

PROGRAM DEZINFORMÁCIE

SPOLU - občianska demokracia

Ako brániť Slovensko pred dezinformáciami

V uplynulých rokoch došlo k radikálnej zmene v spôsobe, akým ľudia prijímajú a šíria informácie. Na internete a sociálnych sieťach vyhrávajú emotívne dezinformácie a konšpiračné teórie, ktoré sa šíria takou rýchlosťou a v takom rozsahu ako nikdy predtým. Vznikajú komerčné biznis modely postavené na produkcii hoaxov a dezinformačné kampane sa stali významným nástrojom zahraničnej propagandy. Internet sa stal zdrojom radikalizácie jednotlivcov, ktoré v najhorších prípadoch končia teroristickým útokom. Na Facebooku sa disproporčne dobre darí extrémistickým stranám a hnutiam. Podľa prieskumu Globsecu až 52 percent Slovákov verí, že Židia majú príliš veľkú moc a tajne ovládajú vlády a medzinárodné organizácie. Až 60 percent Slovákov podľa prieskumu vedcov zo SAV skôr alebo úplne súhlasí s presvedčením, že kvôli finančnému zisku z chemoterapie farmaceutický priemysel zatajuje existenciu účinného lieku na rakovinu.

Konkrétne dôsledky, ktoré tieto javy majú na našu spoločnosť sa dajú zhrnúť do dvoch kategórií:

1. Individuálne tragédie, kedy sa dezinformácia z online prostredia “preleje” do konkrétnych skutkov v reálnom fyzickom svete. To sú mamičky, ktoré odmietajú dať očkovať svoje deti kvôli strachu, že to spôsobuje autizmus. Alebo pacienti, ktorí odmietajú podstúpiť liečbu rakoviny, lebo na Facebooku čítali, že rakovina je podvod. Alebo dôchodca, ktorý káca stromy na vlakovú trať, aby upozornil na príchod islamistov. Takéto prípady často končia ako individuálne ľudské tragédie.
2. Viera v sprisahania a vo veľké klamstvá podryva dôveru ľudí v inštitúcie, v demokraciu alebo v Európsku úniu a naopak zvyšuje náklonnosť k radikálnym riešeniam a extrémistickým silám. Prieskumy verejnej mienky a analýzy sociálnych sietí ukazujú jasný súvis medzi čitateľmi konšpiračných webov a priaznivcami extrémistických strán. Internet a sociálne siete prispievajú k polarizácii a nárastu extrémizmu v našej spoločnosti.

Občiansky sektor a médiá na Slovensku robia dobrú prácu v reakcii na tieto trendy. Naopak, štát a štátne inštitúcie zaostávajú a podľa medzinárodných hodnotení patrí Slovensko medzi krajiny s najpasívnejším prístupom štátneho sektoru k boju proti dezinformáciám.

Prečo musí byť štát aktívnejší

Štát nemá nahrádzať prácu občianskej spoločnosti, naopak, môže koordinovať a podporovať existujúce iniciatívy a spolupracovať s nimi tam, kde je to možné.

Krajiny ako Veľká Británia, Švédsko, Fínsko alebo pobaltské štáty sa ale nespoliehajú len na občianske snahy, ktorých dosah je vždy limitovaný. Tieto krajiny menia a modernizujú štátne inštitúcie tak, aby boli schopné reagovať na dezinformácie a prispôbiť svoju komunikáciu digitálnym potrebám doby. Toto musí urobiť aj Slovensko.

Nie sme za represívny prístup, úlohou štátu nemá byť cenzurovať informácie. Napísať na internete, že Zem je plochá, je hlúpe, ale je to legálne a na tom netreba nič meniť. Vyzývať na internete k násiliu je nielen hlúpe, ale aj nelegálne a tiež na tom netreba nič meniť.

Úlohou štátu a štátnych inštitúcií je robiť maximum pre to, aby boli Slováci a Slovenky voči novým informačným hrozbám čo najodolnejší.

V súčasnosti sa obranou pred dezinformáciami zaoberá vládna Koncepcia boja proti hybridným hrozbám. Tá je ale vágna a nedostatočná, pretože iba upravuje výmenu informácií medzi štátnymi inštitúciami, neponúka konkrétne riešenia a k téme pristupuje výhradne z bezpečnostného hľadiska.

