



CEDMO Trends SK

11. vlna Očami Ipsosu:

Vnímanie dezinformačných naratívov na Slovensku

Espresso



OBSAH SPRÁVY

- 1 Základné parametre
 - 1.1 Špecifikácia výskumu
- 2 Vnímanie dezinformácií
- 3 Vnímanie dezinformačných naratívov
- 4 Používanie sociálnych sietí a komunikačných platforiem

1 Základné parametre

Názov výskumu: CEDMO Trends

Termín hlavného zberu dát: 1. vlna: 31. 8. – 8. 9. 2023, 2. vlna: 22. 9. – 1. 10. 2023, 3. vlna: 13. 10. – 25. 10. 2023, 4. vlna: 10. 11. – 23. 11. 2023, 5.vlna: 8. 12. – 18. 12. 2023, 6. vlna: 12. 1. – 28. 1. 2024, 7. vlna: 9. 2. – 23. 2. 2024, 8. vlna: 8. 3. – 24. 3. 2024, 9. vlna: 12. 4. – 25. 4. 2024, 10.vlna: 17. 5. – 31. 5. 2024 , 11. vlna: 14. 6. – 27. 6. 2024

Cieľová skupina: reprezentatívna populácia 16+

Spôsob výberu respondentov a respondentiek: kvótny výber

Nastavenie kvót: podľa Štatistického úradu SR

Sledované kvóty: pohlavie, vek, vzdelanie kraj, veľkosť miesta bydliska, používanie internetu

Metóda zberu: dopytovanie metódou CASI pomocou online panelu Populacia.sk a F2F dopytovania

Celková vzorka: 1. vlna: n = 2370, 2. vlna: n = 2106, 3. vlna: n = 2117, 4. vlna: n=1956, 5. vlna: n=2002, 6. vlna: n = 2012, 7. vlna: n = 1961, 8. vlna: n = 1948, 9. vlna: n = 1900, 10. vlna: n = 1834, 11. vlna: n = 1792

1.1 Špecifikácia výskumu

Cieľom dlhodobého výskumu realizovaného na Slovensku je sledovať postoje a názory populácie k rôznym spoločenským témam, zameraných predovšetkým na dezinformácie a hoaxy, informačné poruchy, či hodnotenie demokracie na Slovensku. Dlhodobý výskum sa zameriava aj na mapovanie vývoja týchto trendov.

Zadáateľom výskumu medzinárodné multidisciplinárne výskumné pracovisko CEDMO (Central European Digital Media Observatory), ktoré vedie Karlova univerzita (ČR) a dodáateľom je spoločnosť IPSOS. Vedúci výskumného tímu za CEDMO je Václav Moravec, za výskumný tím IPSOS sa na projekte podieľajú Michal Kormaňák a Paula Ivanková.

Dotazník k výskumu bol navrhnutý zadáateľom a konzultovaný s dodáateľom, pričom jeho konečná verzia bola pripravená v spolupráci s dodáateľom.

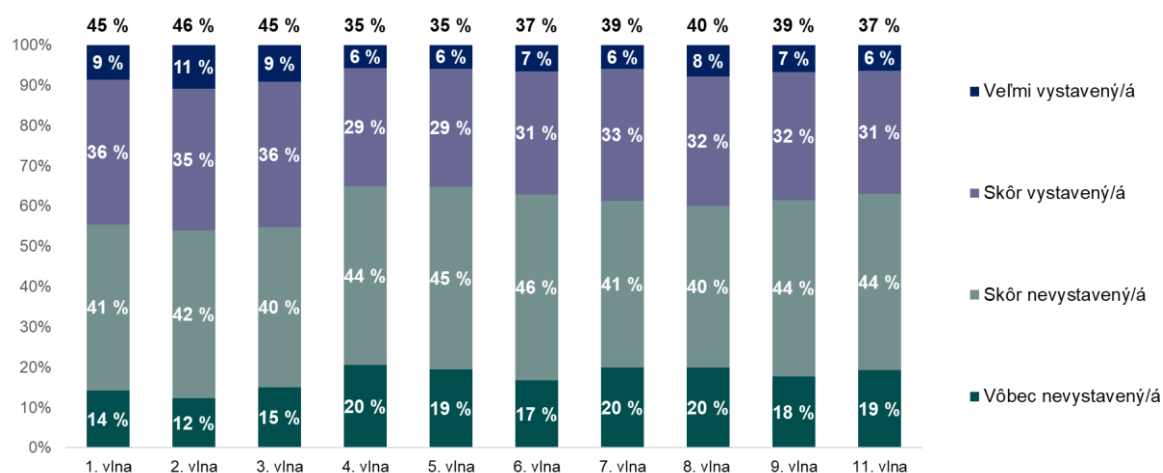
Zber dát prebiehal elektronicky v kombinácii s osobným dopytovaním. Výber respondentov a respondentiek zabezpečila spoločnosť IPSOS prostredníctvom online panelu. Respondenti a respondentky boli regrutovaní/é na základe kvótného predpisu schváleného zadáateľom.

