

ZVÝŠENIE ODOLNOSTI SLOVENSKA VOČI HYBRIDNÝM HROZBÁM POMOCOU POSILNENIA KAPACÍT VEREJNEJ SPRÁVY

DEZINFORMÁCIE, PROPAGANDA A INFORMAČNÉ OPERÁCIE – POLITIKY, OPATRENIA A REGULÁCIA

JUDr. Juraj Drugda, PhD.
Katedra vyšetrovania
Akadémie Policajného zboru v Bratislave



ŠTRUKTÚRA PREZENTÁCIE

- Cieľ prezentácie
- Hodnotový rámec zvyšovania povedomia o hybridných hrozbách
- Základné pojmy a východiská
- Dezinformácie – aktuálna situácia v grafoch a obrazoch
- Druhy a ciele dezinformácií
- Druhy a ciele propagandy
- Spôsoby šírenia dezinformácií a propagandy
- Prostriedky boja proti dezinformáciám a propagande
- Ako sa účinne brániť proti dezinformáciám a propagande – štát
- Ako sa účinne brániť proti dezinformáciám a propagande – jednotlivec
- Zdroje informácií

CIEĽ PREZENTÁCIE

Dezinformácie a propagandu možno považovať za najvýznamnejší, najviditeľnejší a najčastejšie využívaný druh hybridných hrozieb. Pri zohľadňovaní týchto faktov bol stanovený cieľ tejto prezentácie ako poskytnutie prehľadu o problematike dezinformácií a propagandy vo svetle priblíženia systému základných pojmov a východísk tejto problematiky, prezentovaním aktuálnej situácie a problematických dopadov dezinformácií a propagandy na spoločnosť, zoznámením frekventantov s druhmi a cieľmi dezinformácií a propagandy a najvýznamnejšími prostriedkami šírenia dezinformácií a propagandy. Významným je taktiež priblíženie prostriedkov boja proti dezinformáciám a propagande a súboru odporúčaní, ako sa možno účinne brániť proti dezinformáciám a propagande.

Definícia pojmu dezinformácia:

Za dezinformáciu sa považuje overiteľne nepravdivá alebo zavádzajúca informácia, ktorá je vytvorená, prezentovaná a šírená na účely hospodárskeho zisku alebo zámerného zavádzania verejnosti, a môže poškodiť verejný záujem. Poškodenie verejného záujmu zahŕňa ohrozenie demokratických procesov a procesy tvorby politiky, ako aj verejných statkov, ako napr. ochrany zdravia občanov EÚ, životného prostredia alebo bezpečnosti. Medzi dezinformácie nepatria chyby v spravodajstve, satira a paródie, ani správy a komentáre naklonené jednej strane, ktoré sú takto zreteľne označené. (Akčný plán proti dezinformáciám)

Príklad vyvrátenia dezinformácie:
Dňa 9.7.2023 facebookový profil
zverejnil fotografiu prezidenta
Ukrajiny, ktorá mala navodiť dojem,
že pri ukladaní venca ku pamätníku
kope/napráva nohou vlajku svojej
krajiny.



Príklad vyvrátenia dezinformácie:
Reakcia zo strany sociálnej siete
Facebook – príspevok je možné
prezerat', ale užívatelia sú upozornení
na nepravdivosť prezentovaných
informácií.



Trúba N

4 d. · 🌐

Tu máte slniečka...



Nepravdivé informácie. Skontrolované nezávislými
preverovateľmi faktov.

Zobraziť dôvod



Operačný program
**Efektívna
verejná správa**



Európska únia
Európsky sociálny fond



Príklad vyvrátenia dezinformácie:
Reakcia zo strany sociálnej siete
Facebook – detailnejšie odôvodnenie
procesu preverovania faktov. Stále
je možnosť získania viacerých
informácií o procese preverovania
faktov po stlačení odkazu “Learn
more.”



Nepravdivé informácie

Nezávislí preverovatelia faktov tvrdia, že tieto informácie nie sú založené na faktoch. Môžete sa rozhodnúť, či ich chcete zobraziť.


[Zobraziť previerku faktov](#) ^

[Preverovateľ faktov](#) Demagog.cz



Zelenskyj prišiel položiť kyticu so stuhou k pamätníku, nenarovnával ju
nohou — Demagog.cz

Facebook spolupracuje s nezávislými preverovateľmi faktov, aby sa zamedzilo šírenie
nepravdivých informácií. [Learn more.](#)

 [Zobraziť príspevok](#)



Príklad vyvrátenia dezinformácie:

Reakcia zo strany Policajného zboru:

Dňa 11.7.2023 na predmetnú informáciu reagoval Policajný zbor prostredníctvom Facebookového profilu, kde bola riadne a na základe prezentácie reálnych a overiteľných faktov vysvetlená celá situácia, vďaka ktorej bola následne táto dezinformácia vyvrátená.



Hoaxy a podvody - Polícia SR

19 h ·

V REALITE SA POKLONIL, PODĽA HOAXEROV SI KOPOL: LAHKO OVERITEĽNÝ ZÁBER Z VIDEA ZDIEĽALI STOVKY SLOVÁKOV

Ukrajinský prezident sa počas návštevy Česka prišiel spolu s premiérom Fialom pokloniť pred pamätníkom venovaným 17. novembru.

Moment kladenia kytice naživo nahrávali desiatky médií, a tak neexistuje sekunda, ktorá by nebola nasnímaná. Vo chvíli, keď sa s českým premiérom Fialom obaja poklonili, aby si uctili udalosti a obete 17. novembra, hoaxeri spozorneli.

ZO ZÁBERU JE JASNE VIDNO, ŽE CÚVAL

Obaja sa, pochopiteľne, vzápätí postavili. Ukrajinský prezident mal jednu nohu mierne pred druhou. Slúžila mu na podopretie. Hneď nato ju však stiahol.

Dezinformátori vytvorili z tohto momentu fotku a vytvárajú ilúziu o tom, že to, čo pokračovalo, nebolo spojenie nôh, ale naopak ich predkop.

Zelenský mal údajne naprávať ukrajinskú stužku s nohou. Áno, určite by šliapal po symbole vlastnej štátnosti. Azda niet väčšieho vlastenca ako je on.

Tento hoax je absurdný nezmysel už len zo svojej podstaty. Navyše, je ľahko overiteľný práve na základe videa novinárov, ktorí celú situáciu detailne monitorovali.

Definícia pojmu malinformácia:

Malinformácia – informácia, ktorá je založená na realite, šírená zámerne s cieľom spôsobiť ujmu osobe, organizácii alebo štátu, napr. uniknuté informácie, nenávistné prejavy, obťažovanie.

Príklad malinformácie:

Doxing

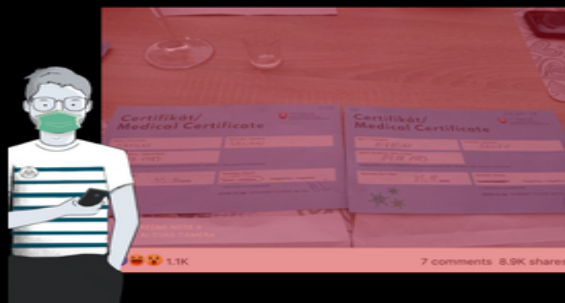
Zverejnenie osobných informácií (napríklad mena a priezviska, adresy, telefónneho čísla, fotografie) konkrétneho jednotlivca v online priestore bez jeho súhlasu. Názov je odvodený od skratky „dox“, ktorá znamená dokumenty. Doxing je príkladom šírenia malinformácií. (NBÚ – Krátky slovník hybridných hrozieb)

Definícia pojmu misinformácia:

Misinformácia – mylná alebo nepravdivá informácia, ktorá sa na rozdiel od dezinformácií šíri nevedome a bez úmyslu poškodiť. Nejde preto o prvok informačných operácií. (Dezinformácie a informačné operácie – NBÚ)

Príklad misinformácie a jej vyvrátenia bude prezentovaný na nasledujúcom slide.

POZOR NA MISINFORMÁCIE !



Checkbot

POZOR NA MISINFORMÁCIE!

Minulý víkend bol nielen skúškou schopnosti narýchlo zrealizovať najväčšiu akciu v dejinách samostatnej republiky, celoplošné testovanie na Covid-19, ale aj skúškou, ako odolávať nebývalým návalom rôznych snáh manipulovať a demoralizovať širokú verejnosť.

Kuriózný príklad misinformácie, ktorú doteraz zdieľalo cez 11 000 používateľov na Facebooku, je žiaľ ukážkou, ako veľmi potrebujeme na Slovensku zapracovať na kritickom myslení a zodpovednosti v online priestore.