My túto tému vnímame ako nadrezortnú, týka sa nielen bezpečnosti, ale aj zdravotníctva, médií, školstva, demokracie alebo zahranično-politickej orientácie Slovenska.

Z dlhodobého hľadiska je najlepším riešením funkčné a moderné školstvo vychovávajúce ľudí, ktorí sú schopní orientovať sa na internete a rozlišovať dôveryhodnosť a kvalitu informácií. Väčšina dnešných používateľov internetu už má ale školské roky za sebou. Navyše, nejaký čas potrvá, kým zmeny v školstve prinesú výsledky.

Preto nestačí mať dlhodobú víziu, ale podobne ako vlády po celom svete, aj náš štát musí aktívne reagovať na aktuálne výzvy, ktoré nám prináša internet a sociálne siete.

1. Vytvoriť pozíciu splnomocnenca vlády pre dezinformácie a strategickú komunikáciu, ktorý bude viesť Centrum pre dezinformácie a strategickú komunikáciu

Cieľ opatrenia:

- Vytvoriť politického nositeľa témy, ktorý bude niesť zodpovednosť za plnenie úloh v tejto oblasti naprieč rezortmi.
- Vytvoriť odborné kapacity na úrade vlády pre monitorovanie, výskum a boj proti dezinformáciám a pre strategickú komunikáciu štátu.

Časový odhad: 6 mesiacov.

Aktuálny stav: V súčasnosti v rámci štátnej sféry neexistuje politická pozícia alebo inštitúcia, ktorej úlohou by bol výskum a boj proti dezinformáciám. Na väčšine úrovni je táto téma prakticky ignorovaná. Keď sme sa cez interpeláciu pýtali ministerky zdravotníctva, ako sa snažia reagovať na dezinformácie (Svetová zdravotnícka organizácia označila dezinformácie o očkovaní za jednu z najväčších zdravotných hrozieb v roku 2019), dostali sme odpoveď, že majú firewall a

spamový filter na maili. Existujú ojedinelé svetlé výnimky, ktoré treba pochváliť: odbor strategickej komunikácie na Ministerstve zahraničných vecí a facebooková stránka polície “Polícia Slovenskej republiky” a “Hoaxy a podvody - polícia SR”.

Štýl komunikácie väčšiny ministerstiev je staromódny a reaktívny. Vo väčšine prípadov je obmedzená len na aktuálne politické témy, odpovedanie na novinárske otázky alebo klasické tlačové správy. Štátne inštitúcie nie sú zvyknuté rozmýšľať dlhodobo nad tým, čo chcú ľuďom hovoriť, komunikovať proaktívne a prostredníctvom nových médií.

Štát je pasívny a bezmocný voči šíriacim sa dezinformáciám a komunikácia väčšiny štátnych inštitúcií je nedostatočná a zastaralá. Státisíce až milióny ľudí pravidelne prichádzajú do styku s nepravdivými informáciami v neporovnateľnom rozsahu oproti minulosti. Celý problém spadá na plecia niekoľkých novinárov alebo aktivistov, ktorí robia výbornú prácu, ale v limitovanom rozsahu.

Riešenie:

Vytvoriť pozíciu splnomocnenca vlády pre dezinformácie a strategickú komunikáciu.

Je dôležité zosobniť túto tému v konkrétnej politickej pozícii. Opatrenia, ktoré treba urobiť, sa netýkajú jedného ministerstva, ale sú nadrezortné. Preto musí mať táto agenda kľúčového politického reprezentanta, ktorý bude dohliadať a koordinovať plnenie úloh vo viacerých rezortoch.