Publikácia vznikla s podporou



2 Vnímanie dezinformácií

Miera vystavenia slovenskej populácie dezinformáciám sa v priebehu meraní výrazne nezmenila a udržiava sa na stabilnej úrovni. Väčšina populácie sa necíti byť vystavená dezinformáciám (63 %). Do tejto skupiny sa častejšie zaraďovali ľudia so statusom „nezamestnaní“ (79 %), či študenti/ky (73 %). Na druhej strane, viac ako tretina pociťuje, že bola v uplynulom mesiaci vystavená účelovo šíreným dezinformáciám (37 %). V aktuálnej vlne pociťovali vyššiu mieru vystavenia mladšie ročníky vo veku 25 – 44 rokov (25 – 34 rokov: 43 %, 35 – 44 rokov: 41 %). Vo všeobecnosti platí, že tí ľudia, ktorí uviedli, že zaznamenali niektorý z testovaných dezinformačných naratívov, pociťovali subjektívne vyššiu mieru vystavenia.

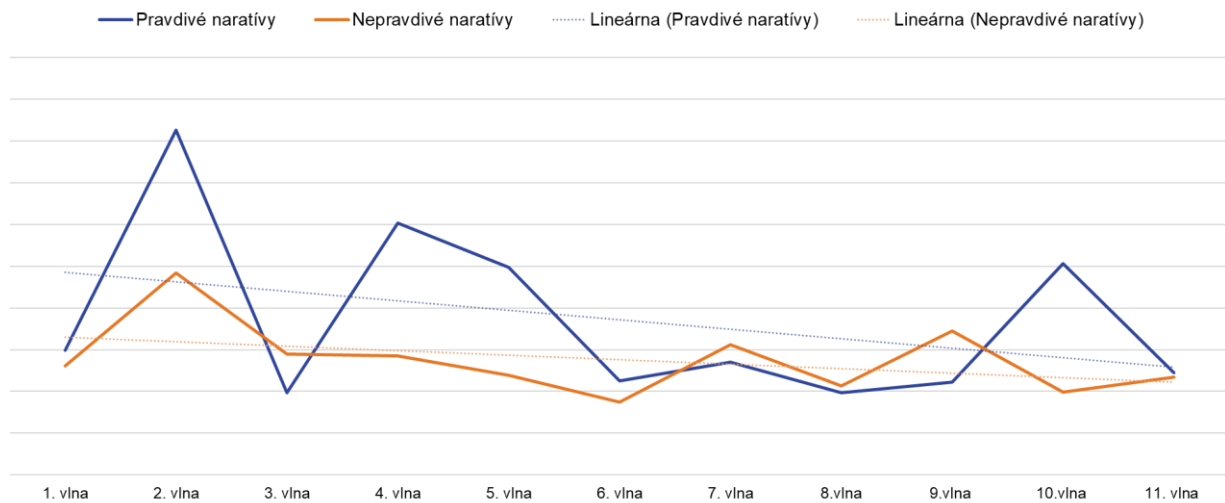


Otázka: IP02. Do akej miery ste podľa vášho názoru boli vystavený/á účelovo šíreným nepravdivým alebo manipulatívnym informáciám (niekedy označovaným aj ako "dezinformácie") v médiách v uplynulom mesiaci?