ČO SA STALO?

Pán Milan Vančo je typický fanúšik konšpiračných teórií a jeho newsfeed je prehliadkou toho, ako to vyzerá, keď sa človek zasekne v názorovej bubline dezinformácií a manipulácií. Jeho uvažovanie je podľa toho, čo šíri na svojom profile silne ovplyvnené pokročilým štádiom konšpiračného myslenia.

Preto sa nečudujem sa, že práve takto zasiahnutá osoba vnímala celoplošné testovanie cynicky a že sa pre prežívané emócie pán Vančo premietol do potreby zdieľať opakované otestovanie inej osoby. Táto osoba takto konala s vedomím, že za takéto konanie mu môže v núdzovom stave hroziť pokuta, či odňatie slobody.

Pán Vančo zazdieľal málo viditeľný príspevok, ako svoj vlastný, zariskoval a trafil vabank. Stačila malá chyba dobrovoľníka, ktorý opakovane testovanej osobe namiesto zaškrtnutia výsledok zakrúžkoval a zrodila sa jedna z najvirálnejších demoralizujúcich nepravd posledných dní.

Pán Milan Vančo má na Facebooku 78 priateľov, jeho príspevky zväčša nemajú žiadnu odozvu, žiadne interakcie. Až na túto výnimku, ktorú podľa výsledkov zdieľania a interakcií videli stovky tisíc osôb. Väčšina z týchto ľudí nevenovala pozornosť skutočnosti, že oba testy v skutočnosti ukazujú rovnaký negatívny výsledok, no až na výnimku sa uspokojili s omylom, ku ktorému sa dopracoval aj pán Vančo a teda misinformácii, že testy sú nepresné, nespoľahlivé a je možné ich falšovať. Tieto podozrenia sú samozrejme nepravdivé a oklamánym stačilo len na chvíľu myslieť za seba a položiť si otázku, prečo odrazu dôverujú osobe, ktorú nikdy nestretli a ktorá zjavne nevie adekvátne vyhodnotiť identické výsledky dvoch testov, ktoré podstúpila za cenu porušenia nariadení z núdzového stavu.



Definícia pojmu propaganda:

Aktivita, zameraná na šírenie určitej myšlienky, zdôrazňujúca iba jej pozitívne aspekty, šírená s cieľom presvedčiť publikum o jej správnosti. Má spravidla ideologickú, náboženskú, či politickú konotáciu. Na rozdiel od reklamy či propagácie propaganda nemá komerčný rozmer. (Krátky slovník hybridných hrozieb – NBU)

Vo všeobecnosti môže byť propaganda realizovaná ako oslavná alebo očierňujúca. Oslavná sa sústreďuje na vytváranie pozitívneho dojmu. Takéto úsilie je späté s vyzdvihovaním subjektu, prípadne s glorifikáciou jeho pôsobenia a činnosti. Zároveň, potláča všetko negatívne a nežiaduce. Očierňujúca propaganda cieľi na protivníka v snahe oslabiť či poškodiť jeho povest' alebo pozíciu.

Definícia pojmu propaganda:

Propagandu je potrebné odlišovať od strategickej komunikácie.

Strategickú komunikáciu môžeme definovať ako: systematické a dlhodobé komunikačné aktivity zamerané na budovanie porozumenia ohľadom aktivít, priorít a politík vašej inštitúcie a štátu. (Terminologický slovník krízového riadenia na Slovensku)

Účelom strategickej komunikácie je zabezpečenie efektívnej komunikácie politík a hodnôt štátu, posilnenie mediálneho prostredia a zvýšenie povedomia verejnosti o dezinformačných aktivitách externých aktérov a zlepšenie schopnosti štátu predvídať a reagovať na tieto aktivity.

Na strane druhej, účelom propagandy je rozširovanie myšlienok a názorov jej tvorca s cieľom získania podpory verejnosti pre tieto myšlienky alebo presvedčenia verejnosti o správnosti týchto myšlienok.

ZÁKLADNÉ PRINCÍPY



Definícia pojmu informačné operácie:

Informačné alebo vplyvové operácie dnes označujú aktivity, ktorými cudzí aktéri alebo ich predstavitelia zbierajú a šíria potenciálne škodlivé informácie o svojom nepriateľovi. V kontexte štátu predstavujú zámerné zasahovanie do vnútorných záležitostí krajiny s cieľom vytvoriť atmosféru nedôvery medzi štátom a jeho občanmi či oslabiť spoločnosť.

Informačné operácie sa môžu vyskytnúť samostatne alebo ako súčasť širšej hybridnej kampane, pri ktorej sa využívajú rôzne metódy naraz. Okrem komunikačných nástrojov možno na ovplyvňovanie spoločnosti použiť všetko - od diplomatických a hospodárskych sankcií až po použitie polovojenských skupín. (Akosa brániť proti informačným operáciám – Globsec)

ZÁKLADNÉ POJMY A VÝCHODISKÁ – informačné operácie



AKADÉMIA
POLICAJNÉHO ZBORU
V BRATISLAVE

Príklad informačnej operácie:
Vojna na Ukrajine:
Falošné povolávacie rozkazy.

AKADÉMIA POLICAJNÉHO ZBORU V BRATISLAVE

Meno a priezvisko: [REDAKOVANÉ] séria **M** číslo **007 431***

Odtlačok pečiatky
odvolného úradu v sídle kraja

Doplnok – číslo

POVOLÁVACÍ ROZKAZ séria **M** číslo **007 431***

Podľa § 10 ods. 4 písm. a) zákona č. 319/2002 Z. z. o obrane Slovenskej republiky a podľa ustanovenia § 15 ods. 1 zákona č. 570/2005 Z. z. o brannej povinnosti a o znenie a doplnení niektorých zákonov povolávam na výkon

mimoriadnej služby

Meno: [REDAKOVANÉ] 27. februára 2023 do 14.00 hod.
Priezvisko: [REDAKOVANÉ] k vojenskému útvaru Vojenský útvar 1084 Nitra
Trvalý pobyt: [REDAKOVANÉ] Miesto nástupu Okresný úrad Nitra, Štefánikova trieda 69 949 01 Nitra

Odôvodnenie:
Mimoriadnu službu ste povinný vykonať podľa § 4 písm. b) zákona č. 570/2005 Z. z. o brannej povinnosti a o znenie a doplnení niektorých zákonov. Podľa § 15 ods. 3 zákona č. 570/2005 Z. z. o brannej povinnosti a o znenie a doplnení niektorých zákonov ste povinný sa dostaviť na miesto nástupu v termíne určenom v povolávacom rozkaze.

Poučenie:
Podľa § 15 ods. 12 zákona č. 570/2005 Z. z. o brannej povinnosti a o znenie a doplnení niektorých zákonov sa proti tomuto povolávaciemu rozkazu na výkon mimoriadnej služby nemožno odvolať. Povolávací rozkaz na výkon mimoriadnej služby nemožno preskúmať súdom.

v Nitre 31. január 2023

TAM Miesto na odtlačok pečiatky vydajne cestovných lístkov, prípadne na záznam sprievodcu dráhového vozidla alebo vodiča verejnej autobusovej dopravy.

SPÄT Miesto na odtlačok pečiatky vydajne cestovných lístkov, prípadne na záznam sprievodcu dráhového vozidla alebo vodiča verejnej autobusovej dopravy.

JUDr. Eva Bielík Hajdamárová
prednosta
meno, priezvisko a podpis



Operačný program
**Efektívna
verejná správa**



Európska únia
Európsky sociálny fond



Definícia pojmu informačná vojna:

