



IO4 – Doporučení pro zvýšení občanské a politické úasti mládeže – národní zpráva

2019-1-EL02-KA205-004863

 **YOUTH
MYTHBUSTERS**
THE PROJECT



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



YOUTH
AND LIFELONG
LEARNING
FOUNDATION

TENTO VÝSTUP BYL REALIZOVÁN S PÍSPÍVÁNÍM TĚCHTO
PARTNERŮ PROJEKTU:



Podpora Evropské komise k produkci této publikace nepředstavuje schválení obsahu, který odráží pouze názory autorů, a Komise nenes odpovědnost za jakékoli použití informací, které jsou v ní obsaženy.

OBSAH

1. Úvod	Errore. Il segnalibro non è definito.
2. Shrnutí projektu YMB	2
3. Občanská a politická angažovanost mládeže v partnerských zemích	2
4. Metodologie Youth Myth Busters	2
5. Nejlepší produkt YMB	2
6. Doporučení	2
7. Reference	2

1. Úvod

Tento dokument je určen pro širší veřejnost a poslancům Evropského parlamentu s cílem podporovat občanskou a politickou angažovanost mladých lidí v etn NEETs (tedy lidí mimo vzdělávací systém, kteří nepracují a ani se na zaměstnání nepřipravují) v oblasti falešných zpráv a sociálních médií.

V současné době vyvolala pandemie koronaviru vzestup dezinformací a falešných zpráv. Pandemie poskytla větší prostor neprofesionálním aktérům, horlivým používat hned jakýkoliv nástroj pro dosažení svých manipulačních cílů a ovlivňování názorů. V době, jak falešné zprávy identifikovat, jak jim čelit a jak se před nimi chránit jako uživatelé, je nyní naléhavější než kdy dříve.

Doporučení vycházejí z práce KMOP - Social Action and Innovation Center (Česko), CARDET - Center for the Advancement of Research & Development in Educational Technology (Kypr), ISES Association (Itálie), Youth Included (Polská republika) a Cromo Foundation (Maarsko) v rámci projektu Youth Myth Busters (YMB) a vycházejí z klíčových zjištění jeho realizace.

Po analýze a vyhodnocení výsledků projektu Youth Myth Busters mezinárodní partnerství vypracovalo tento dokument s cílem doporučit osvědčené postupy, metodiky a inovace na podporu občanské a politické angažovanosti mladých lidí (v etn NEET).

Doporučení z poslední kapitoly byla formulována všem klíčovými aktéry zapojenými do komunikačního svazku na různých úrovních: autorům a příjemcům zpráv, osobám s rozhodovacími pravomocemi, pedagogům a pracovníkům s mládeží. Jednalo se o doporučení o tom, jak zlepšit digitální gramotnost mladých lidí a podporovat spolupráci v boji proti falešným zprávám a propagandě v médiích.

Tento dokument také představuje, jako nejlepší příklad, online kampaň na boj proti falešným zprávám, kterou vedou mladí lidé s cílem inspirovat představitelů komunity, učitele, pedagogy a politické činitele.

2. Shrnutí projektu YMB

Mladí lidé ve věku 15 až 20 let nebo lidé mimo vzdělávací systém, kteří nepracují a ani se nezaměstnávají (NEETs), se podle Eurofoundu méně zajímají o politiku (pouze [28,7 %](#)), vypovídají menší tendenci volit a prokazují nižší společenskou úroveň (26,7 %), než jiní. Zvyšující se používání internetu a sociálních médií zároveň vytváří nové [cesty](#) k politické a občanské úrovni. Platformy sociálních médií na jednu stranu nabízí mnoho demokratických výhod jako je více interakce s politiky, povzbuzování volební úasti a dávání hlasu lidem s rozmanitými a menšinovými názory. Na druhou stranu tato média umožnila rozšíření politických protestů, misinformací, nenávistných projevů a propagandy.

Pokud navíc vezmeme v potaz, že [pandemie COVID 19](#) urychlila nárůst misinformací a falešných zpráv, je nyní obzvláště důležité mluvit o falešných zprávách, o tom, jak je identifikovat, odhalit jim a jak se lidé proti nim mohou bránit.

V tomto kontextu, podněcováním mladých blogerů k zaujetí rolí lídrů a povzbuzováním svých vrstevníků, kteří se ocitají v riziku sociální exkluze (především NEETs), Youth MythBusters cílí k podpoře občanské a politické úasti NEETs a k boji proti falešným zprávám, manipulaci a propagandě.

Tento projekt k dosažení svého cíle vyvinul program budování kapacit pro mladé influencery s cílem připravit je k zaujetí role mladých lídrů a k podněcování svých vrstevníků k občanské a politické angažovanosti. Účastníci též vyvinuli e-learningovou platformu pro zlepšování dovedností mladých lidí, kteří chtějí odhalit falešným zprávám, tedy sadu nástrojů, která mladé vede k organizaci týmů a akcí Myth Busters, a rovněž dokumenty s doporučením strategií na národní a evropské úrovni o tom, jak mohou politici a intelektuálové navýšit občanskou a politickou úast a zároveň odhalit falešným zprávám.

E-learningová platforma je dostupná na následujícím odkaze: <https://elearning.youthmythbusters.eu/>. Platforma je bezplatná a obsahuje dvě sekce: jedna pro mladé lídry (tedy lidé, kteří jsou již zkušenější v odhalování falešných zpráv) a jedna pro mladé lidi, kteří si chtějí obohatit znalosti ohledně vzdorování falešným zprávám a chtějí být více aktivními občany. Tato platforma dále slouží jako online prostor, kde mohou mladí lidé komunikovat s mladými influencery s cílem ustanovit silnou síť pro spolupráci.