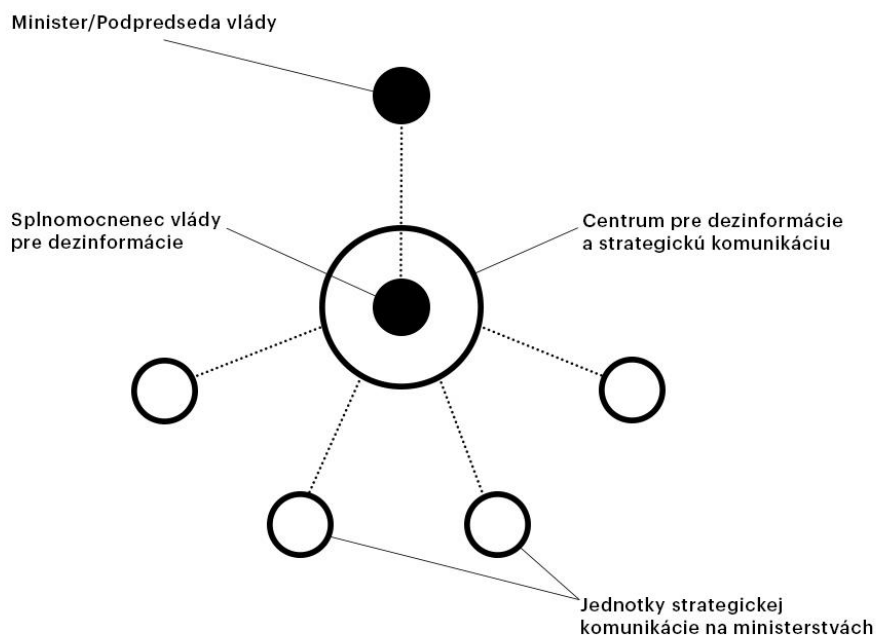
Splnomocnenec vlády pre dezinformácie a strategickú komunikáciu bude konzultovať tieto témy na úrovni vlády. Bude viesť Centrum pre dezinformácie a strategickú komunikáciu, ktoré sa stane kľúčovou inštitúciou na monitorovanie, výskum a boj proti dezinformáciám. Bude iniciovať a presadzovať zmeny v komunikácii kľúčových štátnych inštitúcií smerom k aktívnejšej a modernejšej komunikácii a presadzovať formovanie jednotiek strategickej komunikácie na kľúčových ministerstvách. Zmeny v komunikácii by sa mali týkať dokonca aj takých inštitúcií ako je tajná služba. Príklady krajín ako Estónsko ukazujú, že aj tajná služba môže komunikovať s verejnosťou otvorenejšie (do určitej miery).

Politik na tejto pozícii bude zároveň kľúčovým reprezentantom Slovenska vo vzťahu k technologickým spoločnostiam ako Facebook a Google. Tieto spoločnosti majú dnes zásadný

vplyv na to, k akým informáciám sa ľudia na Slovensku dostávajú. Ich moderátori určujú hranice slobody slova vo významnej časti digitálneho verejného priestoru. Zo skúsenosti vieme, že spoločnosti ako Facebook nepristupujú ku všetkým krajinám s rovnakou pozornosťou, ale do veľkej miery reagujú na politický a mediálny tlak.

Preto je dôležité viesť vo vzťahu k týmto spoločnostiam aktívnu diplomaciu, systematicky komunikovať s ich predstaviteľmi, lobiť za aktívnejší prístup k sťahovaniu falošných účtov, rýchlejšie zavádzanie nových funkcií v SR alebo za spoluprácu so slovenskými fact-checkermi.

Regulácia spoločností ako Facebook alebo Google je reálna najmä z európskej úrovne. Splnomocnenec vlády pre dezinformácie bude preto komunikovať so slovenskými europoslancami a eurokomisárom, aby presadzovali algoritmickú transparentnosť, rýchlejšie posudzovanie nevhodného obsahu, dôslednejšie mazanie falošných účtov alebo sprístupňovanie dát na výskum.



Obrázok: kľúčové inštitúcie, ktoré budú mať na starosť dezinformácie a strategickú komunikáciu, a ich vzájomné vzťahy

Zároveň s týmto opatrením navrhujeme audit všetkých ostatných pozícií splnomocnencov vlády, ktorých je v súčasnosti až 12 (napríklad: splnomocnenec vlády SR pre vyjednávanie o ekonomickom páse hodvábnej cesty a námornej cesty 21. storočia). V prípadoch, kde sa pozície splnomocnencov ukážu ako neefektívne alebo zbytočné, budeme navrhovať ich zrušenie.

Založenie Centra pre dezinformácie a strategickú komunikáciu

Strana Spolu je vo všeobecnosti proti rozrastaniu štátnej správy, v kapitole o modernej verejnej správe navrhujeme dôsledný audit kompetencií štátnych orgánov a spomíname konkrétne príklady úradov, ktoré by mohli byť zrušené kvôli duplicitnosti činností.