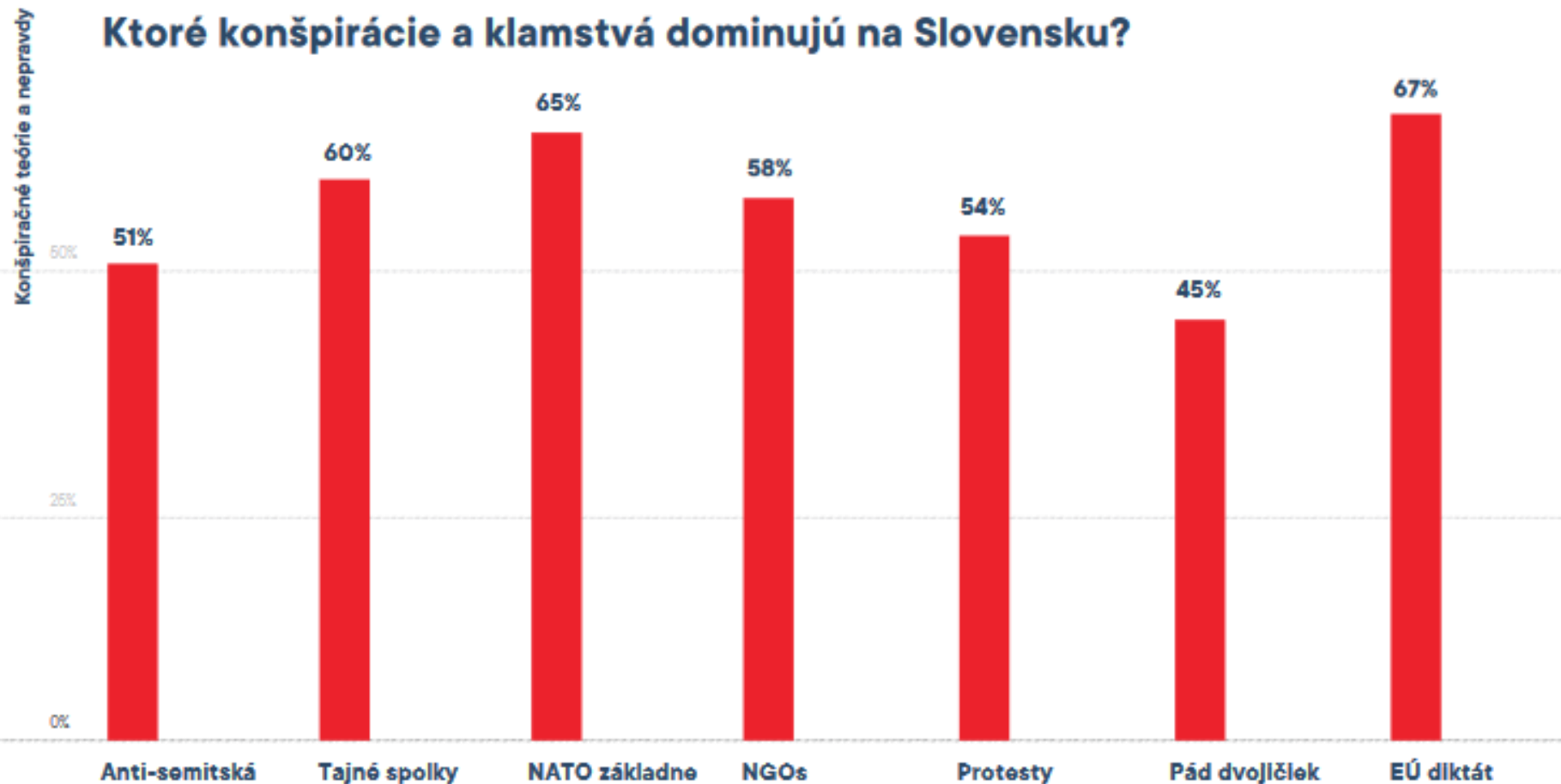
Koordinované využívanie informácií a dezinformácií orgánmi verejnej moci, ozbrojenými silami alebo inými subjektami s cieľom ovplyvniť myslenie a správanie ľudí s úmyslom dosiahnuť výhodu nad protivníkom.

Informačná vojna je koncept zahrňajúci využívanie riadenia informačných a komunikačných technológií v snahe získať strategickú výhodu nad súperom. Informačná vojna je manipulácia s pre cieľ dôveryhodnými informáciami, bez jeho vedomia tak, aby cieľ robil rozhodnutia v záujme útočníka. V dôsledku toho nie je jasné, kedy informačná vojna začína, končí a aká je silná alebo deštruktívna.

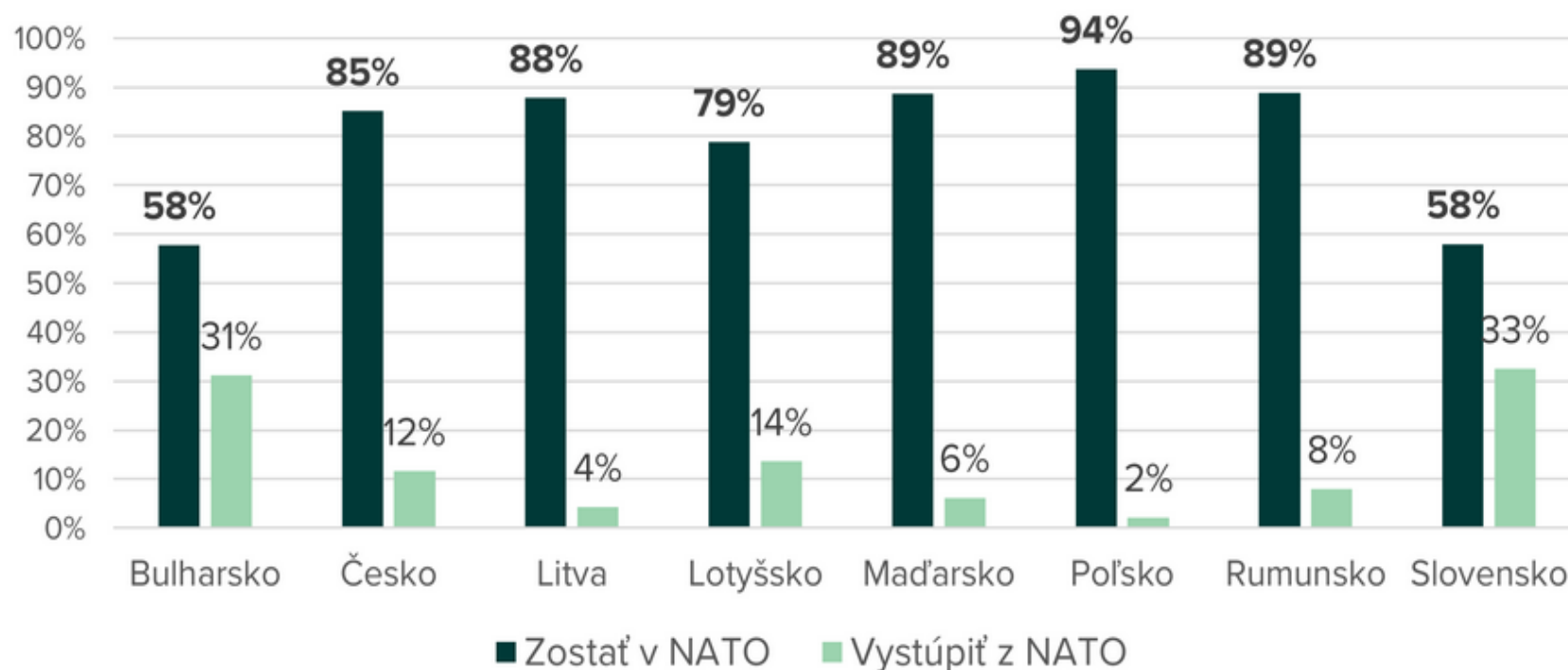
Informačná vojna môže zahŕňať zhromažďovanie taktických informácií, uisťovanie o správnosti informácií, šírenie propagandy alebo dezinformácií s cieľom demoralizovať alebo manipulovať nepriateľa a verejnosť, spochybňovanie kvality informácií opozičných síl a odopieranie príležitostí na zhromažďovanie informácií nepriateľským silám. Informačná vojna je úzko spojená s psychologickou vojnou.

Informačná vojna môže mať mnoho podôb:

- televízne, internetové a rádiové prenosy môžu byť rušené,
- televízne, internetové a rozhlasové prenosy môžu byť zneužitú na dezinformačnú kampaň,
- deaktivácia logistických sietí,
- používanie dronov a iných sledovacích robotov alebo webových kamier,
- riadenie komunikácie,
- syntetické médiá,
- organizované používanie sociálnych médií a iných platforiem na vytváranie obsahu online, ktoré možno využiť na názorovú manipuláciu medzi masami.

