



Cestovní zpráva

Pracovník: **Jiří Fišer**

Akce: **Co se skrývá za vyhledáváním**

Datum konání: 3. 10. 2017

Místo konání: Národní technická knihovna

Klíčová slova: informace – informační gramotnost – dezinformace – žurnalistika

Program akce:

dopolední blok 9: 00 – 12: 15

[Informace v mnoha podobách prostřednictvím Googlu](#)

Mgr. Drahomíra Dvořáková (Ústav vědeckých informací, 2. lékařská fakulta Univerzity Karlovy)

[Informace vs dezinformace v žurnalistice](#)

PhDr. Lucie Strašíková (Česká televize)

[Jak mohou knihovny pomoci při ověřování informací?](#)

Mgr. Jakub Szarzec (Národní technická knihovna) přestávka na oběd 12: 15 – 13: 15

odpolední blok 13: 15 – 15: 30

[Moc \(dez\) informací](#)

PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph. D. (Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy)

[Informace a dezinformace v symbióze: rešeršní pohledy, přístupy a případy](#)

Doc. PhDr. Richard Papík Ph. D. (Ústav bohemistiky a knihovnictví FPF Slezské univerzity a Ústřední knihovna Univerzity Karlovy)

Diskuze / prostor pro dotazy



Průběh akce

Informace prostřednictvím Googlu

V prvním příspěvku nám byla představena sada služeb Google. Google, to už dávno není jenom vyhledávač webových stránek. Jde o komplexní platformu navzájem provázaných cloudových služeb, jež jsou uživatelům poskytovány bezplatně, ale nikoliv zdarma. Uživatel platí svými daty. Ne, že by předával jejich vlastnictví, ale poskytuje svolení k plné analýze a zpracování svého obsahu. Zda je tato cena příliš vysoká, přijatelná či podezřele nízká, je na uvážení.

Společnost nabízí snad všechno, co byste mohli potřebovat při tvorbě digitálních dokumentů, od poznámek přes aktivní tabulky a formuláře s grafy, až po prezentace. Tyto služby se skvěle doplňují s bezplatným obsahem, jenž poskytují různí agregátoři (např. Slidescarnival nebo Pixabay). Služby zpracování elektronického obsahu bezplatně poskytují i jiní (kupř. Canva).

Poselství je jasné, Internet nabízí celou řadu možností, jak snadno a bezplatně vytvořit elektronické dokumenty, stačí mít oči otevřené.

Podrobněji jsme probrali vyhledávací služby Googlu. Kromě webu prohledává i speciální informační zdroje, mapy, knihy, vědecké publikace dostupné přes internet. Zaujaly poněkud exotické operátory Google webového vyhledávače jako jsou: intitle, intext, insite, filetype. Nicméně pokud se při vyhledávání chováte nestandardně, zejména pokud používáte intitle, bude po vás Google chtít ověření, že nejste robot.



Dezinformace v žurnalistice

Dříve byla pravidla pro ověřování zpráv jasně daná. Dnešní doba však přináší nové výzvy. Prudký rozvoj informačních technologií, jejich šíře a rychlost, znemožňuje zprávy dostatečně rychle ověřovat. Dříve než se potvrdí jejich pravost a ověří původ, šíří se různými kanály jako lavina. Byť se za nimi uvedení na pravou míru může šířit stejně dobře, škoda už se stala.

Často citované termíny post pravda a post fakta s tím souvisí. Dnes jde ve zprávách hlavně o rychlost a emoci- příspěvek musí vyvolat odezvu (klik, shlédnutí), chtělo by se říci za každou cenu. Jestli je zcela pravdivý, už není tak důležité. Kdo mluví nejdřív, ten je nejvíc slyšet.

Tedy informační záplava a snaha zaujmout za každou cenu. K těmto útočníkům na pravdu přidejme ještě zájmy majitele. Zprávy se nerodí jen tak ze vzduchu, někdo je vydává a ten někdo to dělá s určitým úmyslem. Často jde pouze o to vydělat, ovšem nezřídka je třeba správně ovlivnit smýšlení veřejnosti. Noviny neříkají lidem, co si mají myslet, ale o čem mají přemýšlet. Krajní aproximací tohoto směru jsou pak fake news, propaganda a informační válka.