3 Vnímanie dezinformačných naratívov

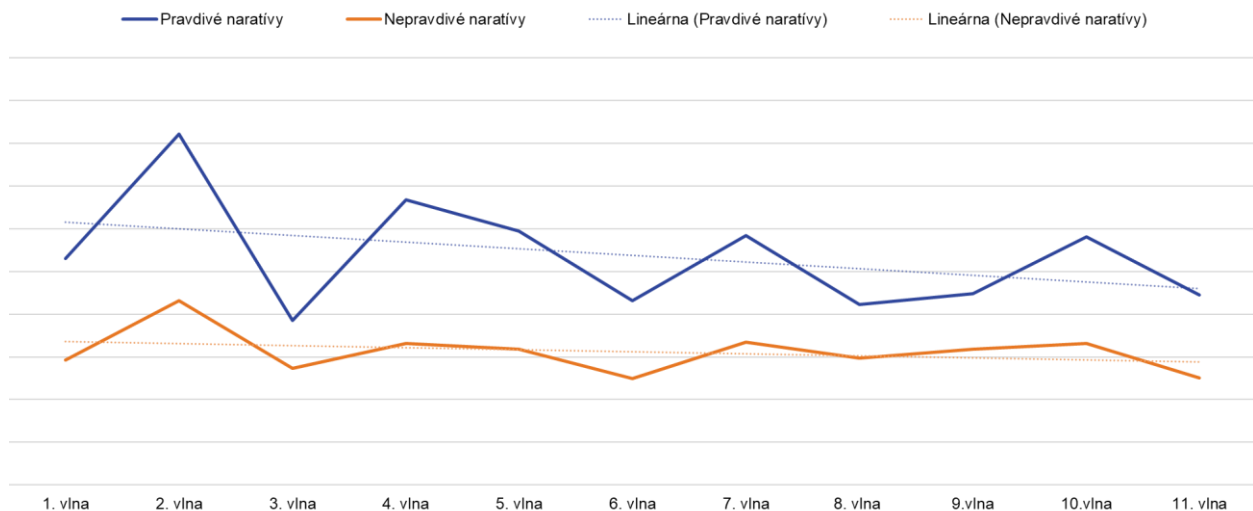
Počas júna sa medzi populáciou vo veľmi podobnej miere šírili pravdivé, ale aj nepravdivé naratívy. Zatiaľ čo nepravdivé naratívy zaznamenali mierny nárast, u pravdivých došlo k poklesu. Takmer dve tretiny ľudí (59 %) zachytili nepravdivú informáciu o tom, že za atentátom na premiéra R. Fica stojí liberálna opozícia, presnejšie Progresívne Slovensko a ním podporované médiá. Ostatné pravdivé, alebo nepravdivé informácie boli populáciou zachytené výrazne menej často. Najmenej rezonoval naratív o tom, že potraviny označené číslom 482 v čiarovom kóde pochádzajú z Ukrajiny a sú zdraviu nebezpečné. Túto informáciu zachytilo len 9 %

opýtaných. Pravdivé informácie v tejto vlne zachytila približne štvrtina populácie (23 – 26 %).