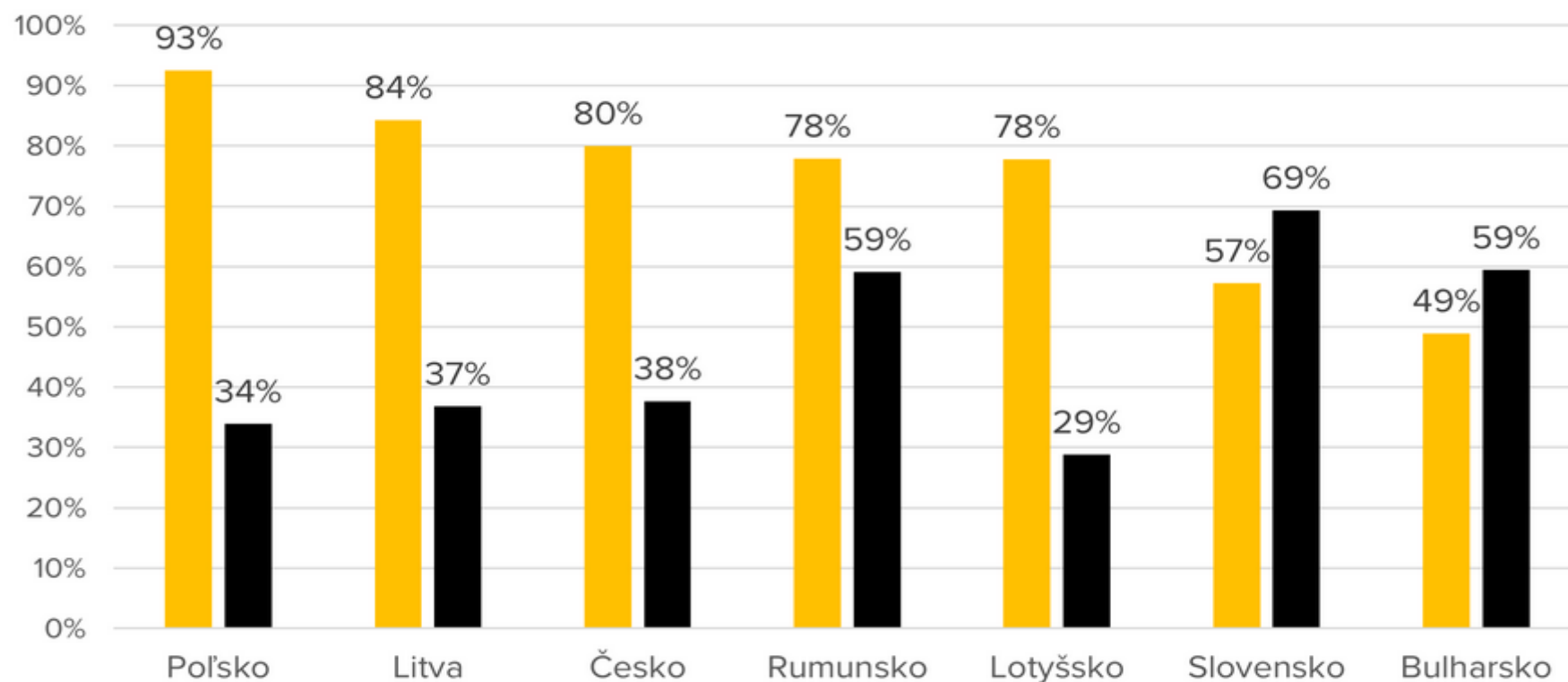


Predstavte si, že by sa najbližší víkend konalo vo vašej krajine referendum o členstve krajiny v NATO. Ako by ste v takomto referende hlasovali – za zotrvanie v NATO alebo za vystúpenie z NATO?

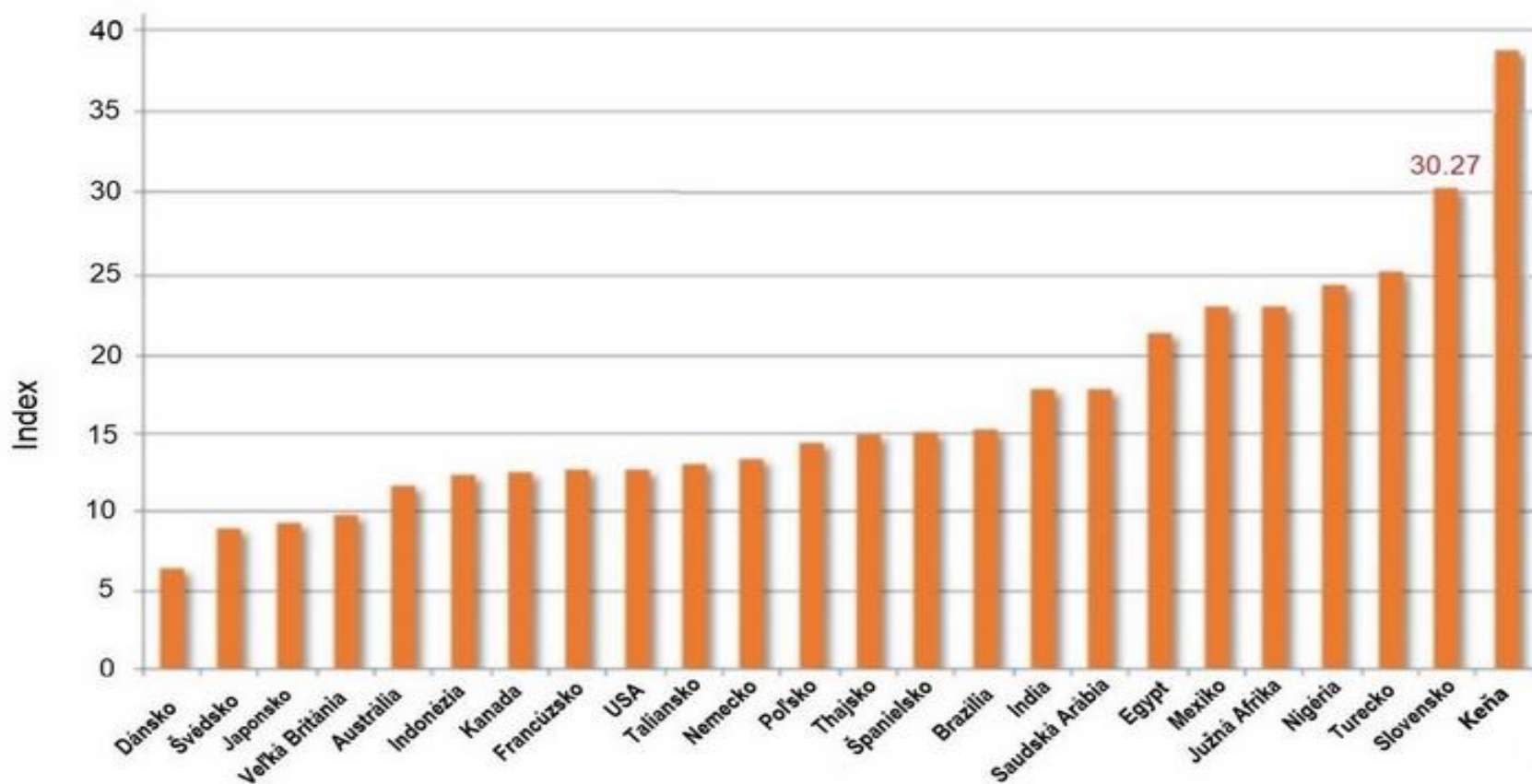


(GLOBSEC Trends 2023)

- Tým, že poskytujeme vojenskú techniku a zbrane Ukrajine, pomáhame Ukrajine brániť sa proti Rusku.
- Tým, že poskytujeme vojenskú techniku a zbrane Ukrajine, provokujeme Rusko a približujeme sa k vojne.



Konšpiračný index vybraných krajín sveta



(Denník N - Prečo je konšpiračný index na Slovensku nebezpečne vysoký?)



Operačný program
**Efektívna
verejná správa**



Európska únia
Európsky sociálny fond



Techniky dezinformácií: Technika 4D

Odmietnutie:

Odmietnutie je hlavná a najbežnejšia technika využívaná aktérmi hybridných hrozieb. Aktér hrozby vytvorí urážku, ktorá má zdiskreditovať legitímny zdroj informácie, ako dôvod na to, aby ho prijímatelia prestali považovať za dôveryhodný. Jedná sa o pokus aktéra hrozby o umlčanie vyjadrovania schopnosti subjektu pomocou urážky, ktorá má za účel zasiatie nedôvery v zdroj informácie.

Rozptýlenie pozornosti:

V prípade, že sa aktér hrozby dostane do konverzácie, ktorá mu je nepríjemná alebo pre neho nepriaznivá, tak dochádza k snahám o zmenu predmetu tejto konverzácie. Ďalšou metódou rozptýlenia pozornosti je napríklad obvinenie oponujúceho, že je vinný z tej istej veci, ktorá nezapadá do naratívu aktéra hrozby. Táto technika umožňuje vzniku falošného porovnávania medzi kritizujúcim a kritizovaným, pričom vznik tejto situácie vytvára priestor na zmenu predmetu konverzácie.

DRUHY A CIELE DEZINFOMÁCIÍ

Deformovanie:

Deformácia faktov je jednoducho pochopiteľný koncept. V prípade, že určitý fakt nezapadá do preferovaného naratívu aktéra hrozby dochádza ku vytvoreniu vlastných nových zmanipulovaných faktov za účelom prezentácie naratívu v novom zmanipulovanom svetle.

