

## **Epizóda 2: Pochopenie fungovania médií (zdroje a typy médií, platformy atď.)**

Otváracia hudba

HOSTITEL': Vitajte späť v pri ďalšom podkaste , ktorého cieľom je vzdelávať a umožniť poslucháčom orientovať sa v mediálnom prostredí kritickým a informovaným spôsobom.

HOSTITEL': V dnešnej epizóde preskúmame rôzne typy médií, s ktorými sa stretávame v každodennom živote, a úlohu médií v spoločnosti.

Soundbite 1: Typy médií

HOSTITEL': Existuje mnoho rôznych typov médií, s ktorými sa denne stretávame, vrátane tlače, vysielania a online médií. Medzi tlačené médiá patria noviny, časopisy, brožúry, letáky, billboardy, plagáty a knihy. Vysielacie médiá zahŕňajú televíziu a rozhlas. Online médiá zahŕňajú webové stránky, sociálne médiá a blogy. Sociálne médiá zahŕňajú interaktívne platformy ako Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, TikTok, Tumblr, Reddit, YouTube, Pinterest, Flickr, Snapchat, Facebook Messenger, WeChat, BeReal a Hootsuite.

Soundbite 2: Kde sú starší dospelí obývajúci online svet?

HOSTITEL': Na rozdiel od všeobecného názoru, všetky vyššie uvedené stránky navštevuje každá veková skupina vrátane starších dospelých, ale niektoré sú populárnejšie ako iné. Podľa Pew Research Center, ktoré študuje používanie sociálnych médií už viac ako 10 rokov, staršie demografické skupiny sú na viacerých platformách, ale 62 % používateľov starších ako 65 rokov a 72 % používateľov vo veku 50 – 64 rokov používa Facebook. Je zaujímavé, že mnohí z týchto ľudí nezdediajú osobné príspevky, ale radšej zdieľajú médiá, ako sú články, fotografie a videá z iných zdrojov. Je tiež pravdepodobné, že budú zdieľať častejšie ako mladšie demografické skupiny. Ďalšie platformy obľúbené u starších ľudí sú WhatsApp, LinkedIn, YouTube a Pinterest.

Soundbite 3: Úloha médií v spoločnosti

HOSTITEL': Úloha médií v spoločnosti je mnohostranná. Na jednej strane sú médiá zdrojom informácií, zábavy a vzdelávania. Na druhej strane sú médiá mocnou silou, ktorá dokáže formovať verejnú mienku a ovplyvňovať politické rozhodnutia. Médiá môžu pôsobiť ako strážny pes, držia tých, ktorí sú pri moci, na zodpovednosť a dávajú hlas marginalizovaným. Ale rovnako ľahko sa dá

použiť ako nástroj manipulácie a dezinformácií, šírenia dezinformácií a presadzovania určitých záujmov nad ostatnými. Táto miera a rozsah šírenia nepresných informácií za posledné roky znamená, že v súčasnosti žijeme cez infodémiu. Klebety a zvesti rýchlo prevyšujú faktické informácie zo spoľahlivých zdrojov, čo vedie k nedôvere a zmätku.

Sociálne médiá sú interaktívne a spájajú nás s jednotlivcami a sieťami na celom svete. Časy odovzdávania informácií cez záhradný múr sú dávno preč. Teraz sa môžeme spojiť s online „priateľmi“ v štyroch kútoch sveta bez toho, aby sme opustili stoličku. Zatiaľ čo výhody online interakcie sú viaceré, pre online používateľov predstavuje aj hrozby prostredníctvom podvodov, podvodov, šikanovania a manipulácie.

#### Soundbite 4: Vysvetlenie mediálnych pojmov

Práve som spomenul slová „podvody“ a „hoaxy“, slová, ktoré sú veľmi dobre známe tým, ktorí sú technicky a internetovo zdatní, ale mnohým z nás nie je jasné, čo tieto výrazy znamenajú, nezáleží na tom, ako identifikovať ich. Dovoľte mi, aby som vám stručne vysvetlil časť online slovnej zásoby, ktorú by ste mohli počuť v nasledujúcich niekoľkých epizódach.

Hoax – hoax je správa alebo e-mail, ktorý bol zámerne sfaľšovaný, aby zavádzal verejnosť. Príbeh alebo e-mail môže byť senzačný, emotívny a má pocit naliehavosti, často varuje pred počítačovým vírusom a žiada vás, aby ste sa o informácie podelili so všetkými vašimi priateľmi/sledovníkmi, alebo vás žiadajú o peniaze alebo podrobnosti o bankovom účte.