Dezinformácie v merítku, v akom sa s nimi stretávame dnes, sú ale nový fenomén a ich dôsledky sú tak vážne, že štát na to musí reagovať. Po vzore krajín ako Veľká Británia, Švédsko, Fínsko alebo pobaltské štáty aj Slovensko potrebuje v štátnej správe inštitúciu, ktorá sa bude systematicky a hĺbkovo venovať boju proti dezinformáciám.

Toto pracovisko by malo koncentrovať expertov v tejto oblasti a ich úlohou by malo byť:

- 1. Monitorovať a sledovať informačnú mapu krajiny (sociálne siete + médiá).** Využívať dostupné analytické nástroje a mať komplexný priebežný prehľad o najrozšírenejších a najvážnejších aktuálnych dezinformačných hrozbách.
- 2. Včas identifikovať rýchlo sa šíriace dezinformácie** a zanalyzovať ich potenciálny zásah a vážnosť. V prípadoch, v ktorých je to vhodné, zvážiť a konzultovať reakciu s konkrétnym rezortom alebo štátnou inštitúciou, ktorej sa téma týka.
- 3. Zvyšovať povedomie o dezinformáciách vo verejnosti.** Aktívne komunikovať s verejnosťou a hľadať spôsoby ako vzdelávať a šíriť povedomie o tejto téme do čo najširších

vrstiev spoločnosti. Preventívne varovať pred možnými dezinformáciami v prípade výnimočných udalostí (napríklad letecká nehoda, veľký požiar alebo teroristický útok).

4. Skúmať a analyzovať dlhodobé trendy v tejto oblasti. Zhromažďovať dáta z prieskumov verejnej mienky o zraniteľnosti jednotlivých skupín obyvateľstva, analyzovať a rozpoznávať vplyvy zahraničných aktérov, sledovať aktuálne technologické trendy. Identifikovať najväčších šíriteľov a analyzovať ich motivácie.

5. Zadávať prieskumy verejnej mienky a sociologické výskumy, ktoré poskytnú detailnejšie informácie o rozšírenosti dezinformačných naratívov a zraniteľnosti jednotlivých skupín obyvateľstva.

6. Vytvoriť network a pracovnú skupinu s občianskym sektorom, novinármi, vedcami a aktivistami. V tejto oblasti existuje množstvo individuálnych iniciatív a aktivít, ktoré sú v mnohých prípadoch postavené len vnútornej motivácii jednotlivcov. Ambíciou nemá byť ich nahradiť, ale naopak, spolupracovať s nimi a podporovať ich.

7. Vytvoriť grantovú schému pre projekty v tejto oblasti. Viacero aktivít v tejto oblasti je podfinancovaných a závislých len na vôli konkrétnych jednotlivcov. Grantová schéma môže pomôcť škálovať a zintenzívniť mnohé užitočné iniciatívy.

8. Spolupracovať a vymieňať si informácie s medzinárodnými inštitúciami v tejto oblasti. V akčnom pláne boja proti dezinformáciám Európska komisia vyzýva členské štáty na zriadenie kontaktného miesta v rámci štátnej sféry, ktoré bude v úzkom kontakte s EEAS Stratcom task force tímom (momentálne je ním odbor strategickkej komunikácie na MZV).

9. Organizovať väčšie informačné kampane. Pri dlhodobých a široko rozšírených mýtoch nestačí jednoduchá reakcia, ale môže pomôcť dobre urobená komunikačná kampaň. Krajiny ako Veľká Británia (majú tam na to špeciálnu štátnu agentúru Government Communication Service) pravidelne organizujú rozsiahle komunikačné kampane, ktoré majú potenciál vyvážiť

vplyv mýtov a dezinformácií. Štátne kampane môžu dopadnúť veľmi dobre a efektívne, len musia byť robené v spolupráci s kvalitnými kreatívcami a marketérmi.

10. Iniciovať a konzultovať založenie jednotiek strategickej komunikácie na ministerstvách. Konečným cieľom je zlepšovať komunikáciu štátu na všetkých úrovniach a ministerstvách. Centrum pre dezinformácie a strategickú komunikáciu by malo byť v kontakte s komunikačnými tímami na ministerstvách, organizovať školenia pre úradníkov a tlačiť na aktívnejšiu a modernejšiu komunikáciu na všetkých rezortoch.

