převyšuje snahy těch, kteří současné situace zneužívají.

SATIRA, HUMOR

→ My Češi a Moravané jsme na fórký a legraci experti. Mnoho nedorozumění vzniká z šíření smyšlených informací, jejichž prvotním cílem bylo jen pobavit, poštouchnout.

CHYBA ČI NEPŘESNOST

→ mohou se jí dopustit i seriózní média a novináři, zvláště v případě rychle se vyvíjející krize. Důležité je, že záměrem nebylo uškodit. Za chybu by se měla média omluvit a co nejdříve sjednat nápravu.

KONSPIRACE

→ jsou lákavé svou jednoduchostí a vysvětlením složitých věcí. Ničemu však nepomůžou, jen zaplevelují informační prostor a odvádějí pozornost od skutečně důležitých a užitečných informací.

FINANČNÍ ZISK

→ zázračné léčebné produkty, amatérské nápady, nedostatkové ochranné pomůcky, jsou v dnešní době dobrou příležitostí pro finanční obohacení. Stejně tak jako šíření lživých a poplašných informací, konspirací a nepodložených názorů, které těží výnosy z reklamy umístěné na jejich webech. Naše kliknutí a sdílení jejich příjmy přímo navyšují.

DEZINFORMACE A PROPAGANDA

→ moderní propaganda nemá pouze přesvědčovat a získávat podporu pro svou politiku, ale také podryvat důvěru v naše demokratické instituce, veřejnoprávní média, znejišťovat a rozdělovat společnost skrze lži, manipulace a nenávisť.

SPOLU TO ZVLÁDNEME!