Hlavní instruktážní program je cílený na mladé lidi a obsahuje následující online moduly:

- Mediální gramotnost
- Občanská a politická angažovanost
- Chování mediálních influencerů
- Odhal podvodů
- Nenávistné projevy

Účastníci mají po dokončení všech kurzů možnost stáhnout si online certifikát.

Tento obsah je dostupný v angličtině, španělštině, italštině, češtině a maďarštině.

3. Občanská a politická angažovanost mládeže v partnerských zemích

V této kapitole chceme poskytnout pohled na občanskou a politickou angažovanost a mediální gramotnost mládeže v partnerských zemích.

Česko

Po finanční krizi v roce 2008 se ti hlavní skupiny mládeže otevřely populistické rétorice kvůli svému nedostatečnému zapojení do politiky a obavám o fungování EU: chudá děti, nízká úroveň vzdělání, mladí nezaměstnaní a NEETs. Tito lidé jsou zklamaní politickými stranami, nemají důvěru v instituce a neprojevují o politiku zájem.

Kromě toho postihla chudoba populaci mladých lidí v Evropě a to hlavně v Česku, zejména proto, že 38,1 % mladých lidí žije v riziku chudoby a sociální exkluze (Eurostat, 2019). Tato situace výrazně zhoršuje aktivní účast mladých lidí ve společnosti, protože se cítí být izolovanější a vyloučenější.

Součástí jsou v nejtěžší pozici NEETs, kteří jsou i nadále sociálně nejzranitelnější skupinou v Evropě. Zejména je u nich větší pravděpodobnost sociální exkluze, špatné předpoklady budoucnosti, protože se neúčastní zaměstnání, vzdělávání nebo odborné přípravy. V roce 2015 bylo 12 % všech mladých lidí NEETs, avšak v Itálii a Česku podíl NEETs překročil 23 %.

V této souvislosti je třeba poznamenat, že účast mládežnické populace v Česku ve volbách do EU v roce 2015 klesla pod průměr EU. Ve skutečnosti k volbám šlo 66 % populace mládeže, zatímco průměr EU byl 68 % (EK, Zapojení, propojení a posílení postavení mladých lidí: Nová strategie EU pro mládež, 2017).

Podle průzkumu zveřejněného Evropskou mládeží v září 2017 (Flash Eurobarometer 455) však reakce české populace mládeže prokázaly nárůst její účasti na dobrovolnických aktivitách a projektech zaměřených na podporu spolupráce s mládeží z jiných zemí.

Navzdory skutečnosti, že česká mládež se potýká s důsledky nedávné finanční krize, zapojila se do řady projektů na podporu občanské účasti; stále je však před námi mnoho práce.

Jednou z iniciativ, které přispívají k tomuto úsilí a k posílení postavení mládeže v Eecku, je „Strategický rámec pro posílení postavení mládeže“, což je výzva k povzbuzení místních společností v zemi s cílem vytvořit prostředí, které poskytuje lepší příležitosti pro všechny mladé lidi.

Boj proti falešným zprávám je jedním z nejnárovnějších problémů, se kterými se dnes svět potýká. Je to problém, který se týká nás všech. Je o to důležitější po pandemii Covid-19 a stále rostícím používání sociálních médií. Studie ukázaly, že sociální média šíří falešné zprávy rychleji, než skutečné příběhy. Zejména na Twitteru je podle průzkumu zveřejněného MIT o 70 % pravd podobnější, že budou retweetovány falešné zprávy, než skutečné příběhy.

Život v digitální éře zároveň znamená, že lidé tráví mnoho času online. Podle Eurostatu má 53 % evropské populace ve věku od 16 do 74 let alespoň jeden účet na sociálních médiích. Toto procento v populaci mládeže (mládež ve věku od 16 do 24 let) v Eecku je 90 %, což přesahuje průměr EU 87 %.

Kypr

Politické zřízení Kypru se vyznačuje velmi dobře rozvinutým silným stranickým systémem, který prostupuje většinu společenských institucí v oblasti občanské a politické angažovanosti kyperského obyvatelstva. Tento typ politické organizace podporuje hierarchickou a filtrovanou vzájemnou vazbu zdola nahoru. V posledních dvou desetiletích přinesla poliferace internetu a sociálních médií smíšené výsledky, protože větší odpovědnost a přístupnost politiků skrze bezprostřední sociální média je vyváženo dezinformacemi, rozptýlením a senzacionalizací.

Podle studie Global Youth Development Index 2020 při organizaci Commonwealth je Kypr na 18. místě ze 181 zemí na základě různých ukazatelů. Podle tohoto indexu kyperská mládež však „... zaujímá 41. místo ve vzdělávání, 22. místo v zaměstnání a příležitostech, 28. místo v oblasti rovnosti a začleňování, 16. místo v oblasti zdraví a pohody, 41. místo v míru a bezpečnosti a 88. místo v politické a občanské úasti“. Vysvětlení této mezery lze najít v tradičním rámci politické úasti, patrně zejména ve volební neúasti, která ve všech volbách v desetiletí 2009-19 dosahovala negativních výsledků. Úast u voleb, zejména mladých lidí, je velmi znepokojivá, neboť úast v nejdůležitějších občanských odpovědnostech, jakož i povdomí, zapojení a důvěra v politické zřízení, jsou velmi nízké.

Kyperská mládež, definovaná jako lidé ve věku od 18 do 29 let, by jistě měla získat ze smysluplné politické úasti, nebo problémy jako nedostatek pracovních příležitostí, neinnost v oblasti klimatické změny, nerovnost, politické rozdělení, korupce, snižující se podpora vlády a problémy ohrožující svobodu řeči, se staly hlavním problémem druhé dekády 21. století.