Nakonec k informační záplavě, snaze zaujmout a manipulaci přidejme ještě prosté chyby způsobené nedokonalostí člověka. Nikdo není stoprocentně objektivní, neutrální a nestranný, proto jsou komunikační výstupy podvědomě zbarvené. Navíc máme nevědomý sklon považovat názory shodné s našimi za pravdivější. Celkem logicky se vyhýbáme sociálním interakcím s lidmi, s nimiž nás nic nepojí, a tudíž se uzavíráme do sociálních bublin. Zbytek lze shrnout frází: ztraceno v překladu. Při přebírání sdělení od člověka člověkem dochází ke zkreslení informace.

Jak se tedy bránit? Nejprve ze všeho rozlišit sdělení důležitá a nedůležitá. Ptát se, kdo zprávu publikuje a proč něco takového dělá. Ptát se: odkud tu zprávu má, kde se vzala, kde je zdroj, kdo je autor. Znovu se naučit číst mezi řádky. Všimnout si, jak je zpráva napsaná: jakým stylem, jakým jazykem, jak je prezentovaná. Co v nás vzbuzuje? Naučit se rozlišovat mezi faktem, zprávou a názorem. A konečně: cui bono? Kdo nejvíc vydělá na tom, že jsme právě tuhle zprávu četli? Odpovědi na tyto otázky nám nejspíše mnohé napovědí.



V době, kdy jakákoliv snaha regulovat veřejné informace je apriori označena za cenzuru, jsme v tom sami. Ale je se čeho chytit. Na tom lepším konci spolehlivosti jsou tiskové agentury a oficiální informace státní správy, na tom horším pak komerční zpravodajské weby a sociální sítě.

Pomoc knihoven

Knihovny mohou pomoci právě výukou informační gramotnosti. Informační gramotnost by se dala popsat jako dovednost správného zacházení s informacemi. Znat, kdy informaci potřebujeme, určit jakou informaci potřebujeme, kde ji najít, jak ji najít, jak správně použít informační zdroj, jak vyhodnotit relevanci a pertinenci informace a konečně jak nejlépe využít znalost, jež jsme informací získali.

Zjednodušeně řečeno poznat, jestli se dá na něco spolehnout a k čemu to je dobré. K tomu samozřejmě existuje spousta příruček, doporučení a zdrojů, zejména v oblasti novinařiny, např. demagog.cz, hoax.cz, politifact.com, factcheck.org, ale i European Association for Viewers Interests, kniha How to lie with statistics nebo web Surfařův průvodce po internetu.

Moc (dez) informací

Hlavním nositelem informací zdají se býti média (televize, rozhlas, tisk). Nejdříve, v období první světové války, se proto považovala za takřka všemocná. Byla to doba tisku. Předpokládalo se, že lidé reagují na zprávu hned a pokud ne, je třeba jim sdělení stále opakovat. Teorie injekční jehly se ale ukázala jako chybná. Začalo se více sázet na názorové leadery a authority. S příchodem stálého televizního vysílání se situace opět změnila.

Teorie médií se vyvíjí souběžně s technologií, není stálá. Nemůžeme proto přesně popsat, jak se budou dezinformace šířit a jaký budou mít dopad. Fakt, že každý reaguje na sdělení různě, nám situaci vůbec neusnadní. Jak se tedy bránit? Způsoby byly už naznačeny výše.



Oproti minulosti je nová razance, s jakou dezinformace a fakenews útočí na společnost. Je propůjčena novými druhy informačních technologií. Dezinformace nejsou mocné tím, že jsou lživé, to dokáže průměrně uvažující člověk rozlišit, ale tím, že jsou všude první.

Informace a dezinformace v symbióze

Závěrečný příspěvek se týkal práce s databázemi v oblasti competitive intelligence. Jde zejména o ověření toho, co jaká firma opravu vyvíjí, čím se zabývá a jakými cestami se proto bude nejspíš ubírat její příští strategie.

Kromě placených zdrojů lze jako vodítko využít i zdroje volně dostupné zejména webové články a blogy., Dále pak přístupy do volných oficiálních registrů, např. ARES. S bezplatným přístupem zdarma provozovány i kvalitní databáze financované z veřejných zdrojů, např. MEDLINE nebo zdroje European Patent Office.

Je třeba pamatovat na to, že informace musí být rychlá, levná a ověřitelná.