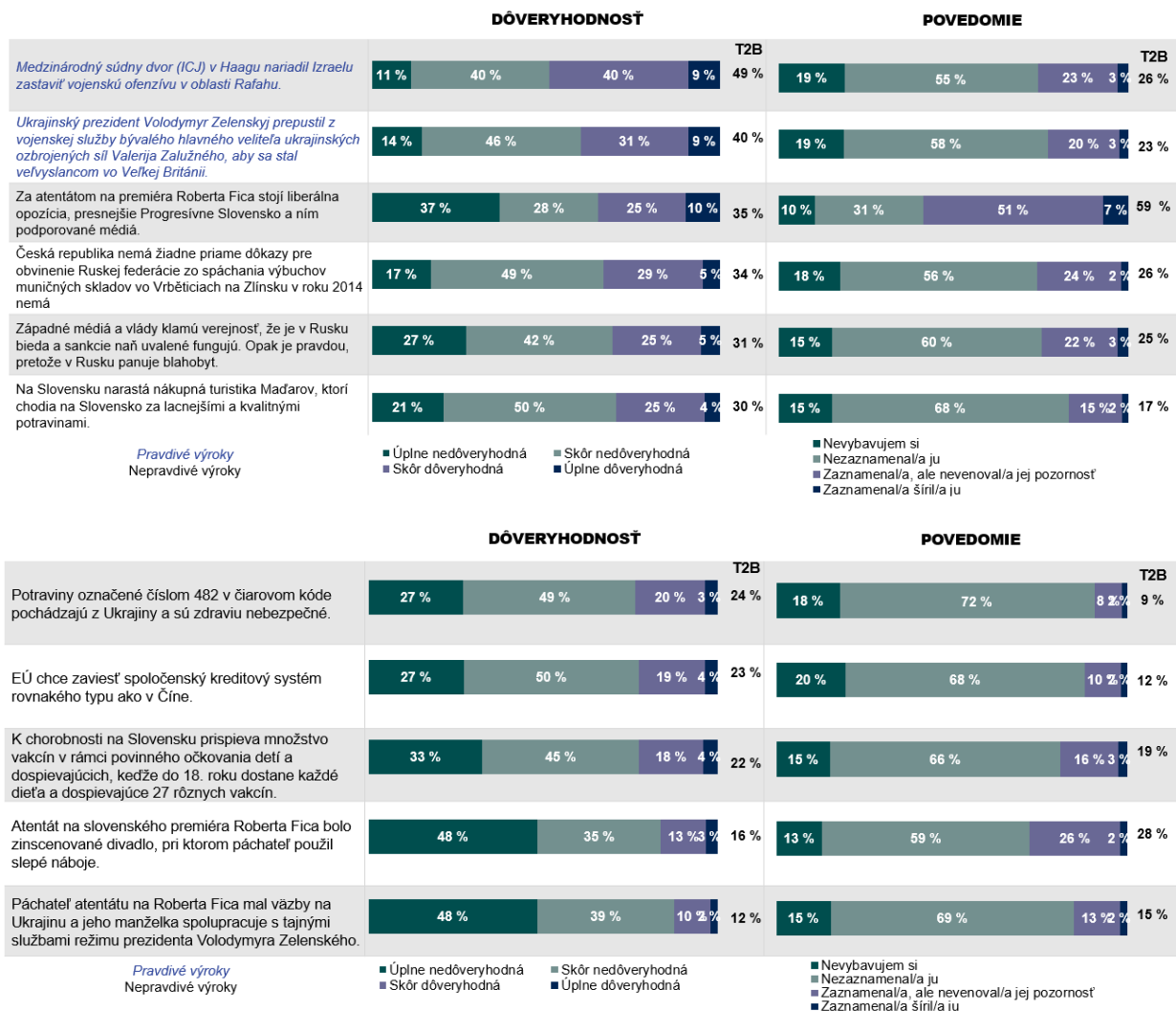


Otázka: DEZ01. Prosím uvedte, do akej miery ste zaznamenali, alebo nezaznamenali nasledujúce správy.

Dôveryhodnosť pravdivých naratívov je dlhodobo vyššia, než dôveryhodnosť tých nepravdivých. Oproti predchádzajúcej vlne však poklesla v oboch prípadoch. Spomedzi pravdivých naratívov takmer polovica populácie (49 %) považovala za dôveryhodnú správu o tom, že Medzinárodný súdny dvor v Haagu nariadil Izraelu zastaviť vojenskú ofenzívu v oblasti Rafahu. 4 z 10 Slovienek a Slovákov tiež považovali za dôveryhodnú správu o tom, že Ukrajinský prezident Volodymyr Zelenskyj prepustil z vojenskej služby bývalého hlavného veliteľa ukrajinských ozbrojených síl Valerija Zalužného, aby sa stal veľvyslancom vo Veľkej Británii. Pokiaľ ide o nepravdivé správy, najviac ľudí (35 %), označilo za dôveryhodnú správu o tom, že za atentátom na premiéra Roberta Fica stojí liberálna opozícia a ňou podporované médiá. Takmer tretina populácie verí, že západné médiá a vlády klamú verejnosť o tom, že v Rusku je bieda a sankcie, ktoré naň boli uvalené fungujú. Takmer identický podiel si tiež myslí, že na Slovensku narastá nákupná turistka Maďarov, ktorí chodia na Slovensko za lacnejšími a kvalitnejšími potravinami. Naopak za najmenej dôveryhodnú populácia označila naratív o páchatelovi atentátu na R. Fica, ten by mal mať väzby na Ukrajinu a jeho manželka spolupracovať s tajnými službami režimu prezidenta Volodymyra Zelenského. Dôveryhodnosť tejto správy vyjadriilo 12 % populácie.