Stejně jako u více společností, internet dal vzniknout online komunitám, které jim umožnily povstat a protestovat, čímž byla politickým stranám odebrána část moci a kontroly. V posledních dobách bylo spontánně zorganizováno mnoho protestů ve prospěch opatření pro boj proti změně

klimatu, lidských práv (LGBTQI, uprchlíci), proti politicko-ekonomické korupci a pro podporu sjednocení ostrova. Na druhé straně vzestup online nenávisti a násilných zločinů vytlačil do popředí také mladistvou, extrémně pravicovou část populace.

Jednou z hlavních překážek, které brání občanské úasti mládeže, je nedostatek participativního přístupu k budování nezbytných politických dovedností (kritické, digitální, rétorické gramotnosti) potřebných pro konstruktivní politické zapojení. Může za to nedostatek vládního zájmu o vytvoření demokratického a informovaného obyvatelstva prostřednictvím formálního a neformálního vzdělávání, praktické zapojení a viditelný dopad v místních komunitách a neochota vládních institucí skutečně plodně a konstruktivně konzultovat se svými občany. Přístupy jsou v rámci mládežnických organizací obvykle spíše formulaické, statické a didaktické než autentické, dynamické a dialektické. Může za to také kultura rodiny, kde je poslušnost cennější než poctivost, kritické vyjádření a debata v bezpečném prostoru.

Itálie

V Itálii zákon 145/2018 definoval Národní radu mládeže (CNG) jako „poradní a zastupitelský orgán“ a stanovil, že „dává slyšet otázkám, které předseda Rady ministrů nebo delegovaná politická autorita považuje za vhodné předložit jeho zkoušce.“ Podobně si všichni ministři mohou vyžádat stanovisko CNG k „záležitostem a opatřením, které mají dopad na mladší generace“.

V posledních deseti letech Národní fórum mládeže, zastupující orgán nejvýznamnějších italských sdružení mládeže, dále sledně provádělo konzultativníinnost mladých generací o nejdležitějších otázkách, které mladé lidi zajímaly a do kterých investovaly. Tato aktivita byla realizována také díky neustálé podpoře odboru politiky mládeže a univerzální občanské službě, který prostřednictvím konkrétních dohod financuje projekty konkrétně zaměřené na zjišťování orientace mladých lidí.

V současné době je mezinárodně uznáváno, že dnešní italská mladá generace se o politiku ve srovnání s předchozími generacemi zajímá méně. Obvykle bývala poskytována dvě přesvědčivá vysvětlení: na jedné straně byl nižší zájem o politiku a politická úast mladších generací vysvětlována jako důsledek obecnějšího snížení politické angažovanosti, které je běžné v západních zemích a napří generacemi (tzv. teze poklesu); podle teze nahrazení se na druhou stranu to, co se jeví jako zjevné snížení, je ve skutečnosti transformace zpusobu, jakým politickou úast vyjadřují mladší generace. I když se zdráhají vstoupit do politických stran a zapojit se do jiných forem institucionální úasti, mládež vždy přitahují dobrovolná sdružení, společenská hnutí a další občanská sdružení.

V takzvaném „paradoxu úasti mládeže“ avšak spolu s úpadkem formálních (nebo konvenčních) způsobů úasti v posledních letech došlo k nárůstu neformálních (nebo nekonvenčních) forem úasti.

Výzkum v této oblasti ukazuje, že mladí lidé v Itálii vyjadřují svůj politický zájem mnoha různými způsoby, například podporou neformálně organizovaných kampaní nebo účastí na populárních protestech.

Nekonvenční účast také probíhá v digitálním prostředí a je vyjádřena mnoha různými způsoby, od účasti na politických diskusích v komunitách, přes podepisování peticí až po zveřejňování politických komentářů na sociální síti.

V Itálii je podle údajů, které ve své výroční zprávě „Digital 2020“ uvádí agentura *We are social*, téměř 50 milionů uživatelů, kteří denně surfují na internetu, a 35 milionů aktivních uživatelů sociálních kanálů.

Zejména využívání internetu mladými lidmi je obzvláště vysoké: údaje z nejnovější zprávy OECD „Výhled digitální ekonomiky 2020“ ukazují, že v okamžiku prvního přístupu k internetu se v posledních letech snížil téměř ve všech zemích OECD.

Tato situace se odráží také ve výroční zprávě ISTAT „Občané a ICT 2019“ (Cittadini e ICT 2019), ve které je situace celkového nedostatku pípsavy dívek a chlapců na v domý pohybu ve svém prostoupeném technologiemi.

Procentní podíl uživatelů internetu je velmi vysoký u vřkové skupiny 6-14 let (75 % používání) a zvyšuje se u vřkových skupin 15-19 (94,1 %) a 20-24 (94,2 %).

Data ISTAT také ukazují, že bez ohledu na použité zařízení velmi málo procent používá webkení novin a online časopis, shromažďování informací (39,9 % pro děti ve věku 14-17 let a 52,8 % pro děti ve věku 18-19 let) s prevalencí dívek v obou věkových skupinách.

Můžeme tedy dospět k závěru, že občanskou a politickou angažovanost italských mladých lidí v posledních letech lze definovat jako „on-life“, což je interpretace reality, která chápe neoddelitelnost online a offline dimenzí s cílem překonat tuto dichotomii.