Vydesenie:

Zmyslom vydesenia je pokus o vystrašenie prijímateľa informácie. Táto technika je bežne využívaná v politických diskusiách. Odstrašujúca rétorika má za cieľ prezentovanie hypotetických katastrofálnych následkov určitého konania v nádeji aktéra hrozby, že jeho oponenti nebudú pokračovať vo svojej pre aktéra hrozby nepohodlnej argumentačnej línii alebo nedosiahnu pre aktéra hrozby nepohodlný cieľ, ktorý mali vopred stanovený. (Combating Disinformation With the Four D)

DRUHY A CIELE DEZINFOMÁCIÍ

Druhy a techniky dezinformácií:

Za hlavné techniky dezinformácie sú považované:

- zveličenie (zjednodušenie) javu,
- zmena jej povahy alebo okolností (času, miesta),
- úplná zmena javu na iný.

Najúspešnejšie dezinformácie spravidla:

- vychádzajú z čiastočne alebo úplne pravdivých informácií,
- sú prispôbené kultúrnemu kontextu prijímateľa dezinformácie,
- sú šírené viacerými kanálmi a aktérmi (osobami, profilmi na sociálnych sieťach),
- útočia na negatívne emócie (vyvolanie strachu a hnevu),
- zámerne sa zameriavajú na citlivé otázky spoločnosti.

DRUHY A CIELE DEZINFOMÁCIÍ

Ciele dezinformácií:

- presviedčanie ľudí, aby verili nesprávnym informáciám,
- podkopávanie správnych informácií,
- vytváranie neistoty,
- podkopávanie dôvery,
- podkopávanie dôveryhodnosti,
- podkopávanie kolektívnej akcie vrátane volieb,
- podkopávanie funkčnej vlády.

DRUHY A CIELE PROPAGANDY

Biela propaganda:

Biela propaganda pochádza zo zdroja, ktorý je jednoducho a správne identifikovateľný a obsahuje presné a korektné informácie. Možno ju pokladať za druh propagácie s cieľom zmobilizovania obyvateľstva v podpore určitého spoločného záujmu. Vhodným príkladom môže byť náborová kampaň do americkej armády počas druhej svetovej vojny. (NEUMANN, C.:

Propaganda, Uses and Psychology)

Vláda USA v snahe o naklonenie verejnej mienky na podporu vojenských cieľov spustila masívnu propagandistickú kampaň s jasne stanovenými cieľmi a stratégiami pre získanie podpory verejnosti.

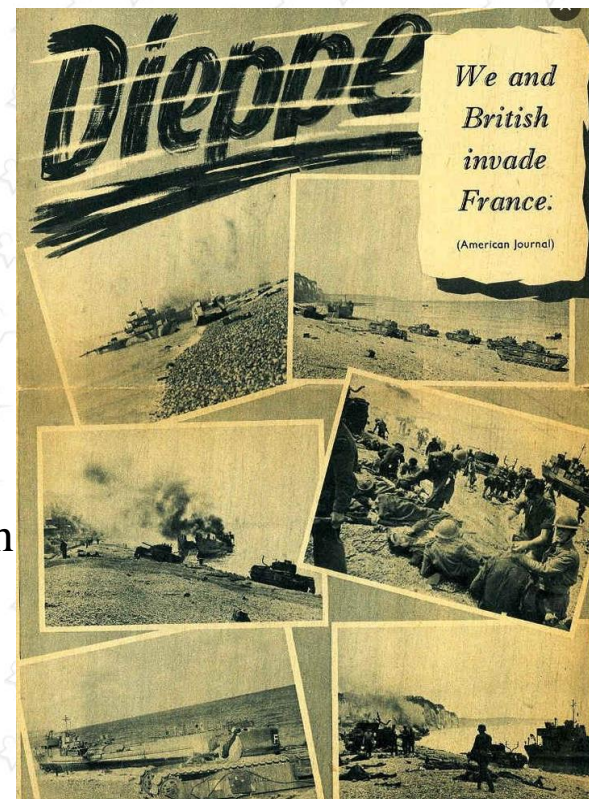


DRUHY A CIELE PROPAGANDY

Čierna propaganda:

Čierna propaganda pochádza zo zdroja, ktorý sa snaží skrývať svoju identitu. Využíva veľké množstvo skresľujúcich a zavádzajúcich informácií, prípadne úplných klamstiev. (NEUMANN, C.: Propaganda, Uses and Psychology)

Čierna propaganda sa zaraduje medzi dezinformácie. Vhodným príkladom môže byť snaha o zmätenie nacistického Nemecka pri plánovaní vylodenia v Normandii, kedy britská Political Warfare Executive, ktorá bola zriadená na rozvoj čiernej propagandy vytvárala dezinformácie týkajúce sa času a miesta vylodenia v Normandii. Tieto dezinformácie boli šírené prostredníctvom Rádiového vysielania a pomocou rôznych druhov tlačovín a iných predmetov, ktoré boli vyhadzované z lietadiel nad nacistami okupovanými európskymi mestami.



DRUHY A CIELE PROPAGANDY

Šedá propaganda:

Šedú propagandu môžeme pokladať za prienik bielej a čiernej propagandy. Presnosť informácií a relevancia ich zdroja je pri šedej propagande častokrát neidentifikovateľná. Rovnako ani identita ich autora, prípadne ciele, ktoré sa snažil dosiahnuť. (NEUMANN, C.: Propaganda, Uses and Psychology)

Príkladom šedej propagandy môže byť úsilie vlády USA počas studenej vojny v rámci ktorého boli rozhlasové stanice poverené vysielaním šedej propagandy do východnej Európy a sovietskeho zväzu.

Tieto stanice boli čiastočne podporované CIA ale skutoční sponzori neboli nikdy odhalení. Slobodná Európa poskytovali vysielanie s cieľom zlepšiť postoje k demokracii a ekonomike voľného trhu.



Ako rozlíšiť tradičné a dezinformačné médiá:

Najvýznamnejšie dezinformačné médiá sú ľahko zameniteľné s tradičnými médiami. Ich stránky majú podobnú štruktúru ako bežné internetové médiá. Viaceré z dezinformačných médií publikujú aj reálne správy. Ešte menej prehľadná je situácia na Facebooku, kde sú všetky články „orezané“ podľa rovnakej šablóny. Po vizuálnej stránke sú takmer nerozoznateľné.

Rozlíšiť tradičné a dezinformačné médiá možno na základe viacerých znakov:

- Podľa tém:

Tradičné médiá opisujú svet ucelenejšie. Informujú o témach, ktoré vyhodnotia ako dôležité alebo pre čitateľov zaujímavé. Oba typy médií spája to, že sa venujú primárne daniu na Slovensku. Dezinformačné médiá sa profilujú iba na niektorých témach, v posledných dvoch rokoch sú to najmä migranti a islam. Keďže na Slovensku a v Česku sú migranti a moslimovia iba v minimálnych počtoch, prinášajú príbehy hlavne zo zahraničia. O domácom dianí aktívne píše hlavne vtedy, keď má nejakú súvislosť s týmito témami. Pred migračnou krízou bola ich hlavnou témou vojna na Ukrajine, ktorú opisujú z ruského pohľadu.

- Podľa štýlu práce:

Tradičné médiá sa usilujú o to, aby u nich čitateľ našiel aj niečo iné než na stránkach konkurencie. Snažia sa preto prinášať informácie ako prví, robia vlastné rozhovory. Prestížnou záležitosťou je odhaliť vlastnú kauzu, ku ktorej sa budú musieť vyjadriť aj politici a ktorú preberú iné médiá. Ľudia z dezinformačných médií pracujú väčšinou iba za počítačom. Jadro ich práce spočíva v tom, že preberajú správy z iných zdrojov, ktoré iba preložia, alebo im dajú údernejší titulok.

- Podľa vyváženosti:

Nestranné obvykle nie sú ani tradičné médiá. Majú nejaký „svetonázor“, ktorým môže byť napríklad podpora členstva v Európskej únii či NATO alebo odmietanie prejavov fašizmu a rasizmu. Svetonázor médií by bol prekážkou vtedy, keby im bránil informovať o dôležitých veciach. Napríklad téma migrantov. Tradičné médiá sa venovali jednak zlým podmienkam na ceste do Európy, podrobne však informovali aj o teroristických útokoch. Dezinformačné médiá opisujú svet čiernobielo. Vyhýbajú sa napríklad informovaniu o kriminalite, do ktorej sú zapletení aj Slováci. Namiesto toho na pokračovanie opisujú prípady, do ktorých sa zapojili moslimovia. Európsku úniu si všímajú vtedy, keď sa riešia témy napríklad okolo prerozdeľovania migrantov do členských krajín. Témy ako napríklad výstavba diaľnic za eurofondy alebo študentský program Erasmus prehliadajú.

