

# ANALÝZA DIGITÁLNEHO SPRÁVANIA A POSTOJOV MLADÝCH ĽUDÍ NA SLOVENSKU

Na Slovensku využíva  
sociálne siete

**91%**  
mladých ľudí.

Hoci je najčastejšie používanou sieťou YouTube, najviac času – často viac ako 4 hodiny denne – trávajú respondenti na **Facebooku a Instagrame**.

Hlavnou motiváciou je kontakt s blízkymi a zábava, čo vysvetľuje aj popularitu influencerov (napr. Jovinečko, Plačková), ktorých mladí sledujú primárne kvôli humoru a inšpirácii.

Iba **9%**

respondentov uviedlo, že sa na internete nikdy nestretlo s radikálnym alebo extrémnym obsahom.

Digitálny priestor nie je pre mladých bezpečný. Najčastejšie narážajú na konšpiračné teórie, politický extrémizmus a nenávistné prejavy voči LGBT+ komunite.

➤ Politické príspevky a vyjadrenia sú vnímané ako **hlavný zdroj** radikalizácie.

➤ Takmer pätina mladých (18,6 %) dostala radikálny obsah **priamo od blízkej osoby** cez súkromnú správu.

➤ **13 % mladých** osobne pozná niekoho, kto sa pod vplyvom sietí začal radikalizovať.

## Hodnotová fragmentácia

Postoje mladých Slovákov nie sú jednotné a delia sa do štyroch samostatných dimenzií, ktoré sa navzájom nevyklučujú:

### Tradičná a národná identita

Silný dôraz na tradičnú rodinu ako základ spoločnosti a vnímanie migrácie ako hrozby.

### Ekonomická rovnosť

Kritika kapitalizmu ako nespravodlivého systému a volanie po redistribúcii majetku.

### Osobná sloboda a inklúzia

Samostatná dimenzia podporujúca právo na interrupciu a registrované partnerstvá. Zaujímavosťou je, že mladí dokážu súčasne zastávať liberálny postoj k interrupciám a konzervatívny k tradičnej rodine.

### Ekonomický individualizmus

Presvedčenie, že štát nemá vyrovnávať rozdiely a každý by sa mal užiť sám.

## Paradox dôveryhodnosti

mladí ľudia stále **viac dôverujú tradičným médiám** než sociálnym sieťam, no zároveň voči tradičným médiám pociťujú aj vyššiu mieru „**absolútnej nedôvery**“.

Pri pochybnostiach o pravdivosti obsahu sa mladí uchýľujú do sociálnych bublín. Namiesto odborných zdrojov hľadajú pomoc v prvom rade u **rodiny a priateľov**.

Motivácia overovať si fakty je navyše povrchná – väčšina chce získať len základný prehľad, pričom len minimum respondentov má záujem o hlbší kontext alebo diskusiu.

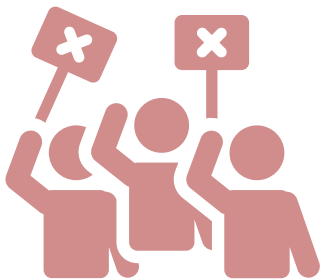
## Falošný pocit imunity

Väčšina mladých si myslí, že ich radikálny obsah **nemôže ovplyvniť**.

Ak sa niekto v ich okolí radikalizuje, mladí reagujú skôr sociálnou izoláciou (prestanú sa s ním rozprávať), než snahou o nápravu.

Mladá generácia je polarizovaná nielen politicky, ale aj vo vnútri svojich **vlastných hodnotových systémov**.

## Analýza odhalila nebezpečný sklon k tolerovaniu nedemokratických postupov.



Existuje priama súvislosť medzi akceptáciou rôznych foriem represie:

➤ **Hranica extrémů:** Kým fyzické násilie je stále vnímané ako jasný extrém, **obmedzovanie práv skupín v mene „bezpečnosti“** vnímajú mladí ako oveľa prijateľnejšiu a bežnú politickú prax.

➤ **Reťazová reakcia:** Ak mladý človek schvaľuje **cenúru médií** alebo online obsahu, je štatisticky náchylný schvaľovať aj **vyhrážanie sa oponentom** a dokonca aj **fyzické násilie**.

➤ **Od online k offline:** Ochota zdieľať online príspevky, ktoré zosmiešňujú alebo vylučujú menšiny, je priamym ukazovateľom ochoty zúčastniť sa na fyzických násilných akciách alebo podporiť skupiny porušujúce zákon.

## Mladí ľudia identifikujú kritické medzery v prevencii a vzdelávaní.

### Vzdelávacie vákuum:

Viac ako 55 % mladých sa v škole nikdy nestretlo s témou online radikalizácie.

### Nerozumenie rizikám:

Až 72,5 % respondentov si myslí, že mladí ľudia rizikám radikalizácie na internete reálne nerozumejú.

### Zodpovednosť platforiem:

Takmer dve tretiny mladých (65 %) požadujú, aby sociálne siete robili viac pre zamedzenie šírenia radikálneho obsahu, najmä cez prísnejšiu kontrolu a mazanie príspevkov.

### Komu veria:

Najvyššiu dôveru pri poskytovaní informácií o bezpečnosti majú rodičia a odborníci. Naopak, najnižšiu dôveru majú politici, influenceri a médiá.

## Myslíte si, že sociálne siete by mali robiť viac na zamedzenie šírenia radikálneho obsahu?