Nepřetržitý vzájemný odkaz mezi těmito dvěma dimenzemi potvrzují samotní mladí lidé, kteří používají média a platformy náležející do obou dimenzí, přecházejí z jedné do druhé plynule, kombinovaně, využívají je, ať jsou samy, podle svých potřeb a zájmů. Dělají to hlavně proto, aby sdíleli zkušenosti, rozšířili svou síť, navazovali nové známosti, informovali se o společenských problémech, ale také aby se organizovali a jednali. Infosféru vnímají italská mladí lidé jako informační a participační nástroj, jako prostor příležitostí, prostřednictvím kterého mohou vyjádřit své osobní názory, šířit je a tím ovlivňovat ostatní lidi. Aby byl tento postoj

maximálně využít, je nezbytné posílit dovednosti mladých lidí, od sociálních až po digitální dovednosti, aby mohli také bezpečně, v domě a participativně experimentovat s novými formami učení a života.

eská republika

Otázka obanské a politické úasti v České republice se v posledních letech stala jedním z důležitých témat. Nová generace mladých lidí má dobré základy, které by mohly pomoci rozvíjet aktivní občanskou společnost. Mezi nimi je relativně vysoká úroveň vzdělání, relativně dobrá životní úroveň a existence silné střední třídy. Nejaktivnějším způsobem občanské úasti u mladé generace je úast v některém z občanských sdružení. Nejaktivněji nabízí mladým lidem aktivní program trávení volného času. Tento způsob zapojení střední třídy a mládeže má v České republice dlouhou tradici.

Český vzdělávací systém nabízí mladým lidem možnosti občanské úasti již od útlého věku. Projekt Národního parlamentu střední třídy a mládeže pokrývá strukturu České samosprávy na školní, obecní a regionální úrovni a je přítomen na základních a středních školách. Hlavní myšlenka projektu je realizována od nejnižších struktur přes školní parlamenty/obce/rady. Občanskou úast na univerzitách zastupují akademické senáty. Tento typ samosprávy má dvě komory, jednu tvoří učitelé a druhou studenti. Volby probíhají podle stanov akademického senátu. Studenti a učitelé mohou volit své zástupce do akademického senátu hlasováním ve volbách. V tomto případě je možné úastnit se také udělením mandátu voleným zástupcem, kteří mají právo jednat jménem své skupiny. Senáty na svých jednáních diskutují o aktuálních problémech a snaží se najít vhodná řešení. Obecní mají senáty poměrně velké pravomoci, vždy záleží samozřejmě na konkrétní škole a regulaci jednotlivých pravomocí.

Mladí lidé jsou také zapojeni do různých politicky orientovaných organizací. Obvykle se jedná o občanská sdružení, která se politicky orientují podle vzoru politických stran, ke kterým se ideologicky naklání. Členové těchto organizací se obvykle stávají členy oficiálních politických stran a angažují se alespoň v komunální politice. Úast v politickém sdružení mládeže otevírá příležitosti pro další kariéerní postup v politice.

Přestože zájem o občanskou a politickou úast v České republice roste, stále zůstává nízký. Mezi hlavní problémy a omezení patří:

- 1) Nedostatečné a omezené informace o možnostech úasti: Podle výzkumu si více než polovina mladých lidí myslí, že nejsou dostatečně informováni o možnostech úasti, a více než polovina mladých lidí má o tyto informace zájem.

-) Nedostatek zájmu o iniciativy a občanskou angažovanost: Většina mladých lidí považuje občanskou angažovanost a politickou účast za zbytečnou a neúčinnou, která je pouze „ztrátou času“, a proto se do ní nezapojují.
-) Vliv rodičovství, vzdělání a rodinných příslušníků.
-) Předsudek o nemožnosti něco ovlivnit a změnit.
-) Komunistická historie země: V historii země není žádný důvod, že by vláda měla zasahovat do věcí, které se ho přímo netýkají.
-) Negativní vliv médií: Česká sociální média nepodporují dostatečnou občanskou a politickou účast, avšak existuje naděje, že by se to v budoucnu mohlo změnit.

Maarsko

Statistiky ukazují, že Maarsko dosahuje nad evropský průměr pokud jde o osoby předčasně ukončující školní docházku nebo NEETs (Eurostat 2019), ale níže v testech PISA (PISA 2018), což ukazuje na problémy ve vzdělávacím systému. Riziko chudoby, nezaměstnanosti nebo sociální exkluze je mezi osobami, které předčasně ukončují školní docházku, vyšší, a proto si EU stanovila cíl snížit podíl osob, které předčasně ukončují školní docházku (ve věku 18-24 let), na 10,0 % do roku 2020. S 12 % je toto číslo v Maarsku nadprůměrné. Studenti v Maarsku dosáhli nižšího skóre než průměr OECD ve větině, matematice a přírodních vědách. Testy PISA ukazují, že pouze jeden z deseti patnáctiletých dokáže odlišit fakta od názorů v zemích OECD.

Výše uvedené problémy se ještě zhoršily v důsledku povinné školní docházky snížené na 16 let, což mělo za následek další zaostalost znevýhodněných mladých lidí a prohloubení sociálních rozdílů.

V rámci zákona o národním veřejném vzdělávání existuje pozitivní praxe jako součást povinných úběných osnov středního vzdělávání, a sice školní veřejně prospěšná práce, při které předpokladem pro získání osvědčení o ukončení střední školy je 50 hodin veřejně prospěšných prací. Komunitní služba je organizovaná individuální nebo skupinová aktivita v osmi oblastech: vzdělávání, životní prostředí, zdravotní péče, kulturní a společenský prospěch, sociální a charitativní, obnova po katastrofách a osoby se zdravotním postižením. Práce musí sloužit komunitě, není financována a je pedagogicky podporována. Tímto způsobem se žáci spojí s maarskými organizacemi občanské společnosti a stanou se aktivními ve zvoleném oboru. Pro mladé to, doufejme, znamená celoživotní zkušenost a dlouhodobě podporuje aktivnější zapojení mládeže.

Podle mezinárodního výzkumu nese však maarská mládež největší nevěřivost a předsudky vůči všem různým druhům menšin. Komunikaci proti migraci a různým menšinovým skupinám

(např. komunity LGBTQI+, romské menšiny) bohužel vedou média ovládaná propagandou centrální vlády, která silně ovlivňuje názory těch, kdo jsou k ní vnímaví a méně informovaní.