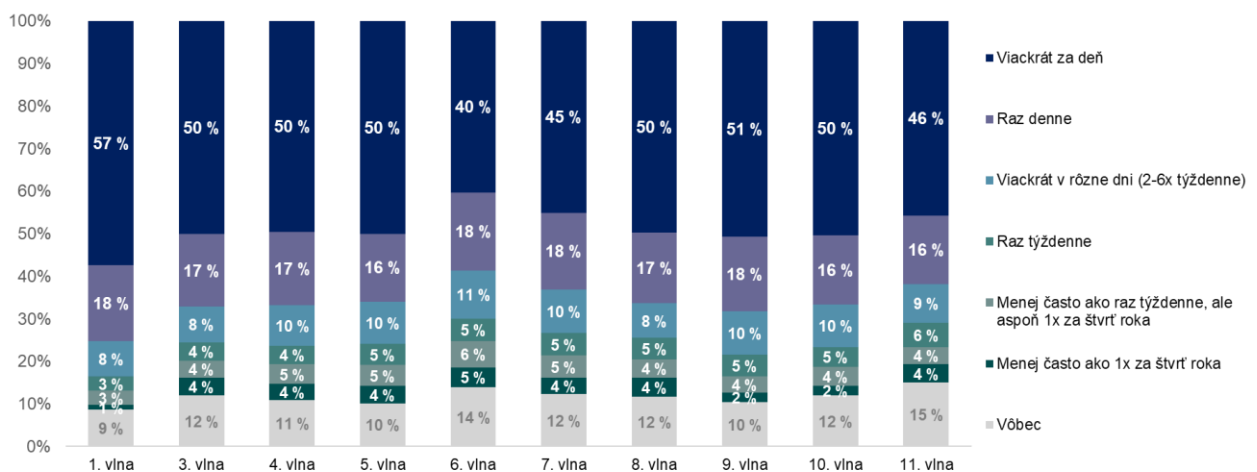
Otázka: DEZ02. Do akej miery považujete nasledujúce správy za nedôveryhodné, alebo naopak dôveryhodné?



Pozn.: T2B = súčet odpovedí „Úplne dôveryhodná“ a „Skôr dôveryhodná“ alebo „Zaznamenal/a som ju a ďalej som ju šíril/a“ a „Zaznamenal/a som ju a ďalej som jej nevenoval/a pozornosť“. Otázka: DEZ02. Do akej miery považujete nasledujúce správy za nedôveryhodné, alebo naopak dôveryhodné? DEZ01. Prosím uveďte, do akej miery ste zaznamenali, alebo nezaznamenali nasledujúce správy

4 Používanie sociálnych sietí a komunikačných platforiem

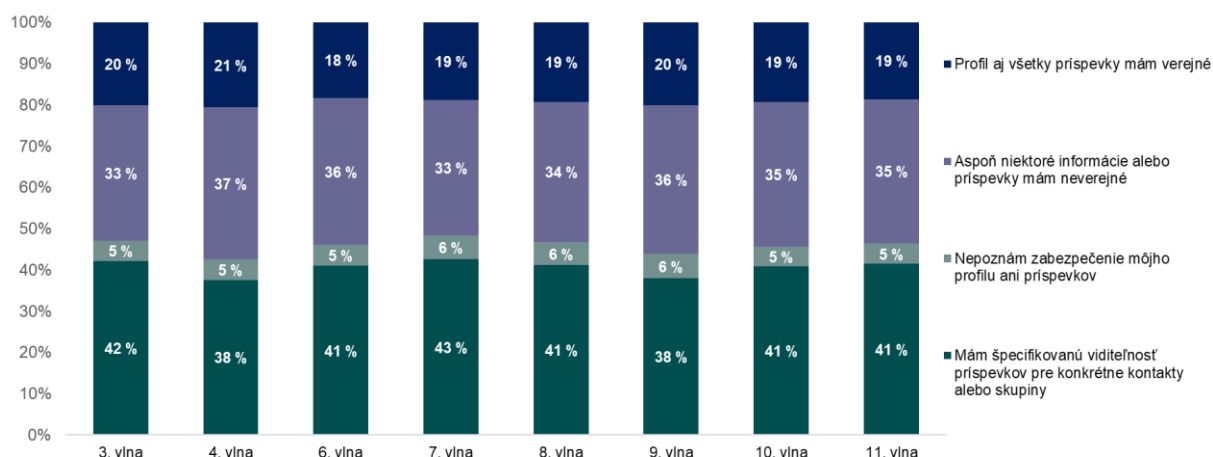
Ukazuje sa, že sociálne siete ako napr. napr. Facebook, X/Twitter, Instagram, TikTok, či Snapchat sú neodmysliteľnou súčasťou väčšiny slovenskej populácie. Približne dve tretiny Slovincov a Slovákov (62 %) navštívia sociálne siete aspoň raz za deň. Vo všeobecnosti vyššiu frekvenciu používania sociálnych sietí je možné pozorovať predovšetkým u mladších ročníkov do 44 rokov. Niekoľkokrát do dňa používajú sociálne siete najčastejšie mladí ľudia vo veku 16 – 24 rokov (60 %). Takmer tretina ľudí nad 65 rokov však sociálne siete nepoužíva vôbec (29 %).