- Podľa prístupu k vlastným chybám:

Tradičným médiám je možné vyčítať viacero nedostatkov. Novinári nezriedka informujú o veciach, o ktorých nemajú dostatočný prehľad. Tému vtedy môžu spracovať povrchrne alebo nevedomky poslúžia záujmom rôznych politikov alebo podnikateľov. Tradičné médiá však spája, že musia publikovať pravdivé informácie – inak by riskovali stratu dôveryhodnosti a žaloby. Aj tradičným médiám sa stáva, že urobia chybu alebo publikujú správu, ktorú nemajú dostatočne overenú a ktorá sa následne ukáže ako nepravdivá. Pokiaľ sa tak stane, túto chybu sú nútené opraviť – buď v tichosti, čo je možné označiť za zbabelý prístup, alebo to priznajú. V redakciách tradičných médií sa tiež môžu objaviť prípady novinárov, ktorí sa snažia úmyselne pomáhať stranám alebo tajne berú peniaze od ľudí a firiem. Rovnako tak sa môžu objaviť situácie, že do práce média zasahuje jeho vlastník pre svoje záujmy. Takéto prípady sú v rozpore s poslaním žurnalistiky, ktorá má byť nezávislá. Dezinformačné médiá otázky etiky a serióznosti zjavne neriešia. Ich poslaním nie je informovať a kontrolovať štátnu moc, ale viesť kampaň: proti systému, moslimom, Západu. Chyby produkujú úmyselne, zamlčujú informácie či vytrhávajú správy z kontextu. (Denník N – Klamstvá a konšpirácie)

Kritériá hodnotenia dôveryhodnosti webstránok a ich obsahu:

- **Autorita:** Webová stránka by mala obsahovať kontaktné informácie, informácie o vývojárovi/vlastníkovi a autorské poverenia/kvalifikácie.
- **Účel:** Účel webovej stránky by mal byť jasný, s článkami, ktoré zodpovedajú uvedenému účelu; môžete sa pozrieť na adresu URL domény, ktorá vám pomôže určiť účel – stránky .gov sú vládne stránky, .edu stránky vysokých škôl a univerzít, zatiaľ čo domény .com, .org, .net je možné zakúpiť a môžu byť zdrojom falošných správ.
- **Pokrytie:** Webová stránka by mala poskytovať externé odkazy na overiteľné zdroje na podporu faktických tvrdení. Ak stránka odkazuje iba na svoje vlastné stránky a príležitostný externý odkaz smeruje na pochybnú stránku s nízkou autoritou, potom je pokrytie neúplné a môže byť nedôveryhodné.
- **Včasnosť:** Webová stránka by mala poskytovať informácie o tom, kedy bol obsah napísaný a publikovaný, ako aj o tom, či bol aktualizovaný. Odkazy na informačné zdroje by mali byť relevantné a aktuálne.
- **Objektivita:** Na webovej stránke by malo byť jasné, aká je objektívna. Mali by ste byť schopní zistiť, čo presne web robí, keď sa pozriete na jeho sekciu „O stránke“.
- **Presnosť:** Faktické tvrdenia webovej stránky by mali byť overiteľné. Faktické tvrdenia by mali byť pravdivé, keď ich otestujete v porovnaní s nezávislými zdrojmi. (Fake News, Misinformation and Fact Checking)

Sociálne siete:

Výskumné aktivity o tom, ako sa šíria dezinformácie, zaznamenali prudký nárast. Štúdie ukazujú, že dezinformácie šírené v sociálnych médiách možno rozdeliť do dvoch širokých etáp: seedenie a ozvena. „Seeding“, znamená, že zlomyseľní herci strategicky vkladajú podvody, ako sú falošné správy, do ekosystému sociálnych médií, a „echoing“ nastáva, keď publikum šíri dezinformácie argumentačne ako svoje vlastné názory, často začlenením dezinformácií do konfrontačnej konverzácie. Štúdie ukazujú štyri hlavné spôsoby šírenia dezinformácií:

1. Selektívna cenzúra
2. Manipulácia s hodnotením vyhľadávania
3. Hackovanie a uvoľnenie
4. Priame zdieľanie dezinformácií

Negatívne dôsledky personalizovaného online obsahu:

Informačná bublina:

Za informačnú bublinu sa považuje výsledok personalizovaného vyhľadávania, kedy algoritmus webstránky (napr. Facebook, alebo Google Search) selektívne vyberá správy, ktoré sa dostanú k užívateľovi na základe informácií ako lokalizácia, predchádzajúce kliknutia, história vyhľadávania apod. Informačná bublina sa považuje za negatívny dopad takto filtrovaných informácií, kedy sa užívateľ stáva izolovaným voči informáciám, ktoré by mohli rozšíriť jeho všeobecný rozhľad, s ktorými by nesúhlasil, alebo by nepodporovali jeho názory. Takto filtrované informácie majú tendenciu utvrdzovať človeka v jeho osobnom presvedčení a uzatvárať každého v jeho vlastných kultúrnych či ideologických bublinách. Riziko informačných bublín spočíva v tom, že takto filtrované informácie nám nedávajú šancu otvoriť sa novým nápadom, témam, názorom či dôležitým správam. (PARISER, E.: The filter bubble: what the Internet is hiding from you.)

Negatívne dôsledky personalizovaného online obsahu:

Teória selektívnej expozície:

Tento pojem môžeme definovať tak, že jedinci majú tendenciu prijímať informácie, ktoré podporia ich vžitú názory a rozhodnutia a vyhýbajú sa informáciám, ktoré by ich presvedčenie mohli poprieť. Výber takýchto informácií je založený na ich predchádzajúcich skúsenostiach, ich perspektíve, názoroch, viere a iných presvedčeniach. Potenciál médií v šírení informácií je využívaný často na politický marketing, prezentáciu politických strán či osôb a mnoho ďalších názorových prúdov. Ľudia čerpajú informácie z masmédií, ale nemenia svoje vžitú presvedčenie či názory. Tendencia vystavovať ľudí správam, ktoré sú v zhode s ich názormi a vyhýbajú sa nesympatickým informáciám je jedným z dôvodov vzniku informačnej bubliny v prostredí online sociálnych sietí. S príchodom nových médií sa spôsob, akým prijímame informácie výrazne zmenil a stále mení. Algoritmy na sociálnych sieťach, personalizujú náš News Feed a výrazne ovplyvňujú našu expozíciu správam z vonkajšieho sveta. Bežný užívateľ sociálnych sietí si veľakrát neuvedomuje, že väčšina správ, ktoré dostáva, sú takto filtrované a nie sú dostatočne diverzifikované. Okrem algoritmov si každý užívateľ môže sám nastaviť, aké informácie z ktorých zdrojov chce dostávať. V prostredí Twitteru, Facebooku, či ďalších sociálnych sietí, ktoré sú v dnešnej dobe veľakrát zdrojom správ, dostávame len to, čo sa nám páči. Všetko je relevantné našim názorom, záujmom a všetko sa zhoduje s našim pohľadom na svet. Zvyčajne môžeme stráviť celý deň na Twitteri, alebo Facebooku a nedostaneme sa do kontaktu so správami, s ktorými by sme nesúhlasili.

(MORADPOUR, T.: Is Twitter Telling You Only What You Want To Hear?)

Negatívne dôsledky personalizovaného online obsahu:

Komnata ozveny:

Ľudia majú tendenciu sa uzatvárať do komunít s ľuďmi rovnako zmýšľajúcimi a uzatvárať sa do tzv. komnát ozvien. Komnaty ozvien, anglicky tzv. echo chambers, sú javom, pri ktorých sa ľudia navzájom utvrdzujú vo svojich názoroch a spájajú sa s ľuďmi s rovnakým presvedčením. Takto uzavreté myšlienky, alebo názory sa v daných homogénnych a polarizovaných skupinách odrážajú od opačných argumentov a zosilňujú sa podobne ako ozvena. Taktiež v týchto komunitách sa dezinformácie a konšpirácie zdieľajú medzi priateľmi rýchlejšie, pretože sa s nimi jedinci stotožňujú. Echo chambers majú za následok, že intenzita dezinformácii naberať extrémnejšie podoby v rámci rovnako zmýšľajúcej skupiny.