Pokračující nenávistná vládní komunikace, demontáž demokratických institucí, xenofobie a zastrašování v mnoha případech vedou k tomu, že se mladí lidé stáhnou do vlastního světa nebo utečou do zahraničí, což znamená, že se ještě méně mladých lidí stane aktivními občany v Maarsku.

Průzkumy ukazují, že vysokoškolští studenti po celé Evropě, včetně Maarska, jsou mnohem aktivnější, než jejich vrstevníci s nižším vzděláním a poptávka po občanské úasti mezi těmi s vyšším vzděláním obvykle zůstává vyšší. Potéba získat zkušenosti v zahraničí a účastnit se mezinárodních projektů je také běžnější mezi vysokoškoláky.

Většina mladých lidí si uvědomuje nebezpečí falešných zpráv a online obtěžování v Maarsku, přesto se nebojí, že by se sami mohli stát obětmi. Je však důležité zdůraznit, že tyto znalosti obvykle nezískávají ve škole, ani od svých rodičů. Rovněž existují velmi velké rozdíly ve vzdělání a v domém používání internetu a mediální gramotnosti v závislosti na úrovni vzdělání a sociální situaci. Pedagogové a rodiče mají velkou zodpovědnost pomáhat mladým lidem rozvíjet tyto schopnosti.

Kvůli epidemii Covid-19 se do popředí dostaly falešné zprávy, včetně zpráv proti očkování. To přimělo vládu, aby přijala opatření, a byla přijata novela trestního zákoníku, aby povolaný orgán mohl v odvodných případech stíhat producenty falešných zpráv. Na jaře 2020 v souvislosti s epidemií Covid-19, kdy bylo zveřejněno mnoho falešných zpráv, bylo do trestního zákoníku zahrnuto zastrašování. Ten, kdo bude tvrdit nebo šířit nepravdivou skutečnost spojenou s vešnou nouzí, může za tento zločin být potrestán až třiletým odnětím svobody (paragraf 337 maarského trestního zákoníku).

Šíření falešných zpráv spojených s epidemií tak zároveň přineslo mladým lidem větší povědomí o identifikaci falešných zpráv, důležitosti kontroly faktů ve zprávách a kritickém myšlení.

4. Metodologie Youth Myth Busters

Tato kapitola p ináší pohled na to, jak byla v partnerských zemích strukturována a implementována metodika projektu Youth Myth Busters. Postupy testované b hem implementace jsou n kterými z nejlepších vyvinutých metod k vytvá ení projektu pro mládež k boji proti falešným zprávám, propagand a projev m nenávisti.

Široké využívání sociálních médií mládeží a skute nost, že sociální média hrají d ležitou roli p i ší ení falešných zpráv, byly jedním z d vod , pro aktivovat mládež v tomto úsilí proti falešným zprávám a tím zvýšit jejich ob anskou angažovanost.

Ve všech zemích partne i spolupracovali s mladými influencery a mladými lidmi (celkem 25-30 lidí), aby dosáhli dvojího cíle:

- ✓ Bojovat proti falešným zprávám
- ✓ Zvýšit ob anskou a politickou angažovanost mládeže

Všichni partne i zahájili projekt vytvá ením sítí, online školeními a workshopy na platform (<https://elearning.youthmythbusters.eu/>), vysv tlením o ekávání, p íležitostí a toho, jak by týmy Youth Myth Busting m ly spolupracovat v boji proti falešným zprávám.

Nejv tší výzvou pro všechny p i realizaci projektu bylo udržet mladé lidi se zájmem a zapojením v online aktivitách. Nedostatek osobní komunikace a digitální p emíra zp sobená lockdownem Covid-19 ješt více ztížily udržení zájmu.

Pro poko ení této výzvy m li partne i r zná ešení.

KMOP ve spolupráci s mladými influencery a národním poradním sborem uspo ádal online workshopy a vym oval si e-maily, aby udržel ú astníky aktivní, podpo il je b hem celé implementace projektu a poskytoval jakýkoli druh podpory, kdykoli to bylo pot eba. KMOP doporu il ú astník m používat online nástroje k vytvá ení fotografií, videí a memes s cílem zvýšit pov domí o d ležitosti boje proti falešným zprávám, propagand a nenávistným projev m online. Obecný p ístup v tomto postupu stanovený mladými influencery a národním poradním sborem byl prohlášen, že „5G ší í Covid-19“. Všechny MythBusting Teams spolupracovaly na vytvo ení originálního obsahu, který by toto prohlášení ešil. Toto téma udrželo zájem ú astník aktivní, protože šlo o p etrvávající problém, který se týká nás všech.

Youth Included cílili na mikroblogery z Instagramu a Facebooku, protože jsou blíže svému publiku, a komunikují p ímo se svými sledovateli. Hledali blogery, jejichž sféra zájm se dotýkala

témat jako politika, feminismus, udržitelný rozvoj, ekologie, vzdělávání, média atd. Pandemie Covid-19 přinesla našim influencerům spoustu materiálů a témat z oblasti falešných zpráv, propagandy atd.

V **Maarsku** díky vybudování struktury, ve které byli mladí lidé vedeni mladými influencerky a lídry (vysokoškoláky), nebyli účastníci vedeni od dospělými, ale svými vrstevníky. Celý proces trval 3 měsíce, pokračoval přípravou mladých vedoucích, pokračoval vyhledáváním a organizováním členů skupiny mladých lidí, následovala tvorba přítomnosti mladých lidí a nakonec skončila prezentací vytvořených produktů. Zaměstnanci **Cromo** se setkávali s mladými lídry na dvoutýdenní bázi, zatímco mladí vedoucí byli v týdenním kontaktu s mladými členy týmu prostřednictvím sociálních médií. Celý proces byl kvůli situaci s koronavirem implementován online. To však umožnilo účast mladých lidí z celé země a znamenalo to, že součástí projektu byla i méně privilegovaná mládež.