Otázka: SS01. Ako často všeobecne pre súkromné účely používate sociálne siete, na ktorých máte vytvorený svoj vlastný profil a zdieľate príspevky - fotografie, videá... (napr. Facebook, X/Twitter, Instagram, TikTok, Snapchat)?

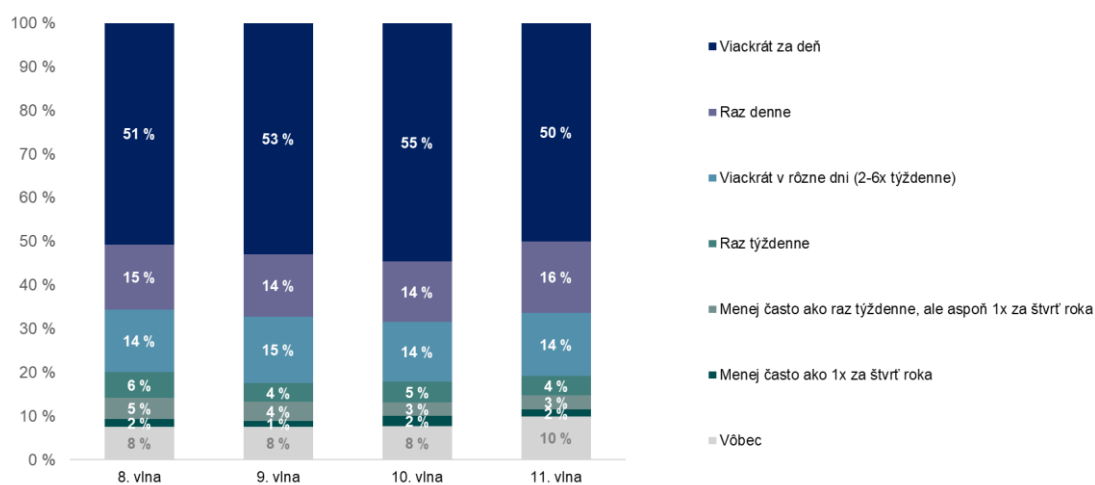
Z hľadiska viditeľnosti verejne dostupných informácií, ktoré je možné zdieľať na profiloch sociálnych sietí, si väčšina populácie aspoň nejakým spôsobom chráni svoje súkromie. Najčastejšie, približne 4 z 10, dlhodobo uvádzajú, že viditeľnosť príspevkov na svojich sociálnych sieťach majú nastavenú pre konkrétne skupiny, alebo kontakty. Približne pätina populácie však ochranu súkromia na sociálnych sieťach nerieši, čo znamená, že ich profilové informácie a zdieľané príspevky si môže pozrieť ktokoľvek. K tejto skupine sa častejšie hlásia muži (23 %) než ženy (15 %). Vo všeobecnosti platí, že mladšie ročníky si svoje súkromie na sociálnych sieťach strážia častejšie, než ľudia vo vyššom veku. Zatiaľ čo v prípade celej populácie len 5% nevie, aké má zabezpečenie svojho profilu na sociálnej sieti, u ľudí nad 65 rokov je to až 15 %. Ukazuje sa tiež, že so stúpajúcim vekom výrazne klesá podiel ľudí, ktorí majú viditeľnosť príspevkov špecifikovanú len pre konkrétne kontakty, ide najmä o ľudí nad

55 rokov. U tejto skupiny je tiež možné častejšie nachádzať ich profily na sociálnych sieťach bez akéhokoľvek obmedzenia ako verejné (27 %).



Otázka: SS02. Do akej miery máte na svojom profile na sociálnych sieťach verejné informácie?

Komunikačné online platformy ako napr. WhatsApp, Messenger, Telegram, Signal, iMessage, Viber, Kik atď. sú medzi slovenskou populáciou využívané o niečo častejšie než samotné sociálne siete. Aspoň raz denne takúto platformu využívajú približne dve tretiny opýtaných. Tieto komunikačné prostriedky sú takisto ako sociálne siete populárne najmä medzi mladými ľuďmi do 34 rokov, až dve tretiny komunikujú niekoľkokrát do dňa prostredníctvom niektorej z uvedených platforiem (16-24 rokov: 67 %, 25-34 rokov: 65 %). Na druhej strane, štvrtina populácie nad 65 rokov však tieto platformy nepoužíva vôbec (25 %).



Otázka: SS03. Ako často používate komunikačné platformy, ktoré umožňujú výmenu správ a multimediálnych súborov (napr. WhatsApp, Messenger, Telegram, Signal, iMessage, Viber, Kik atď.)?