Negatívne dôsledky personalizovaného online obsahu:

Skupinová polarizácia:

Skupinovú polarizáciu môžeme definovať, ako výsledok diskusie v skupine, ktorý je extrémnejší, alebo naopak konzervatívnejší, než boli pôvodne názory či postoje jednotlivých členov skupiny. Extrémnou a zároveň rizikovou formou skupinovej polarizácie je, keď sú procesy rozhodovania vysoko súdržnej skupiny podobne zmýšľajúcich ľudí také silné, že je oslabené ich porozumenie reality a môžu byť tak podporené nesprávne, mylné či do konca katastrofálne rozhodnutia. Skupinová polarizácia vo virtuálnych komunitách vedie k omnoho extrémnejším záverom, ako klasická skupinová komunikácia. Jedinci v online komunitách prichádzajú s unikátnejšími a kvalitnejšími nápadmi v porovnaní s tradičnou komunikáciou. Vzájomné utvrdzovanie názorov v rámci jednej skupiny vedie k výraznejšej polarizácii. Užívateľ, ktorý vidí, že ostatní v skupine súhlasia s jeho názormi, sa stáva viac sebavedomejším a tým sa jeho presvedčenie a presvedčovanie ostatných stáva extrémnejším. Príkladom môže byť užívateľ, ktorý si myslí, že klimatické zmeny nie sú pravda. So svojimi vyjadreniami prichádza najprv opatrne, no keď zistí, že s ním súhlasí viac ľudí, tak sa stáva istejším, presvedčenejším o jeho názore a začne pohrdať ľuďmi, ktorí majú opačné názory a iný pohľad na vec. Snahy zmeniť dezinformácie a odhaliť pravdu je väčšinou užívateľmi v polarizovaných skupinách odignorovaná. Práve naopak, ak polarizovaných užívateľov tieto pravdivé či odhalené správy zasiahnu a uveria im, majú tendenciu sa ďalej utvrdzovať už len v ich novom presvedčení. (SUNSTEIN, C.: How Facebook Makes Us Dumber)

Sociálne siete:

- Deep fake je digitálny obsah, ktorý bol zmanipulovaný. Deep fake technológiu možno využiť na ohováranie, vydieranie a odcudzenie identity. Vďaka nízkym nákladom a efektívnosti môžu byť deep fake-y použité na šírenie dezinformácií rýchlejšie a vo väčšom objeme ako iné druhy dezinformácií. Dezinformačné útočné kampane môžu využívať technológiu Deep fake na generovanie dezinformácií týkajúcich sa ľudí, štátov alebo príbehov. Deep fake technológia môže byť použitá ako zbraň, aby zavádzala publikum a šírila klamlivé a zavádzajúce informácie.

Príklad: Deepfake upravená fotka prezidentky, na ktorej mala

Povýšenecký výraz pri stretnutí s českým prezidentom.



Vľavo originál fotografie z ČTK, vpravo upravená fotografia stiahnutá z Facebooku

ZDROJ | AFP FAKTY

Dezinformačné a propagandistické weby:











Členovia iniciatívy www.konspiratori.sk sa snažia ochraňovať reputáciu rôznych subjektov a súkromných spoločností, ktoré sa rozhodnú inzerovať svoje aktivity alebo služby pomocou internetu. Podstatou tejto iniciatívy je vytvorenie systému kritérií, vďaka ktorému je možné objektívne vyhodnotiť webové stránky s rizikovým a nevhodným obsahom, ktoré by mali potenciál poškodiť dobré meno inzerujúcich subjektov, v prípade zobrazenia ich reklamy na spomínaných rizikových weboch.

Na tento účel bola zostavená komisia hodnotiaca potenciálny škodlivý obsah na vybraných webových stránkach. Na základe starostlivo zostavených kritérií je možná spoľahlivá detekcia dezinformačných a propagandistických webov.

Na spomínanej webstránke sa taktiež nachádza aj formulár, pomocou ktorého môže ktorýkoľvek návštevník požiadať o zaradenie ľubovoľnej webstránky do zoznamu po tom, ako komisia vyhodnotí a posúdi potenciálnu škodlivosť obsahu.

Dezinformačné a propagandistické weby – Zoznam stránok so sporným obsahom:

(kompletný zoznam sa nachádza na url: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok>)

Zoznam stránok so sporným obsahom			
Niektoré stránky boli dočasne odstránené. Zistiť viac			
Tvoríme zoznam webov, o ktorých členovia našej komisie majú pochybnosti o ich dôveryhodnosti a kvalite obsahu. Na týchto weboch neodporúčame inzerovať a zároveň na ne neodporúčame odkazovať z vašich portálov. Je iba na vás, či s našim zoznamom súhlasíte a či ho budete využívať. Zoznam webov bol zostavený členmi komisie, na základe odborného posúdenia webov podľa jasne stanovených kritérií.			
1	vigilantcitizen.com		9.8
2	protiprudu.org (Momentálne nefunkčné)		9.8
3	aeronet.news		9.7
4	biblik.sk		9.7
5	orgo-net.blogspot.sk		9.7
6	aeronet.cz (Momentálne nefunkčné)		9.7
7	conspi.cz (Momentálne nefunkčné)		9.7
8	nwoo.org (Momentálne nefunkčné)		9.7
9	geneticka-vakcina.com (Momentálne nefunkčné)		9.6
10	arfa.cz		9.6

Aktivity v boji proti dezinformáciám a propagande na nadnárodnej úrovni (EÚ):

Kódex postupov bol prvýkrát vypracovaný Európskou komisiou v roku 2018 pre online platformy, priemyselné združenia a kľúčových aktérov v odvetví reklamy. Zaväzujú sa ním obmedzovať dezinformácie a zlepšovať svoje politiky týkajúce sa online prostredia. Stal sa inovatívnym nástrojom na zabezpečenie väčšej transparentnosti a zodpovednosti online platforiem a slúži aj ako štruktúrovaný rámec na monitorovanie a zlepšovanie ich politík v oblasti boja proti dezinformáciám.

V roku 2022 bol vypracovaný Účinnejší kódex postupov, ktorý rozšíril existujúce opatrenia. Najdôležitejšie dopady nových opatrení sa prejavili v:

- zavedení pravidiel pre účinnú samoreguláciu veľmi veľkých online platforiem podľa Aktu o digitálnych službách,
- zriadení centra transparentnosti, ktoré bude mať jednotné úložisko kde budú mať občania Európskej únie (EÚ), odborníci a mimovládne organizácie prístup k informáciám a budú si ich môcť odtiaľ stiahnuť. Vďaka tomuto platformy po prvý raz v rámci základných správ poskytli prehľad a údaje napríklad o tom, v akom rozsahu zabránili príjmom z reklamy v prípade dezinformačných aktérov či koľko politickej a manipulatívnej reklamy odmietli. Vedú tiež záznamy o vytváraní a používaní falošných účtov a informácie o overovaní faktov,
- vytvorení rámca pre posilnenie účinnosti nástrojov na odhaľovanie škodlivého obsahu. ([https://commission.europa.eu/strategy-](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_sk)

Čo môže urobiť Slovenská republika v boji proti dezinformáciám a propagande – nástroje v boji proti dezinformáciám a propagande:

KONFRONTÁCIA sa vyznačuje aktívnym vytváraním kapacít a šírením kontra-naratívov, ktoré stoja v opozícii k dezinformačným kampaniam.

BLOKOVANIE je veľmi podobné konfrontácii, no cieľom nie je šíriť protichodnú percepciu ďalej do sveta, pokúša sa len zastaviť dezinformačné kampane a zahraničnú propagandu na svojom území.

DOKUMENTÁCIA A ANALÝZA HROZIEB pomáha zvýšiť všeobecné porozumenie a identifikovať slabé miesta konkrétnej spoločnosti. Práve tieto slabé miesta ohrozujú kohéziu spoločnosti a preto sú často napádané a zneužívané nepriateľskými aktérmi, domácimi ale aj zahraničnými. Ich správna a včasná identifikácia tak prispieva k vybudovaniu komplexnej obrannej stratégie štátu a zvyšuje jeho odolnosť.

BUDOVANIE ODOLNOSTI kombinuje výskum, vzdelávanie širokej verejnosti, strategickú komunikáciu vlastných hodnôt, spoločenskú identitu a dôveru v inštitúcie, ale aj spoluprácu s druhým a tretím sektorom v boji proti dezinformáciám. Jej cieľom je imunizovať jednotlivcov a spoločnosť voči škodlivým naratívom.