Phishing – Ide o používanie podvodov na získanie informácií, ako sú čísla bankových účtov, heslá a ďalšie osobné údaje, ktoré možno použiť na okradnutie vašich peňazí alebo identity.

Podvádzanie – môže mať formu odoslania e-mailu alebo správy, ktorá vás nasmeruje, aby ste klikli na odkaz, ktorý infikuje vaše zariadenie, alebo vás prinúti vyplniť kvízy alebo prieskumy s cieľom získať informácie o vás v súvislosti s podvodom s identitou alebo predstieraním, že ste celebrita alebo dokonca niekoho, koho poznáte, aby od vás dostal peniaze. Zahŕňa aj falošné reklamy alebo novinové články, ktoré vás prinúti darovať peniaze. Mnohých nachytali podvody s online zoznamkami, pri ktorých si niekto získa vašu dôveru a potom vás prinúti poslať mu peniaze alebo

investovať do falošných obchodov.

Roboty – Roboty alebo roboty sú automatizované programy vyvinuté na vykonávanie mnohých monotónnych úloh, ktoré by ľudia robili v minulosti. Stretnete sa s nimi v mnohých interakciách, ktoré máte na nákupných a rezervačných stránkach. Môžu byť dobré alebo zlé. Viac informácií prinesieme v budúcich epizódach.

Algoritmy – jednoducho povedané, algoritmus je súbor inštrukcií na vykonanie úlohy, napríklad recept na koláč. Algoritmy vo výpočtovej technike zadávajú pokyny na transformáciu údajov na informácie, ktoré môžu používať ľudia, stroje alebo na informovanie iných algoritmov. Existujú rôzne typy algoritmov, ale príklad bežne používaného algoritmu je vo vyhľadávачi. Ak vyhľadávate na Googli, jeho algoritmus, PageRank, na základe stoviek faktorov rýchlo a efektívne rozhodne, ktoré výsledky sa zobrazia a v akom poradí. Algoritmy vám budú posilať návrhy a reklamy na platformy sociálnych médií na základe vašej predchádzajúcej online aktivity.

Hacker – Hacker je niekto so schopnosťami získať prístup k sieťam alebo počítačovým systémom. Toto je často neoprávnené a vykonáva sa za účelom odcudzenia údajov, zmeny alebo vymazania informácií.

Trollovia – Sú to ľudia, ktorí obývajú chatovacie miestnosti, sekcie komentárov a akékoľvek verejné online fórum s cieľom spôsobiť rozrušenie, šírenie nenávisti, nepravdy a paniky.

Zameriavajú sa nielen na jednotlivcov, ale aj na organizácie, podniky a komunity.

Soundbite 5: Perspektívy a predsudky v médiách

HOSTITEL': Keďže používame rôzne typy médií, je dôležité uvedomiť si rôzne perspektívy a predsudky, ktoré môžu byť prítomné. Médiá vytvárajú ľudia a ľudia majú rôzne skúsenosti a presvedčenia, ktoré môžu ovplyvniť ich spravodajstvo. Rozpoznanie týchto perspektív a predsudkov nám môže pomôcť lepšie porozumieť informáciám, ktoré konzumujeme. Pri tradičných médiách, ako sú tlačené médiá a televízia, je často ľahké zistiť ideológiu médií, napríklad Fox News a CNN.

Online médiá sú komplexnejšie a neustále sa vyvíjajú a menia. Každá interakcia, ktorú vedieme online, poskytuje informácie, ktoré môžu vytvoriť náš profil a čo je znepokojujúcejšie, formovať to, kým sme

To, čo vidíme online, je diktované zložitými algoritmami, ktoré nás profilujú a klasifikujú na základe našich obľúbeností a vyhľadávaní. Reklama je potom cielená a prispôsobená tak, aby poskytovala spoločnosti sociálnych médií väčšie príjmy. To tiež znamená, že si prezeráme informácie, ktoré s nami rezonujú, a spájame sa s ľuďmi, ktorí majú podobné názory, čo potvrdzuje naše presvedčenie, či už je založené na skutočnosti alebo na nepravdivých informáciách.

**HOSTITEL'**: Naša ďalšia epizóda sa bude zaoberať definíciami falošných správ, dezinformácií, dezinformácií a dezinformácií a ako a prečo sú distribuované.

**HOSTITEL'**: Určite si pozrite aj ďalší podcast , kde si povieme niečo viac o falošných správach.

### ***Záverčná hudba***

**HOSTITEL'**: Ďakujeme, že sa vzdelávate s nami v mediálnej gramotnosti. Buďte informovaní, buďte zvedaví a buďte mediálne gramotní a nestaňte sa obeťou podvodníkov.