Čo robia v iných krajinách

V Británii bola zriadená Rapid Response Unit priamo na úrade vlády, v ktorej majú na starosti monitorovanie a identifikovanie dezinformácií na internete a sociálnych sieťach a potom konzultujú prípadnú reakciu s ďalšími štátnymi inštitúciami.

Minulý rok sa začal virálne šíriť alarmujúci článok o tom, že Londýn prvýkrát predbehol New York v počte vražd, ktorý bol postavený na selektívnej práci s dátami. V Rapid Response Unit to identifikovali, zanalyzovali, ako rýchlo sa to šíri, videli masívny dosah, paniku a rozhorčenie, ktoré to spôsobovalo. Začali teda aktívne vyvažovať diskusiu a produkovať obsah, ktorý upokojoval tých, ktorí uverili, že v Londýne sa rozmáha epidémia zločinu.

Britská armáda má tiež napríklad takzvanú 77. brigádu, v ktorej vojaci editujú videá, nahrávajú podcasty a vymýšľajú virálne príspevky na sociálne siete, pretože aj takto dnes vyzerá obrana krajiny.

V Česku vzniklo Centrum proti terorizmu a hybridným hrozbám pod ministerstvom vnútra, ktoré má za úlohu najmä monitorovanie, odborné analýzy a školenia

úradníkov. Vo Švédsku sa podobná inštitúcia volá The Swedish Civil Contingencies Agency a je pod ministerstvom obrany.

V rôznych krajinách vznikajú rôzne pomenované jednotky, ktoré majú trochu odlišne definované úlohy, ale takmer všade sa tomu venuje čoraz väčšia pozornosť.

FACT model (find, analyse, create, target) inšpirovaný britskou Rapid Response Unit, ktorá v Británii vznikla s úlohou bojovať proti dezinformáciám:

	Krátkodobý horizont	Strednodobý horizont	Dlhodobý horizont
Monitorovať	<p>Používať analytické nástroje na systematické monitorovanie sociálnych sietí a webu v reálnom čase (napr. Crowdtangle, Buzzsumo).</p> <p>Sledovať informačnú mapu krajiny: čo sa šíri, odkiaľ sa to šíri a aký to má potenciál ďalšieho šírenia.</p>	<p>Zostavovať zoznam najpopulárnejších dezinformácií na sociálnych sieťach a webe na mesačnej a ročnej báze.</p>	<p>Pomocou prieskumov verejnej mienky skúmať širšie a dlhodobejšie naratívy a mýty, ktorým ľudia veria.</p>
Vyhodnocovať	<p>Vyhodnocovať vážnosť, potenciál ďalšieho šírenia a súvis so štátnymi inštitúciami.</p> <p>- Je to relevantné pre konkrétnu štátnu inštitúciu? - Má to potenciál zasiahnuť široké masy? - Dá sa na to zrozumiteľne reagovať? Má zmysel reagovať?</p>	<p>Vyhodnocovať počet zdieľaní, interakcií, komentárov a vážnosť/nebezpečnosť jednotlivých dezinformácií.</p> <p>- Je to jednorázový hoax alebo sa napája na hlbší/širší naratív? - Kto sú najväčší pravidelní tvorcovia/šíritelia?</p>	<p>Analyzovať prieskumy a vyhodnocovať aký vplyv na správanie ľudí môžu mať dlhodobé mýty a dezinformačné naratívy.</p> <p>- Odmietajú ľudia liečbu rakoviny alebo očkovanie kvôli dezinformáciám? Ak áno, v akom rozsahu sa to deje?</p>
Reagovať	<p>Jednoduché reakcie na vlastných kanáloch: na sociálnych sieťach, blogoch alebo v diskusiách.</p> <p>Konzultovať reakciu s inštitúciou, ktorej sa téma týka.</p> <p>Menej významné a slabo šírené dezinformácie (to je väčšina) treba ignorovať.</p>	<p>Zvažovať atraktívnejšie formy reakcie pomocou napríklad videa alebo grafiky.</p> <p>Proaktívne komunikovať vlastné témy (strategická komunikácia) a tým nepriamo vyvracať mýty.</p>	<p>Viackanálové reakcie so širokým zásahom.</p> <p>- videá, články v médiách, proaktívne oslovovanie médií - v najvážnejších prípadoch väčšie informačné kampane</p> <p>Zvažovať, ako sa môže existencia konkrétnych mýtov premietnuť do strategickej komunikácie ministerstiev.</p>
Cieľiť	<p>Organický zásah na sociálnych sieťach.</p> <p>V niektorých prípadoch zvážiť priame kontaktovanie širiteľov a tvorcov dezinformácie (len vtedy, keď to môže mať zmysel).</p>	<p>Organický zásah + targetovaná reklama na sociálnych sieťach, aby sa odpoveď dostala k publiku, ktoré ju potrebuje.</p>	<p>Rôzne formy obsahu cieleňé na rôzne segmentované publiká na viacerých kanáloch.</p> <p>Pri ambicióznějších kampaniach spolupracovať s expertmi na komunikáciu a PR.</p>