Podobně v **Itálii** bylo pro implementaci projektu klíčovými 5 mladých ovlivňujících osob. Díky jejich různým povahám, zájmům a online komunitám jsme mohli aktivovat NEETs a další mladé lidi jak v online školení o platformách, tak v soutěži proti falešným zprávám, propagandě a online projevům nenávisti. Vzhledem k omezením pandemie Covid-19 byly všechny činnosti projektu prováděny online. Světovou stránkou této situace však bylo, že se projektu mohli účastnit mladí lidé z různých italských měst. Mladí influencerové i skvěle podporovali účastníky poskytováním nápadů a osobních kontaktů, aby byli zapojeni a ochotni získat více informací.

Na **Kypru** byly dvě hlavními tématy řešenými týmy Youth Myth Busters konspirační spojení mezi instalací mobilních internetových antén 5G a vypuknutím Covid-19 a populární nenávislný mýtus o líných uprchlících, který ospravedlnuje nacionalistické, xenofobní a misantropické politické praktiky vůči lidem, jejichž život byl převrácen vzhůru nohama. **CARDET** poskytl influencerům a mládeži technické možnosti, jako je tvorba videa, titulkování a vytváření plakátů pro sociální média. Obecně platí, že podrobovat mládež indoktrinaci prostřednictvím abstraktního myšlení není vítanou strategií na podporu zapojení. Angažovanost vyžaduje rozvoj a spolupráci mnoha praktických dovedností a kompetencí spolu s několika pokusy a omyly s konstruktivní podporou a usnadněním.

Stručně řečeno, všichni partneři našli způsoby, jak zapojit a udržet zájem mladých lidí o sběr a identifikaci falešných zpráv a úspěšně ve svých kampaních zaměřených na boj proti falešným zprávám, propagandě a manipulaci. Příležitosti se však objevily také kvůli lockdownu. Účitelé využili příležitosti, aby nás oslovili, hledali neformální digitální vzdělávací témata, aby obohatili svůj distanční digitální školní program. Vstupním bodem byla platforma e-learningu YMB, což je online nástroj pro rozvoj dovedností vytvořený za účelem podpory občanského a politického závazku a boje proti falešným zprávám, manipulaci a propagandě. Po absolvování online lekcí se mladí lidé více spojili s tématy mediální gramotnosti a snadněji se zapojili do našeho programu.

Další společnou výzvou ve všech zemích bylo, že mnoho mladých lidí se nepovažuje za influencers-ovlivovatele a této odpovědnosti se vyhýbá. Lidé instinktivně chápou tuto odpovědnost implikovanou povoláním influencera, nebo proto byl termín influencer „stigmatizován“ konkrétním segmentem vizuálního internetu, konkrétně módními, hudebními a tanečními vlogery. Museli jsme se poté zapojit do diskuse o tom, jak se naše osobní a digitální identita spojila a že jednoznačně každý, kdo má sociální kruh větší, než jeho rodina, je ve své podstatě influencerem-ovlivovatelem prostřednictvím svých sdílení, příspěvků, lajků a komentářů.

5. Nejlepší produkt YMB

Mezinárodním publikem byla vybrána Instagramová kampaň Hungarian Urban Legends vedená mladým influencerem Csenge Hajszán. Tým čtyř mladých lidí, Patrícia Szalai, Marcell Szabó, Angelika Butty a Fanni Vida, se rozhodl vytvořit stránku na Instagramu a spustit kampaň na zajímavé městské legendy z Maarska i ze zahraničí.

Důvodem jejich volby bylo, že se jim zdálo vzrušující a zajímavé, že tolik lidí by mělo být spojeno s konkrétním městem. Díky této instagramové kampani lépe poznali svá vlastní i cizí města. Pro zveřejnění kampani upřednostnili Instagram, protože Instagram je nejsledovanější / nejkvalitnější internetovým fórem pro mládež.

Kampaň si můžete prohlédnout zde: <https://www.instagram.com/varosi.legendak/>

Celkem 8 příspěvků sdílených v březnu 2021 se líbilo 361krát. Stránka má v tuto chvíli 94 sledujících. Příspěvky jsou psány v maarském a anglickém jazyce. Tým pracoval každý týden online a stal se skutečným týmem se sdílenými povinnostmi.

Přítelná porota (národní poradní sbor a odborníci) týmu udělila 91/100 bodů, přičemž zkoumala následující kritéria:

-) korespondence s tématy Akce mýt (5 bodů)
-) komunikativní efektivita (5 bodů)
-) originalita předmětu (5 bodů)
-) kvalita realizace (5 bodů)

Jako maarská vítězka kampaň se zúčastnila soutěže European Audience Award po předání tímto partnerem.



6. Doporučení

Doporučení jsou určena r zným zú astn ným stranám a initel m s rozhodovacími pravomocemi na mezinárodní úrovni o tom, jak mohou podporovat boj proti falešným zprávám, jak mohou zvýšit občanskou a politickou angažovanost mládeže nebo jak mohou občinnosti kombinovat.

Pro zvýšení odolnosti společnosti vůči dezinformacím, jak je uvedeno v závěrečné zprávě skupiny odborníků na vysoké úrovni o falešných zprávách a dezinformaci online, je důležité:

1. zvýšit transparentnost online zpravodajství zahrnující adekvátní sdílení údajů o systémech, které umožní jejich šíření online, v souladu s ochranou soukromí;
2. podporovat mediální a informační gramotnost v boji proti dezinformacím a pomáhat uživatelům orientovat se v prostředí digitálních médií;
3. vyvinout nástroje pro posílení postavení uživatelů a novinářů v boji proti dezinformacím a podpořit pozitivní zapojení rychle se vyvíjejících informačních technologií;
4. zajistit rozmanitost a udržitelnost evropského ekosystému zpravodajských médií a podporovat pokračující výzkum dopadu dezinformací v Evropě s cílem vyhodnotit opatření přijatá r znými aktéry a neustále upravovat nezbytné reakce.