(Súčasný trendy šírenia dezinformácií)

Čo môže urobiť Slovenská republika v boji proti dezinformáciám a propagande:

- neustále zlepšovať strategickú komunikáciu,
- dôslednejšie vymáhať právo v online priestore,
- podporovať neziskové organizácie a nezávislé médiá v ich fact-checkingovom úsilí a v snahách o šírenie mediálnej gramotnosti a budovaní odolnosti jednotlivcov voči dezinformáciám,
- poskytovať dotácie na boj proti klamlivým informáciám,
- oboznamovať zástupcov štátnej správy a samospráv o možnostiach aplikácie strategickej komunikácie a o možnostiach a aktuálnych nástrojoch a technikách v boji proti šíreniu dezinformácií,
- realizovať vzdelávacie aktivity určené na zväčšovanie povedomia o tejto problematike,
- zriaďovať subjekty, ktorých úlohou bude vedenie aktívneho boja proti hybridným hrozbám a dezinformáciám,
- spolupracovať s relevantnými zahraničnými a domácimi aktérmi v boji proti dezinformáciám,
- inovovať právnu úpravu a vnútorné akty riadenia štátnych subjektov za účelom vytvorenia efektívneho zákonného rámca pre boj s hybridnými hrozbami a dezinformáciami,
- podporovať vedu a výskum v oblasti hybridných hrozieb.

Čo môže urobiť jednotlivec v boji proti dezinformáciám a propagande :

- vzdelávať sa ku kritickému mysleniu,
- overovať fakty – hoci klasický a ničím nepodporený *factchecking* nefunguje podľa výskumov úplne, je vhodným doplnkom iných nástrojov a v kontexte ďalších aktivít má vysokú pridanú hodnotu,
- vyvracať nepravdivé informácie, pričom rýchlosť reakcie je zásadná,
- spoliehať sa na overené zdroje,
- identifikovať dezinformačné médiá,
- vysvetľovať svojmu okoliu, ako dezinformácie fungujú na konkrétnych príkladoch,
- využívať humor a satiru,
- podporovať transparentnosť a budovanie dôveryhodnosti.

Ako môže jednotlivec vyhodnotiť dôveryhodnosť webstránok a ich obsahu – systém kritérií:

Hodnovernosť: Predstavuje spoľahlivosť a dôveryhodnosť média, ktoré informáciu podáva. Pri zisťovaní hodnovernosti je potrebné zamerať sa na nasledujúce oblasti:

- Aké dôveryhodné sú ďalšie správy, ktoré toto médium (časopis, webstránka, televízia, kanál) publikuje?
- Potvrdzujú informáciu aj ďalšie spoľahlivé zdroje?
- Vytvára redakcia vlastný obsah alebo ho len preberá?

Referencie: Kritérium sa zameriava na to, z čoho správa vychádza a o čo sa autori v správe opierajú. Pri overovaní referencií sú dôležité odpovede na tieto otázky:

- Uvádzajú autori dôkazy o svojich tvrdeniach
- Opisujú, akou cestou k informácii dospeli – robili výskum, boli na mieste, hovorili s ľuďmi, uznávanými odborníkmi v danej oblasti a pod.?
- Odlišujú názory od faktov?

Kritériá hodnotenia dôveryhodnosti webových stránok a ich obsahu:

Autor: Zisťuje kvalifikáciu a skúsenosti autora správy. (Ak pod článkom nie je uvedené meno autora, príp. sa neviete dopátrať, kto vlastne tvorí redakciu, mali by ste spozornieť.) Overiť si to môžete prostredníctvom vyhľadania týchto informácií:

- Má autor dostatočnú kvalifikáciu, vzdelanie či skúsenosti, aby sa k téme (zvlášť odbornej) vyjadroval?
- Venuje sa téme dostatočne dlho?
- Je zo štýlu písania a gramatiky jasné, že má autor s písaním textov skúsenosti?

Nezávislosť: Sleduje odstup autora a média od témy alebo zaujatosť a predpojatosť. Je potrebné si všímať nasledujúce znaky:

- Sú autor/médium v téme priamo zainteresovaní, zaujatí, majú konflikt záujmov? (Tu sa oplatí zistiť aj to, kto je vlastníkom daného média.)
- Snaží sa informácia podnietiť emóciu – napríklad hnev?
- Spomína autor/médium aj argumenty druhej strany, cituje aj kritické názory?

(Ako postupovať pri overovaní kvality informácií?)

ZDROJE INFORMÁCIÍ

- Akčný plán proti dezinformáciám – Európska komisia 2018 – url: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018JC0036&from=SK>
- Dezinformácie a informačné operácie – Národný bezpečnostný úrad – url: <https://www.nbu.gov.sk/urad/o-urade/hybridne-hrozby-a-dezinformacie/dezinformacie/index.html>
- Krátky slovník hybridných hrozieb – Národný bezpečnostný úrad – url: <https://www.nbu.gov.sk/urad/o-urade/hybridne-hrozby-a-dezinformacie/kratky-slovník-hybridnych-hrozieb/index.html>
- Propaganda (DISINFO BASICS) – infosecurity.sk – url: <https://infosecurity.sk/dezinfo/propaganda-disinfo-basics/>
- Ako sa brániť proti informačným operáciám? Príručka pre komunikátorov – Globsec – url: https://www.globsec.org/sites/default/files/2020-02/GLOBSEC_Prirucka-pre-komunikatorov.pdf
- Voices of Central and Eastern Europe – Slovensko – Globsec – url: https://www.globsec.org/sites/default/files/2020-09/Voices-of-Central-and-Eastern-Europe_Slovensko.pdf
- Globsec Trends 2023 – url: <https://www.globsec.org/sites/default/files/2023-05/GLOBSEC%20Trends%202023.pdf>
- Súčasný trendy šírenia dezinformácií – url: <https://stratpol.sk/wp-content/uploads/2021/02/publi-trendy-%C5%A1%C3%ADrenia-dezinform%C3%A1ci%C3%AD2.pdf>

- Konšpiračný index – Centrum pre bioetiku Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave – url: <https://xapp.usske.sk/sk/clanok/konspiracny-index-je-na-slovensku-velmi-vysoky>
- How It Started, How It is Going: Media Literacy Index 2022 – url: <https://osis.bg/?p=4243&lang=en>
- REIFOVÁ, I. a kol.: Slovník mediální komunikace. 2004. Praha : Portál. 328 s. ISBN 80-7178-926-7
- YAR, L.: Falošné správy a dezinformácie: Terminológia, nástroje a výzvy – url: <https://euractiv.sk/section/digitalizacia/news/falosne-spravy-a-dezinformacie-terminologia-nastroje-a-vyzvy/>
- Akčný plán koordinácie boja proti hybridným hrozbám 2022-2024 – url: <https://www.nbu.gov.sk/wp-content/uploads/2022/08/AKCNY-PLAN-KOORDINACIE-BOJA-PROTI-HYBRIDNYM-HROZBAM.pdf>
- Účinnejší Kódex postupov EÚ proti šíreniu dezinformácií – url: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_sk
- "Tactics of Disinformation". Cybersecurity and Infrastructure Security Agency (CISA) – url: https://www.cisa.gov/sites/default/files/publications/tactics-of-disinformation_508.pdf
- <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok>
- Denník N – Klamstvá a konšpirácie – url: <https://a-static.projektn.sk/2017/04/dennikN-prirucka-konspiracie.pdf>

- PARISER, E.: The filter bubble: what the Internet is hiding from you [online]. New York: Penguin Press, 2011. 294 s. ISBN 978-1-59420-300-8
- MORADPOUR, T.: Is Twitter Telling You Only What You Want To Hear? In: WordPress, 2010. - url: <http://tommoradpour.wordpress.com/2010/12/24/is-your-newspaper-telling-you-what-you-want-to-hear>
- SUNSTEIN, C.: How Facebook Makes Us Dumber In: Bloomberg View. 2016 - url: <http://www.bloombergvew.com/articles/2016-01-08/how-facebook-makes-us-dumber>
- Fake News, Misinformation and Fact Checking – url: <https://onlinemasters.ohio.edu/masters-public-administration/guide-to-misinformation-and-fact-checking/>
- Ako postupovať pri overovaní kvality informácií? – url: https://uniba.sk/detail-aktuality/back_to_page/spravodajsky-portal/article/ako-postupovat-pri-overovani-kvality-informacii/
- Combatting Disinformation With the Four D – url: <https://ai.umich.edu/blog-posts/spotting-fake-news-ben-nimmo-disinformation-misinformation-fake-news-teach-out/>
- NEUMANN, C.: Propaganda, Uses and Psychology – url: <http://www.faqs.org/espionage/Pr-Re/Propaganda-Uses-and-Psychology.html>
- Terminologický slovník krízového riadenia na Slovensku – url: <https://www.reserves.gov.sk/wp-content/uploads/2019/10/Terminologick%C3%BD-slovn%C3%ADk-kr%C3%ADzov%C3%A9ho-riadenia.pdf>



ĎAKUJEM ZA POZORNOSŤ!