2. Reforma komunikácie štátu - založenie jednotiek strategickej komunikácie na kľúčových ministerstvách

Cieľ opatrenia: Zmeniť spôsob komunikácie ministerstiev smerom k proaktívnej a modernej štátnej správe. Ministerstvá by mali nad komunikáciou rozmýšľať aj v dlhodobom horizonte a

mať premyslené dlhodobé posolstvá, ktoré chcú ľuďom hovoriť a na to by mali využívať rôzne formáty a kanály vrátane sociálnych sietí.

Časový odhad: 1 - 4 roky

Aktuálny stav: Ministerstvá komunikujú najmä politicky prostredníctvom ministrov, prípadne ich hovorcov, alebo reaktívne, keď odpovedajú na novinárske otázky. Nerozmýšľajú nad komunikáciou dlhodobo a strategicky a nemajú vytvorené tímy (s výnimkou Ministerstva zahraničných vecí), ktoré by ku komunikácii pristupovali nad rámec bežných zvykov tlačových oddelení.

Riešenie: V súvislosti s premenou informačného prostredia a s množstvom šíriacich sa dezinformácií musia aj štáty a štátne inštitúcie zmeniť spôsob, akým komunikujú s verejnosťou.

Reaktívne odpovedať na novinárske otázky prostredníctvom tlačových správ a s použitím úradníckeho jazyka už nestačí. Jednotlivé rezorty sa musia stať proaktívnym silným komunikačným hráčom aj v online prostredí a mať premyslenú a dlhodobú stratégiu toho, čo chcú verejnosti hovoriť.

V súčasnosti existuje malý odbor pre strategickú komunikáciu len na Ministerstve zahraničných vecí. Navrhujeme vytvoriť podobné jednotky na všetkých kľúčových rezortoch a ich úlohou by malo byť:

1. **Vytvoriť koncepciu strategickej komunikácie pre daný rezort** a nastaviť dlhodobé komunikačné ciele.
2. **Úzko spolupracovať s Centrom pre dezinformácie a strategickú komunikáciu** pri identifikácii dezinformačných hrozieb a zvažovať nutnosť reakcie.
3. **Aktívne komunikovať s verejnosťou** na sociálnych sieťach, využívať moderné audio-vizuálne formáty a pripravovať komunikačné kampane.

4. **Spolupracovať s médiami**, organizovať stretnutia s novinármi, posilať expertov do médií.

Čo je to strategická komunikácia?

Strategická komunikácia je trochu ťažkopádny výraz, ktorý v skutočnosti znamená jednoduchú vec. Ministerstvá a štátne inštitúcie by mali mať dlhodobú a premyslenú predstavu o tom, čo chcú ľuďom hovoriť, mali by to robiť proaktívne, vzájomne konzistentne a mali by mať k tomu vytýčené dlhodobé komunikačné ciele.

V praxi to znamená, že na ministerstvách by mali byť ľudia, ktorí rozmyšľajú nad rámec klasického dennodenného rytmu tlačového oddelenia, ktoré primárne reaguje na aktuálne dianie. Napríklad v prípade odboru strategickkej komunikácie na Ministerstve zahraničných vecí sa snažia komunikovať naše miesto v EÚ a NATO, nečakajú na novinárske otázky, ale využívajú sociálne siete, tvoria vlastný obsah, posielajú expertov do médií, alebo organizujú kampane a chodia po školách.

Napríklad, v prípade ministerstva zdravotníctva by to znamenalo, že v prvom rade zanalyzuje informačnú scénu týkajúcu sa zdravia. Aké výsledky ponúka Google pri vyhľadávaní kľúčových zdravotných výrazov? Aké sú najrozšírenejšie dezinformácie týkajúce sa zdravia a aký je ich reálny vplyv? Koľko ľudí odmieta očkovanie kvôli dezinformáciám a koľkí kvôli tomu odmietnu liečbu rakoviny?

V spolupráci s Centrom pre dezinformácie a strategickú komunikáciu potom na základe analýz nastaví dlhodobú komunikáciu ministerstva na tieto témy a v prípade potreby pripraví väčšie komunikačné kampane. Môže tiež pripraviť komunikačné pomôcky pre lekárov, ktorí sa pravidelne stretávajú s pacientmi, ktorí viac veria informáciám z internetu a lekári majú na nich obmedzený čas. Môže pritlačiť na príslušné úrady, aby zakročili voči webom, ktoré predávajú výživové doplnky, ale promovujú ich protirakovinové účinky (napríklad web drbuzgi.com to robí dlhodobo napriek tomu, že zákon to zakazuje).

3. Posilniť dôraz na mediálnu výchovu na školách

Cieľ opatrenia: Školstvo by malo vychovávať ľudí, ktorí sa dokážu orientovať v súčasnom internetovom prostredí, rozlišovať kvalitu zdrojov a mať základné vedomosti o dezinformáciách, manipulačných technikách a o fungovaní sociálnych sietí.

Časový odhad: 1 - 4 roky

Aktuálny stav: Táto téma je v školstve podceňovaná a nevenuje sa jej dosť pozornosti. Mediálna výchova existuje v súčasnosti ako jedna z prierezových tém v štátnom vzdelávacom programe, ale osnovy sú zastarané, príliš teoretické a orientované hlavne na tradičné médiá.

Riešenie: Mladí ľudia sú najzraniteľnejší voči dezinformáciám, pretože sa najčastejšie dostávajú k informáciám na internete a sociálnych sieťach. To sa prejavuje aj v tom, akú podporu majú extrémistické sily medzi mladými stredoškólakmi.

Deti v školách musia nadobudnúť základnú odolnosť voči dezinformáciám a schopnosť orientovať sa v súčasnom informačnom svete. Do akej miery sa to podarí záleží od kvality nášho školstva a učiteľov vo všeobecnosti. Školstvo a jeho reforma je jednou z priorit strany Spolu. V programovej kapitole o školstve navrhujeme množstvo hĺbkových zmien, ktorých cieľom je, zjednodušiť, aby sa deti naučili rozmýšľať. Okrem toho navrhujeme tieto opatrenia týkajúce sa špecificky dezinformácii:

1. Zaradiť mediálnu výchovu do vzdelávacieho kurikula v rámci existujúcich povinných predmetov. Mediálna výchova nebude samostatný predmet, ale mala by sa stať formálnou súčasťou kurikula už existujúcich predmetov. Učitelia tak budú mať vytvorený priestor a bude sa od nich aj očakávať, aby sa tejto téme venovali.

2. Vytvoriť nové kurikulum mediálnej výchovy v spolupráci so vzdelávacími expertmi a odborníkmi z médií a tretieho sektora. Je nevyhnutné mať moderné a aktuálne kurikulum

mediálnej výchovy, ktoré sa primárne sústredí na internet, sociálne siete, dezinformačné weby a moderné formy propagandy.

3. Vytvoriť program školení pre učiteľov v oblasti internetovej a mediálnej gramotnosti.

Sociálne siete sú stále relatívne nový fenomén a mnohí učitelia s nimi nemajú žiadne alebo majú len malé skúsenosti. V spolupráci so vzdelávacími expertmi, odborníkmi z tretieho sektora a novinármi navrhujeme organizovať rozsiahly program školení pre učiteľov v oblasti internetovej a mediálnej gramotnosti. Vzorom je v tomto Francúzsko, kde ročne prejde takýmto ministerstvom školstva organizovaným školením až 30 000 učiteľov.

4. Podporovať a škálovať iniciatívy, ktoré organizujú diskusie a prednášky novinárov alebo odborníkov na školách.

Od roku 2016 sa rozbehli viaceré iniciatívy, v rámci ktorých chodia po školách odborníci alebo novinári prednášať a diskutovať so študentami o médiách, kritickom myslení alebo o dezinformáciach. Štát by mal tieto aktivity podporovať a pokúšať sa ich škálovať, aby sa dostávali aj na tie školy, kde sú najviac potrebné, nie len na nadpriemerné školy s iniciatívnymi učiteľmi.

4. Podpora médií a posilňovanie verejnoprávnych médií

Cieľ opatrenia: Kvalitné a nezávislé médiá sú jedným z najlepších spôsobov ako bojovať proti dezinformáciám. Je dôležité vytvárať podmienky pre trvalo udržateľné fungovanie serióznej žurnalistiky. Aby sa ľudia odklášali od dezinformácií, musia mať k dispozícii kvalitnú alternatívu.

Časový odhad: 1 rok

Aktuálny stav: Mediálne prostredie na Slovensku sa v posledných rokoch zhoršilo. Na Slovensku bol zavraždený novinár, novinári boli sledovaní a pravidelne čelia politickým útokom a RTVS čelí politickým tlakom.

V minulosti bola produkcia kvalitnej žurnalistiky výnosný biznis, to sa ale úpadkom tlačených novín a nástupom sociálnych sietí zmenilo, a aj preto je treba prehodnocovať aj úlohu štátu pri podpore médií. Zahraniční vlastníci predávajú svoje podiely v médiách a kupujú ich od nich oligarchovia, ktorých záujmy nie sú ekonomické, ale mocenské. V prostredí sociálnych sietí sa oveľa lepšie darí lacným častokrát aj nepravdivým správam ako poctivej žurnalistike.

Riešenie: Strana Spolu sa podporou médií a novinárov zaoberala aj v programe Rekonštrukcia štátu a tiež v programovej kapitole o kultúre. Toto sú opatrenia, ktoré by podporili kvalitné a nezávislé médiá ako protiváhu k dezinformáciám:

1. Odpolitizovanie voľby riaditeľa RTVS je nevyhnutný krok k nezávislosti RTVS. Aj nepolitická voľba riaditeľa verejnoprávneho média je mimoriadne citlivou témou a návrhy, ktoré už minulosti prichádzali, neodzrkadľovali názory kultúrnej obce či odbornej verejnosti. Prvým krokom ku hľadaniu správneho riešenia je preto široká a otvorená diskusia o tom kto a za akých podmienok sa má podieľať na výbere riaditeľa RTVS.

2. Podpora investigatívnej tvorby vo verejnoprávných a súkromných médiách. Navrhujeme ustanovenie povinnosti verejnoprávných médií zabezpečiť tvorbu investigatívnej žurnalistiky. K tejto povinnosti navrhujeme aj adekvátne finančné krytie, a to najmenej 1 % z rozpočtovaných výdavkov Rozhlasu a televízie Slovenska a 2 % z rozpočtovaných výdavkov Tlačovej agentúry Slovenskej republiky. Je vo verejnom záujme, aby sa verejnoprávne médiá venovali investigatívnej žurnalistike čo možno najpodrobnejšie. Zároveň navrhujeme zavedenie systematického grantového systému podporeného sumou minimálne jeden milión eur ročne, na vytvorenie podmienok a podporu projektov investigatívnej žurnalistiky, v ktorých by sa o podporu mohli uchádzať nadácie alebo neziskové organizácie, ktoré budú založené samotnými médiami.

3. Podpora postavenia novinárov. Novinári sa v modernej slovenskej spoločnosti ukázali ako strážcovia demokracie, pričom postavenie ich samotných je často dehonestované. V tejto súvislosti navrhujeme hneď niekoľko opatrení. Prvým, týkajúcim sa práce novinárov, je posilnenie povinnosti orgánov verejnej moci a verejných funkcionárov odpovedať na otázky novinárov. Ďalšími prvkami posilňujúcimi ich postavenie je znemožnenie neodôvodnenej žaloby

na novinárov ich zamestnávateľov a investigatívne mimovládne organizácie cez tzv. osobitnú podmienku konania, kde súd najprv preskúma spôsobenie ujmy a iba v prípade zistenia závažnej ujmy ďalej koná (podľa britského vzoru). Občianskoprávne konanie by po prijatí predloženého návrhu už nemohlo byť voči týmto subjektom zneužitú. Posledným je návrh na zaradenie novinárov do kategórie chránených osôb v Trestnom zákone, aby boli útoky na nich posudzované prísnejšie.

4. Zákaz krížového vlastníctva médií, ale aj prísnejšie pravidlá pre posudzovanie koncentrácie vlastníctva a zneužívania dominantného postavenia v mediálnej sfére.