Doporučení pro příslušné vládní orgány/ Evropský parlament:

1. Povzbuzovat úřady k provádění kampaní na zvyšování povědomí o důležitosti aktivního občanství.
2. Povzbuzovat a podporovat odborníky ze škol, vedoucí mládežnických organizací atd. k organizaci mimoškolních aktivit zaměřených na podporu občanské angažovanosti a boj proti xenofobii a falešným zprávám.
3. Zahájit kampani o tom, jak identifikovat falešné zprávy, propagandu, manipulaci a jak kontrolovat zdroje a hlásat falešné zprávy. Tyto kampani musí být snadno srozumitelné a široce dostupné.
4. Příslušné úřady by měly často spouštět informační kampani o tom, jak zabezpečit naše osobní údaje. Tyto kampani musí být snadno srozumitelné a široce dostupné.
5. Veřejné orgány by měly poskytnout prostředí umožňující podstatnou pluralitu médií kombinací de facto a de jure ochrany základních práv na svobodu projevu a roznorodých informací, v etně vhodných formách podpory médií soukromého sektoru a podpory prokazatelně nezávislé veřejné služby média, která mohou pomoci vytvářet kvalitní informace, bojovat proti dezinformacím a zvyšovat mediální a informační gramotnost.
6. Prostředky na vzdělávání lidí o tom, jak identifikovat falešné zprávy, kontrolovat zdroje a hlásat falešné zprávy, by měly být dostupné pro neziskové organizace působící v této oblasti.

Doporučení pro mediální organizace/technické společnosti/platformy

1. Doporučuje se, aby mediální organizace a technické společnosti nabízely uživatelsky přívětivé reportovací stránky pro hlášení falešných zpráv, propagandy, nenávistných

projev a manipulace. Při nahlašování falešných zpráv je vyžadován jasný proces a zpětná vazba.

2. Technické společnosti/platformy musí převzít odpovědnost a zodpovídat za informace na svých stránkách. Potřebují zabránit šíření falešných zpráv a nenávistných projevů na sociálních sítích, které spravují, a sankcionovat je. Tam, kde je to vhodné, by měly poskytovat uživatelsky přívětivé nástroje, které uživatelům umožní propojení s důvěryhodnými zdroji ověření faktů a umožní uživatelům uplatnit své právo na odpověď.
3. Jsou zapotřebí další kampaně o důležitosti a praktickém používání nástrojů pro nahlašování falešných zpráv, propagandy, nenávistných projevů a manipulace, které by měly být rozšířeny mezi mladé lidi.
4. Moderace komentářů na sociálních sítích a odstraňovat a nahlašovat projevy nenávisti, falešné zprávy a manipulaci.
5. Přizpůsobení své reklamní politiky, včetně dodržování zásady „následovat peníze“ a souhlasným zabraňováním pobídkám, které vedou k dezinformacím, tak, aby odrazovali šíření a rozšiřování dezinformací za účelem zisku. Tyto zásady musí být založeny na jasných, transparentních a nediskriminačních kritériích.
6. Zajištění transparentnosti a veřejné odpovědnosti, pokud jde o zpracování údajů uživatelů pro umístění reklamy, s náležitým ohledem na soukromí, svobodu projevu a pluralitu médií.
7. Zajištění toho, aby sponzorovaný obsah, včetně politické reklamy, byl vhodně odlišen od jiného obsahu. Na digitálních stránkách a video kanálech (např. YouTube) by neměly být vedeny žádné politické kampaně.
8. Podporovat influencers, aby reprezentovali sociálně a environmentálně významná témata (podobně jako strategie CSR nadnárodních společností), aby součástí konkurence influencerů byla i ekologie / sociální povědomí.
9. Pravidelně se účastnit školení v zájmu zlepšení své dovednosti v boji proti falešným zprávám, nenávistným projevům a manipulaci online.
10. Vzdělávat alespoň jednu osobu v redakci, aby byla zodpovědná za kontrolu odkazů před sdílením online.
11. Měla by být rozvíjena spolupráce více zúčastněných stran s cílem nezávisle identifikovat, monitorovat, dokumentovat a upozorňovat občany na nepátelské „informační operace“, a už z cizích států nebo domácích skupin (zejména před volbami).
12. Platformy by měly umožňovat přístup k údajům za účelem provádění nezávislých šetření, auditů a výzkumu inzerentů závislých na proprietárních médiích a datových infrastrukturách s cílem zajistit transparentnost a autentičnost informačních zdrojů a vytvořit tak lépe informované evropské občany.
13. Nezávislá zpravodajská média, ověřitelé faktů a specialisté na ověření by měli i nadále investovat do platform a spolupracovat s nimi na vývoji technologií pro efektivnější monitorování sociálních proudů, provádět kontrolu zdrojů, zjišťovat povědomí obsahu a forenzně analyzovat obrázky a videa v měřítku a rychlosti, bojovat proti

dezinformacím (včetně případů, kdy jsou publikovány ve sdělovacích prostředcích) a dokumentovat a zveřejňovat výsledky.

14. Spolupráce mezi sdělovacími prostředky, technologickými společnostmi, organizacemi občanské společnosti a výzkumnými pracovníky na transparentním vývoji a zavádění standardů stejných aplikovaných strojově zpracovatelných signálů, které pomáhají rozpoznat důležitý a důležitý obsah, přičemž je třeba mít na paměti, že jednotlivci a organizace jsou v konečném důsledku zodpovědní za vývoj a provoz technologických řešení.
15. Vzdělávací instituce, sdělovací prostředky a veřejné orgány by měly investovat do nezávislého úsilí v oblasti digitálních médií a informační gramotnosti (MIL) s cílem zvýšit povědomí a porozumění médiím a informacím, digitálními technologiemi a analýze dat. Toto úsilí by mělo být diferencováno pro různé demografické skupiny a mělo by být schopné elit nerovnostem v tom, jak dobře jsou různí evropští občanské schopni plně využívat digitální média. Online platformy by měly usnadnit nasazení takového úsilí vývojem příslušných nástrojů, optimalizovaných pro specifické vlastnosti jejich služeb.
16. V evropských centrech by se mělo investovat do interdisciplinárního, praktického, věcného a dostupného nezávislého výzkumu založeného na důkazech o problémech dezinformací a do důsledného hodnocení účinnosti, účelnosti a vhodnosti nasazených reakcí.
17. S výhradou financování, zejména z vnějších zdrojů, pokračovat v investování do kvalitní žurnalistiky a vybavit redakci profesionálními nástroji pro automatické ovládání obsahu pro audiovizuální a textové zprávy šířené online.
18. Zajistit nejvyšší úroveň dodržování etických a profesionálních standardů, abyste udrželi pluralitní a důležitý ekosystém mediálních médií.

Doporučení pro vysoké školy / univerzity / střední školy / střední odborné školy

1. Občanská a politická angažovanost musí být součástí povinných učebních osnov a musí být navržena se zapojením mladých lidí, aby se nová generace socializovala, aby se aktivně účastnila ve svých komunitách, což se týká boje proti falešným zprávám, propagandě a nenávisným projevům.
2. Jako součást povinných učebních osnov se navrhuje výuka základní mediální gramotnosti a dovednosti kritického myšlení.
3. V každé škole by měl být specialista na oblast online obtěžování a kyberšikany, například školní psycholog absolvující další vzdělávání v těchto oblastech.
4. Mediální organizace by měly spolupracovat s organizacemi občanské společnosti a akademickou obcí s cílem formulovat a implementovat přístupy k mediální a informační gramotnosti specifické pro jednotlivé věkové kategorie, pro všechny věkové kategorie, přičemž by měly pokračovat ve svých projektech mediální gramotnosti ve spolupráci se školami a dalšími vzdělávacími institucemi, které se zaměřují na mladší generace.

Doporučení pro mládežnické organizace

1. Mládežnické organizace by měly sdílet znalosti o tom, jak se vypořádávat s falešnými zprávami a propagandou.
2. Měly by spolupracovat a vytvořit mezinárodního „hlídacího psa“ a poradenskou platformu pro vzdorování falešným zprávám.
3. Měly by navýšit úsilí k vytvoření praktické komunity, která by spojovala různé organizace pro mediální gramotnost s komunitami na evropské úrovni.
4. Měly by navázat spojení s neprivilegovanými oblastmi a implementovat speciální školení v mediální gramotnosti pro vyučující a pracovníky s mládeží, aby byli vytrénováni v tom, jak dít a mladistvé učit mediální gramotnosti.
5. Měly by pracovat s akademiky, odborníky na pedagogickou psychologii a s mediálním průmyslem tak, aby formulovali média a přístupy k informační gramotnosti specifická na věk a dovednosti, jejíž efektivitu by monitorovali. CSO a akademici by se podle možnosti měly soustředit na zavedení vhodného jazyka pro oslovení svého publika a pro vyvinutí analytických rámců pro pochopení různých typů dezinformace.
6. Je doporučeno, ve spolupráci s průmyslem, zprostředkovat vyvinutí open-source nástrojů pro vypořádání se s dezinformacemi na každodenní bázi.
7. Je doporučeno navrhnout specifické iniciativy pro zcitlivění voličů na význam integrity voleb a to pro obě strany v různých volebních kategoriích; dále podporovat programy pro gramotnost za účelem zlepšení kvality informací v období kolem voleb a podporovat veřejné debaty založené na faktech a ověřených datech.

7. Reference

Níže jsou uvedeny odkazy související s projektem YMB:

- Blindspot - Ground News (Acknowledging Biases) <https://ground.news/>
- Civil Society in the Czech Republic, Hungary and Slovakia NGO Market, Prague, April 12, 2017, available at: <https://www.forum2000.cz/files/civil-society-in-the-czech-republic-hungary-and-slovakia.pdf>
- Eurofound, Exploring the diversity of NEETs, 2016
- European Semester Thematic Factsheet: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/european-semester_thematic-factsheet_early-school-leavers_en_0.pdf
- European Social Survey <https://www.europeansocialsurvey.org/data/country.html?c=cyprus>
- Fact-Check Cyprus: <https://www.facebook.com/factcheckcy/>
- Fighting disinformation https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation_en
- Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- *General Secretariat for Youth and Lifelong Learning Ministry of Education, Research and Religious Affairs, Strategic Framework for the Empowerment of Youth*
- S.I.F.T. (Stop, Investigate, Find, Trace) <https://clark.libguides.com/evaluating-information/SIFT>
- State of hate, Far-right extremism in Europe: [ESOH-LOCKED-FINAL-1.pdf](https://www.hopenothate.org.uk/ESOH-LOCKED-FINAL-1.pdf) ([hopenothate.org.uk](https://www.hopenothate.org.uk/))
- Tackling online disinformation <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>
- The digital transformation of news media and the rise of online disinformation <https://ec.europa.eu/jrc/en/news/digital-transformation-news-media-and-rise-fake-news>
- <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/coronavirus/fighting-disinformation/>
- The Revolt of the Public, Martin Gurri
- Urban legends and fake news collection in Hungary: <https://www.urbanlegends.hu/>

