Kladete si často otázku, která informace z médií je pravdivá a která není? A snažíte se rozeznat je od sebe? Pak v tom určitě nejste sami. Žádný úplně jednoduchý návod k tomu neexistuje, to jste jistě poznali. Ale trochu vaší snahy, aktivity a ochoty se podobnými otázkami vůbec zabývat s nějakým tím investovaným časem vás jistě dovede k dobrým výsledkům.

Sociální sítě neinformují

Na sociální síti jde o něco jiného. Lidé tam prostě článek sdílí jen proto, že je nějak oslovil titulek, že v nich vzbudil emoce. A pokud titulek souzní s jejich světonázorem, článek ani nečtou, ale jen ho sdílejí dál. Autorem často nebývá člověk seriózní ani informovaný a na takovéto sdílení spoléhá, ať už z důvodu exhibicionismu, nebo ohlupování. Proto je dobré být kritický, ale ne cynický, zvědavý, ale ne naivní, otevřený, ale ne zneužitelný.

Odstup a kritické myšlení

Prostě a jednoduše, hned zpočátku bychom si měli být vědomi toho, že ne všechno, s čím se na internetu setkáme, je pravda. Měli bychom vědět, že mnohé z toho je pochybné a nedůvěryhodné. Důvod je prostý: internet je svobodným neregulovaným prostorem a každý si v něm může psát, publikovat a tvrdit téměř cokoli. A proto je k internetovým médiím dobré přistupovat se zdravou skepsí a odstupem. Dále je nutno posilovat svou mediální gramotnost, vědět, že existuje cosi jako myšlenkové chyby, a využívat zásady kritického myšlení, které zde již byly zmíněny. Pokud pro jev existuje vícero vysvětlení, je lépe upřednostňovat to nejméně komplikované: nevědomost, omyl, lež a podfuk jsou vždy pravděpodobnější než zázrak. Tento souhrn je dobrým základem k tomu, abychom si odpověděli na onu zásadní otázku, která zní:

Jak si ověřit informace na internetu?

Za prvé je třeba zjistit, z jakého zdroje informace pochází, tedy posoudit jeho relevanci. Podívejme se, kde byla zpráva publikovaná, co je to za web, čím se zabývá, jaká je jeho agenda atd. Totéž platí pro média oficiální. Každé má své cíle, zaměření nebo agendu. Média komerční připravují zpravodajství s jinými cíli než veřejnoprávní média. Média v rukou elit svým majitelům spíše napomáhají. Tím, co v nich najdeme, případně tím, co v nich nenajdeme. Proto je třeba analyzovat samotné sdělení. K základní orientaci v mediálních sděleních je dobré zapamatovat si následující otázky, s jejichž pomocí si v nich uděláme jasněji.

**Kdo?** Ptáme se tedy na to, kde zpráva vyšla a kdo ji tam napsal. Jinak řečeno posuzujeme relevanci zdroje. Za každým sdělením stojí konkrétní lidé, kteří mají nějaké motivace, nějaké názory. Odpovíme-li si na to, kdo je autorem sdělení, lépe pochopíme, za jakým účelem vzniklo.

**Co?** Mediální sdělení nám něco říká. Může předávat fakta, vyjadřovat názory nebo propagovat, či naopak kritizovat nějaké hodnoty nebo postoje. Měli bychom uvažovat nad tím, nakolik jsou předkládané informace vyvážené. Zda autor předkládá více pohledů, nebo nějaký pohled či informaci zamlčuje.

**Proč?** Vznik a šíření mediálního sdělení má vždy nějaký důvod. Tímto důvodem může být například snaha pobavit, nasbírat lajky anebo také získat komerční zisk, posílit nějaký názor nebo příjemce, o něčem důležitém ho přesvědčit. Když se naučíme automaticky přemýšlet o tom, kdo má z informace a jejího šíření prospěch, snadněji odhalíme cíle, kterých má dané sdělení dosáhnout. A pokud budeme sledovat logiku vývoje v čase a souvislosti popisovaných událostí, snadno odhalíme, že realita bude jiná, než nám tvrdí média. Prostě nám něco nedává smysl.