

Příloha č. 4.1.3 – Média a informace 2. hodina (shrnutí pro žáky)

Informační role masových médií

Vždy je důležité rozlišovat **zpravodajství** a **publicistiku**. Zpravodajství je například informace o hlasování o důvěře vlády. Musí být věcné, objektivní a odpovídá na základní otázky: Kdo? Co? Kdy? Kde? Proč? V publicistických textech si o hlasování o důvěře vlády novinář něco myslí, přidává vlastní komentář, hodnocení založené na věcných argumentech. Obojí musí mít vždy autora a zdroje. Ani jedno nelze míchat dohromady!

- Příklady zpravodajství (krátká zpráva, zpráva, agenturní zpráva, zpráva z tiskové konference, news feature, zpravodajská reportáž, anketa, rozhovor),
- Příklady publicistiky – analytický článek (je na hranici mezi zpravodajství a publicistikou), fičrová zpráva, interview, črta, glosa, komentář, komiks, fejeton, editorial, recenze, reportáž, úvaha, kritika

Formální náležitosti zpravodajských textů

- Titulek (název článku, který vystihuje jeho obsah, obsahuje sloveso, trendem je psát titulky, co nejpoutavěji, což ale nesmí sklouzávat k bulvarizaci a zkreslování významu, titulek by neměl obsahovat vykřičník nebo otazník což často využívá bulvár)
- Domicil – označuje místo, kde se událost stala (název města, obce)
- Značka (zkratka) autora, podpis autora, datum vytvoření zprávy
- Perex – shrnutí obsahu článku
- Obsah článku – Co? Kdo? Kdy? Kde? Jak a proč?

Zpravodajství musí být objektivní, vyvážené a nestranné. Objektivní znamená, že je pravdivé – představuje přesná, úplná a nezkreslená fakta. Informace získané jinak než přímým svědectvím novinář ověřuje alespoň ze dvou na sobě nezávislých zdrojů. Nestranné zpravodajství se vyhýbá hodnotícím soudům a komentářům ze strany žurnalisty, vyvážené zpravodajství dává stejný prostor všem aktérům události a různým názorovým proudům, opět bez ohledu na osobní názory a postoje novináře.

Díky vzniku tzv. nových médií (internetu a internetových sociálních sítí) existuje mnohem větší prostor pro svobodu slova (vyjádření vlastního názoru, poznání různých názorů, rychlejší šíření aktuálních informací). Na druhou stranu nová media poskytují i prostor pro šíření nepravdivých či manipulativních informací – dezinformací, hoaxů, fake news či konspiračních teorií.

- **Dezinformace** je záměrně nepravdivá, částečně nepravdivá nebo zkreslená informace, šířená především státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají. Manipulují s fakty, nabízí neaktuální, nepřesné nebo neověřitelné informace. Jejich, často nevedení autoři, nechtějí informovat, ale zmást, zahltit informacemi a podstrkovat, co si máme myslet. Dezinformace bývají součástí propagandy (přesvědčování správnosti určité ideologie, společenského systému, vyhlášení války) či kouřové clony, která má zmást nepřítele (například dezinformace o vylodění v Normandii za 2. SV).



- **Fake news:** Moderní výraz, který označuje úmyslně nepravdivé nebo zavádějící informace, které se objevují v médiích a na sociálních sítích. Jedná se o modernější výraz pro dezinformace.
- **Hoax:** Typ dezinformace, jinak řečeno poplašná zpráva, která svou uměle vytvořenou, lživou naléhavostí nabádá k dalšímu přeposlání. Autoři je často sdílejí jako skandální odhalení, o kterém se podle nich v „mainstreamových médiích“ nedozvíte.
- **Konspirace:** Konspirační teorie vždy představují alternativní, zavádějící vysvětlení toho, jak svět kolem nás funguje. Typicky hovoří o spiknutí nějaké skupiny, která ovládá svět za našimi zády, a na základě toho vysvětluje historické události a současné dění.

Jak rozpoznat nedůvěryhodnou zprávu?

- ✗ Autora zprávy nelze dohledat.
- ✗ Ve zprávě nejsou uvedeny zdroje, ze kterých autor vychází.
- ✗ Autor předkládá pouze jeden pohled na situaci.
- ✗ Ve zprávě nelze rozlišit co je názor autora a co jsou fakta.
- ✗ Autor nám podsouvá nějaký názor, chce v nás vyvolat emoce – strach, nenávisť. Seriózní mediální sdělení nám nechává prostor pro to udělat si na situaci vlastní názor.
- ✗ Přehnané, vyhocené emocionální titulky. Hojně využívání prostého, lidového jazyka, krátké věty a obecně kratší texty zavání spíše bulvárem než seriózním mediálním sdělením.
- ✗ Facebook, Twitter ani Instagram nejsou zpravodajskými servery, jsou jen platformou pro komunikaci lidí.

Který autor působí důvěryhodněji?



Obrázek 9 Popis autora článků na zpravodajském webu Aeronet.cz



Obrázek 10 Popis autorky článků zpravodajského serveru Aktualne.cz

Odborníci na odhalování dezinformací, hoaxů či falešných zpráv radí, že pokud si nejste jisti, zda můžeme dané zprávě či informaci věřit, zkuste ji vyhledat v jiných informačních zdrojích. Pokud je zpráva pravdivá určitě o ní budou psát i jiná média.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY