



Coping Strategies Against Information Disorder

# Sprievodca

# Usmernenia pre pracovníkov s mládežou



**Spolufinancovaný  
Európskou úniou**

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a stanoviská sú však len názormi autora (autorov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nemôžu niesť zodpovednosť.

## **Autori:**

*Eliane Smits van Waesberghe & Tim Paulusse - Verwey-Jonker Instituut (hlavní editori)*

*Leen D'Haenens & Joyce Vissenberg - KU Leuven*

*Tzvetalina Genova - Medzinárodný inštitút manažmentu*

*Wolfgang Eisenreich - Wissenschaftsinitiative Niederösterreich*

*Sonja Bercko Eisenreich - Integra Institute*

*Alenka Valjašková - QUALED*

*Pantelis Balaouras - Connexions*

## **Vyhlásenie o autorských právach:**



Toto dielo je licencované pod licenciou Creative Commons Uvedte autora-Neužívajte komerčne-ShareAlike 4.0 International License.

Môžete:

- zdieľať - kopírovať a šíriť materiál na akomkoľvek médiu alebo v akomkoľvek formáte.
- adaptovať - remixovať, transformovať a rozširovať materiál.

za týchto podmienok:

- Uvádzanie autora - musíte uviesť príslušné údaje, poskytnúť odkaz na licenciu a uviesť, či boli vykonané zmeny. Môžete tak urobiť akýmkoľvek primeraným spôsobom, ale nie spôsobom, ktorý by naznačoval, že poskytovateľ licencie schvaľuje vás alebo vaše použitie.
- Nekomerčné - materiál nesmiete používať na komerčné účely.
- ShareAlike - Ak materiál remixujete, transformujete alebo ho rozširujete, musíte svoj príspevok šíriť pod rovnakou licenciou ako originál.

# Kapitola 1

## Chápanie "falošných správ"

## Cieľová skupina

Tieto usmernenia sú zamerané na tzv. "pracovníkov prvého kontaktu". Ide o zastrešujúci pojem pre všetky osoby, ktoré sú v priamom kontakte s osobami ohrozenými informačnými hrozbami, so zameraním na skupiny v odbornom vzdelávaní a tréningu. Príklady ľudí, ktorí spadajú pod tento zastrešujúci pojem, sú: vychovávatelia, učitelia, školitelia, poradcovia a konzultanti pre mládež, sociálni pracovníci a pracovníci s mládežou. Tento zoznam však nie je úplný. Do rozsahu tohto projektu patria aj ďalšie osoby pracujúce v oblasti vzdelávania, kultúry, sociálnej alebo zdravotnej starostlivosti.

<b>Cieľová skupina.....</b>	<b>2</b>
1.1 Úvod do kapitoly.....	1
1.2 Digitálna informačná spoločnosť.....	2
1.3 Informačná hrozba.....	3
1.4 Príčiny viery v nepravdivé informácie.....	6
Teória behaviorizmu.....	6
Sociálny vplyv .....	6
Viera v nepravdivé informácie .....	7
Sociálne médiá a neustále prispôsobovanie správania .....	8
Ľudské potreby a citové väzby.....	10
Aké sú emocionálne potreby? .....	11
1.5 Ako fungujú dezinformácie?.....	14
Šírenie misinformácií a dezinformácií .....	14
Hnacie sily falošných presvedčení.....	15
Prekážky pri prehodnocovaní presvedčenia .....	16
Stratégie na opravu nepravdivých informácií .....	16
Dôsledky pre odborníkov z praxe .....	17
Dôsledky pre spotrebiteľov informácií.....	17
1.6 Výber, používanie a zneužívanie slov v informáciách .....	19
Na výbere slov záleží .....	19
Prečo náš mozog verí ľžiam? .....	20
Hypotéza jazykového determinizmu .....	21
Nejednoznačnosť .....	22

Jazyková manipulácia .....	23
1.7 Bubliny skreslenia a šírenie dezinformácií .....	25
1.8 Kognitívna disonancia.....	27
História.....	27
Čo je kognitívna disonancia?.....	27
Príčiny kognitívnej disonancie .....	28
Riešenie kognitívnej disonancie.....	29
Kognitívna disonancia, médiá a informačná hrozba .....	30
1.9 Príklady informačnej poruchy.....	32
Lesné požiare v amazonskom pralese (august 2019).....	32
Rusko cvičí orly na zachytávanie bezpilotných lietadiel (máj 2023).....	33
Svetové ekonomické fórum chce prideliť vodu na prídel (apríl 2023) ...	34
1.10 Referencie.....	36

## 1.1 Úvod do kapitoly

---

V posledných rokoch sa veľmi rozšíril pojem "falošné správy". Je však dôležité pochopiť, čo tento pojem vlastne znamená. V podstate ide o falošné príbehy alebo dezinformácie, ktoré kolujú na internete alebo prostredníctvom rôznych mediálnych kanálov. Ďalší termín, ktorý sa bežne používa na opis tohto javu, je "informačná hrozba". V nasledujúcich podkapitolách sa budeme venovať téme informačných hrozieb, pričom začneme vysvetlením účelu informácií. Následne sa budeme podrobnejšie zaoberať falošnými informáciami vrátane rôznych typov a ich základných motívov. Týmto spôsobom poukážeme na rôzne úrovne škôd súvisiacich s nepravdivými informáciami. Je veľmi dôležité uvedomiť si, že ak sa nepravdivé informácie šíria so škodlivým úmyslom, môžu spôsobiť závažné problémy. Vysvetlíme dôvody, prečo ľudia veria takýmto nepravdivým informáciám, spolu so skúmaním mechanizmov a vplyvov, ktoré majú na kolektívne myslenie. V záujme väčšej zrozumiteľnosti táto publikácia ponúkne príklady prípadov zahŕňajúcich nepravdivé informácie.

## 1.2 Digitálna informačná spoločnosť

---

Mladí ľudia sú v dnešnej digitálnej spoločnosti občanmi, ktorí sa môžu zúčastňovať na online debatách a diskusiách, vyjadrovať svoje obavy a konať. Na zabezpečenie ich bezpečnej, efektívnej, kritickej a zodpovednej účasti v digitálnej sfére potrebujú digitálne občianstvo. Digitálne občianstvo sa vo všeobecnosti chápe ako kompetencie, ktoré sú potrebné na aktívnu účasť v digitálnej spoločnosti. V posledných rokoch sa chápanie digitálneho občianstva vyvinulo tak, aby zahŕňalo širokú škálu kompetencií a správania, ktoré mladým ľuďom umožňujú využívať možnosti internetu na aktívnu účasť a zároveň ich chránia pred potenciálnymi rizikami a škodami, ktoré sú s ním spojené.

Jedna z týchto kompetencií, ktorá je pre digitálne občianstvo kľúčová, sa týka mediálnej a informačnej gramotnosti, teda schopnosti porozumieť informáciám na internete a kriticky s nimi pracovať. Spoľahlivé informácie tvoria jeden zo základných kameňov dobre fungujúcich demokratických spoločností. Prístup k týmto informáciám umožňuje občanom zúčastňovať sa na rozhodovacích procesoch (dôkladným zvažovaním všetkých informácií pri výkone svojho volebného práva) a brať vlády na zodpovednosť. Občania sa vo všeobecnosti spoliehajú na spravodajské médiá, ktoré poskytujú celkové pokrytie najdôležitejších informácií o politike, spoločenských otázkach, ekonomike a iných udalostiach, ktoré sú dôležité pre fungovanie spoločnosti. Keďže nie je možné, aby spravodajské redakcie pokrývali všetky udalosti, ktoré sa dejú na celom svete, novinári vyberajú správy a informujú o nich. Procesy v redakciách, ako napríklad redakčné filtrovanie informácií tzv. „gatekeeping“ a overovanie faktov, umožňujú spoľahlivé spravodajstvo o najdôležitejších udalostiach.

V poslednom čase sa však s rozsiahlym rozšírením internetu a sociálnych médií informačné prostredie radikálne zmenilo. Niektorí vedci navrhujú, aby sme v súčasnosti používali pojem, že sme v stave "informačnej kakofónie", ktorá je charakterizovaná "drásajúcim hlukom mnohých, nesúrodých hlasov ponúkajúcich informácie v podmienkach nízkej dôvery v médiá", ako citujú Cotter & Thorson v roku 2022. Keďže súčasné technológie umožňujú šírenie informácií v globálnom meradle, správy sa vytvárajú, zdieľajú a konzumujú v čoraz zložitejšom informačnom prostredí. Vďaka širokej dostupnosti digitálnych technológií je pre každého jednoduchšie ako kedykoľvek predtým vytvárať a zdieľať informácie. Tento vývoj urýchlili najmä mobilné zariadenia: informácie sa teraz môžu zdieľať obrovskou rýchlosťou, kedykoľvek a kdekoľvek. Okrem toho, s rastúcou popularitou platforiem sociálnych médií sa konzumácia informácií zmenila zo súkromnej, osamotenej činnosti na verejnú a zdieľanú. Prostredníctvom týchto platforiem sa ľudia čoraz viac spoliehajú na svojich priateľov, príbuzných, kolegov alebo iných známych vo svojich sieťach, ktorí ich svojimi potvrdeniami a odporúčaniami sprevádzajú zložitou sieťou informácií. Je však dôležité poznamenať, že platformy neslúžia ako neutrálne komunikačné potrubia. Namiesto toho ich riadia miliardy jednotlivých používateľov, z ktorých každý má svoje vlastné zázemie, hodnoty a ciele a každý z nich vytvára správy, ktoré tieto postoje odrážajú.



## 1.3 Informačná hrozba

---

Problematike falošných a vymyslených informácií na internete a najmä v sociálnych médiách venujú vedci a tvorcovia politík v posledných rokoch čoraz väčšiu pozornosť. Zdá sa, že udalosti ako prezidentské voľby v USA v roku 2016, kampaň za Brexit v Spojenom Kráľovstve, pandémia Covid-19 a najnovšie najmä ruská invázia na Ukrajinu upriamili pozornosť na hrozby a riziká falošných informácií na internete.

Wardle a Derakhshan vo svojej správe pre Radu Európy označili viaceré typy nepravdivých alebo zavádzajúcich informácií, ktoré sa šíria online, ako "informačné hrozby" alebo informačný neporiadok. Konkrétne rozlišujú tri typy informačného neporiadku: misinformácie, dezinformácie a malinformácie. Rozlišovanie medzi týmito tromi typmi informačných hrozieb sa uskutočňuje na základe dvoch prvkov. Po prvé, rozlišuje sa medzi správami, ktoré sú pravdivé, a správami, ktoré sú nepravdivé. Po druhé, pozornosť sa venuje zámeru, ktorý sa skrýva za správou, či jednotlivец alebo organizácia, ktorá správu zdieľala, mala v úmysle ublížiť, alebo či bola škoda spôsobená neúmyselne.

Existujú dve základné kategórie nepravdivých informácií: misinformácie a dezinformácie. Misinformácie sa vzťahujú na informácie, ktoré sú nepresné alebo nepravdivé, ale osoba, ktorá ich šíri, si nie je vedomá ich nepravdivosti. Inými slovami, nie je v nej úmysel oklamať alebo poškodiť iných. Hoci misinformácia môže mať stále vplyv na tých, ktorí ju dostanú, nie je zdieľaná s výslovným úmyslom spôsobiť škodu. Ak sa neúmyselne zdieľajú nepravdivé informácie bez ohľadu na dôvody, ktoré ich podmieňujú, spadajú do klasifikácie misinformácií.

Naopak, dezinformácie sa zdieľajú so zlým úmyslom. Zdroj si je vedomý nepravdivosti informácie, ale aj tak ju zdieľa s cieľom poškodiť jednotlivca, sociálnu skupinu, organizáciu alebo krajinu, a teda uviesť príjemcu správy do omylu. Šírenie nepravdivých informácií je často vedené snahou presadzovať určitý morálny alebo politický názor alebo presadzovať určitú vec.

Na rozdiel od predchádzajúcich dvoch typov, tretí typ, malinformácia, je založený na faktických informáciách. Avšak to, čo z nej robí malinformáciu namiesto obyčajnej "informácie", je, že táto pravdivá informácia je zdieľaná s úmyslom spôsobiť škodu. Pôvod informácie vychádza z pravdy, ale je vytrhnutá z kontextu alebo zveličená s cieľom podporiť určitý morálny problém alebo politický program. Malinformácie sa vo všeobecnosti týkajú takých otázok, ako sú nenávisťné prejavy, obťažovanie a úniky dôverných informácií.

Na pochopenie informačných hrozieb je užitočné poznamenať, že vo všeobecnosti zahŕňa tri prvky. Prvý ústredný prvok informačnej hrozby sa týka činiteľov, ktorí vytvorili, produkovali, distribuovali informáciu, a ich motivácií, ktoré za touto informáciou stoja. Po druhé je dôležité zvážiť správu a jej vlastnosti, napríklad jej formát. Po tretie, dôležitú úlohu zohráva interpretátor: ako si príjemca správy vyložil a aké kroky podnikol v reakcii na správu? Tu je potrebné vnímať, že publikum je veľmi zriedkavo pasívnym príjemcom informácií, ale interpretuje informáciu na základe vlastného poznania, napr. na základe svojho sociálneho postavenia, politických predstáv alebo minulých skúseností.

Informačná hrozba zvyčajne vzniká v troch fázach. Prvá fáza, tvorba, zahŕňa vytvorenie správy jednotlivcom. Vo fáze produkcie sa táto správa transformuje na mediálny produkt, ktorý má potenciál osloviť široké publikum. Nakoniec, vo fáze distribúcie, sa správa zverejní a rozšíri medzi cieľovým publikom.

V rámci troch zastrešujúcich typov informačných hrozieb existuje sedem rozlíšených kategórií problematického obsahu, ktoré pomáhajú lepšie pochopiť zložitý informačný ekosystém. Týchto sedem kategórií je zaradených do kontinua na základe ich zámeru klamať.

1. Prvou kategóriou s najnižším zámerom klamať je satira alebo paródia. Producenti satiry nemajú v úmysle spôsobiť škodu, ale ich obsah má potenciál oklamať publikum. Veľa sa diskutovalo o tom, či by sa satira mala zaradiť medzi druhy problematického obsahu. Je však dôležité podotknúť, že satira sa čoraz častejšie strategicky využíva na šírenie fám a konšpirácií a akékoľvek spätné posolstvo možno odmietnuť s tým, že by sa nemalo brať vážne. Okrem toho autor konštatuje, že správy označované ako satira sú čoraz nenávisťnejšie a polarizujú. Odlíšenie satiry od skutočného spravodajského obsahu na sociálnych sieťach môže byť náročné vzhľadom na absenciu heuristiky alebo mentálnych skratiek, ktoré používame na pochopenie sveta okolo nás. Zatiaľ čo rozloženie novín prezrádza, kedy sa článok nachádza v sekcii satiry alebo názorovej sekcii, tieto vizuálne podnety na internete a v sociálnych médiách chýbajú. Ba čo viac, na internete si niektoré satirické spravodajské webové stránky osvojili rozloženie tradičných spravodajských stránok, čo ešte viac sťažuje čitateľom označiť tieto informačné zdroje za satirické. Znáмым príkladom satirickej spravodajskej stránky je "The Onion".
2. Druhá kategória sa týka falošných spojení: keď nadpisy, vizuály alebo titulky nie sú v súlade s obsahom správy. Tento typ obsahu sa niekedy označuje aj ako „clickbait“ obsah, pri ktorom sa používa jazyk senzácií a vizuálne prvky, ktoré majú spočiatku prilákať publikum a viesť k preklikom, ale potom, keď sa čitateľ dostane na stránku, sa nedajú použiť.
3. Tretia kategória sa týka zavádzajúceho obsahu, keď sa informácie používajú zavádzajúcim spôsobom s cieľom vykresliť určitý problém alebo osobu určitým spôsobom. Zavádzajúci obsah sa môže prejaviť rôznymi spôsobmi, napríklad preformulovaním príbehov v titulkoch, použitím iba fragmentov citátov alebo manipuláciou s vizualizáciou štatistík. Takto sa na podporu určitého argumentu vyrozpráva len tá časť príbehu, ktorá sa zhoduje s určitým postojom.
4. Štvrtá kategória problematických informácií sa týka falošného kontextu, ku ktorému dochádza, keď sa skutočný obsah zdieľa s nesprávnymi kontextovými informáciami. V tomto prípade bol pravdivý obsah preformulovaný tak, aby zodpovedal inému a často nebezpečnejšiemu príbehu.
5. Piata kategória sa týka podvodného obsahu, ktorý sa vyskytuje vtedy, keď sa vydáva tento obsah za reálne informačné zdroje. Môže ísť napríklad o prípad, keď sa v nepravdivom obsahu používajú logá známych, uznávaných organizácií, ako sú mimovládne organizácie alebo spravodajské organizácie. Jednou z techník je vytváranie webových stránok, ktoré sa tvária ako profesionálne spravodajské stránky, ale zdieľajú len falošné informácie. Šíritelia falošného obsahu sa môžu vydávať aj za jednotlivé uznávané osobnosti alebo novinárov na platformách

sociálnych médií vytvorením falošných profilov. Táto stratégia môže byť obzvlášť účinná, pretože množstvo informácií na sociálnych médiách, ktoré musia používatelia spracovať, je mimoriadne veľké, a ľudia preto nemusia vždy venovať pozornosť drobným detailom, ktoré prezradia, že účet sa vydáva za niekoho iného.

6. Šiesta kategória sa týka manipulovaného obsahu, čo je prípad, keď sú skutočné informácie alebo vizuálne materiály manipulované s cieľom oklamať publikum. Táto stratégia sa väčšinou týka úpravy fotografií a videí s cieľom sprostredkovať iný príbeh alebo iný uhol pohľadu na príbeh, ako bol pôvodný.
7. Siedma kategória sa týka vymysleného obsahu. Vymyslený obsah je novo vytvorený obsah, ktorý je úplne nepravdivý a vytvorený s úmyslom oklamať a spôsobiť škodu. Tvorcovia vymysleného obsahu si môžu vymýšľať správy a vytvárať obrázky a videá na podporu svojich príbehov. Nedávna vlna obrázkov a videí vytvorených pomocou umelej inteligencie tiež patrí do kategórie vymysleného obsahu.

Ako vyplýva z uvedeného opisu, informačné hrozby vo všeobecnosti a najmä misinformácie a dezinformácie sú komplexné javy. Napriek tejto komplexnosti sa v rôznych publikáciách tieto javy často označujú termínom "falošné správy", ktorý sa vo všeobecnosti chápe ako vymyslené správy, ktoré sú preukázateľne nepravdivé a ktoré nemajú žiadny faktický základ. V poslednom čase sa termín "falošné správy" čoraz častejšie spochybňuje zo strany vedcov a odborníkov v oblasti informačných hrozieb pre jeho vágnosť a neschopnosť rozlišovať medzi rôznymi typmi informačných porúch, keďže sa zdá, že namiesto toho zahŕňa pod pojem informačnej hrozby rôzne javy od nevyvážených informácií až po úplne vymyslené konšpiračné teórie. Okrem toho sa falošné správy stali výsostne politickým pojmom a rétorickým nástrojom, ktorý politici používajú na diskreditáciu hlavných spravodajských médií a na útoky na novinárov, ktorí o nich informovali kriticky.

## 1.4 Príčiny viery v nepravdivé informácie

---

### Teória behaviorizmu

Behaviorizmus je psychologická teória, ktorá sa zameriava na pozorovateľné správanie a zdôrazňuje úlohu prostredia pri formovaní a určovaní správania. Predpokladá, že všetko správanie vrátane kognitívnych procesov a presvedčení možno vysvetliť vonkajšími podnetmi a reakciou jednotlivca na tieto podnety.

Podľa behaviorizmu sa presvedčenia získavajú procesom podmieňovania, predovšetkým posilňovaním a trestom. Vývoj presvedčení je ovplyvnený interakciami jednotlivca s prostredím a dôsledkami jeho konania. Keď sa určité správanie posilňuje alebo odmeňuje, je pravdepodobnejšie, že si jednotlivci vytvoria zodpovedajúce presvedčenia. Je dôležité poznamenať, že behaviorizmus bol kritizovaný pre svoje obmedzené zameranie na vonkajšie faktory a zanedbávanie vnútorných duševných procesov, ako sú myšlienky, emócie a subjektívne skúsenosti. Hoci behaviorizmus poskytuje poznatky o vplyve prostredia na presvedčenia, nezohľadňuje v plnej miere zložitú ľudského poznania a úlohu vnútorných faktorov pri vytváraní presvedčení.

Iné psychologické teórie, ako napríklad kognitívna psychológia a sociálna kognitívna teória, ponúkajú komplexnejšie chápanie formovania presvedčenia tým, že **okrem vonkajších podnetov** zohľadňujú aj **kognitívne procesy, sociálne vplyvy a individuálne skúsenosti**. V týchto teóriách sa uznáva, že presvedčenia sa formujú kombináciou environmentálnych faktorov, kognitívnych procesov a osobných skúseností.

### Sociálny vplyv

Sociálnym vplyvom označujeme proces, ktorým jednotlivci alebo skupiny ovplyvňujú myšlienky, pocity, postoje a správanie iných. Zahŕňa rôzne spôsoby, akými sú ľudia ovplyvňovaní prítomnosťou, konaním alebo názormi iných ľudí v ich sociálnom prostredí. K sociálnemu vplyvu môže dochádzať prostredníctvom priamych alebo nepriamych interakcií a môže byť **zámerný** alebo **nezámerný**.

Existuje niekoľko foriem sociálneho vplyvu, ktoré boli podrobne preskúmané. **Konformita** sa vzťahuje na tendenciu jednotlivcov prispôbiť svoje myšlienky, presvedčenie a správanie tak, aby zodpovedali myšlienkam, presvedčeniu a správaniu väčšiny alebo vplyvnej skupiny. Ľudia sa často prispôbujú spoločenským normám alebo očakávaniam, aby získali uznanie, vyhli sa konfliktom alebo sa snažili získať súhlas ostatných.

**Podriadením sa** označujeme akt zmeny správania ako priamej reakcie na žiadosť alebo príkaz inej osoby alebo skupiny. Bežne sa vyskytuje v situáciách, keď existuje vnímaná

autorita alebo keď sa ľudia chcú vyhnúť negatívnym dôsledkom alebo získať odmenu. Podobným javom ako podriadenie sa je poslušnosť, lenže tá zahŕňa plnenie príkazov alebo pokynov autority, zvyčajne v hierarchických situáciách. K poslušnosti môže dôjsť aj vtedy, keď sú požadované kroky v rozpore s osobným presvedčením alebo hodnotami jednotlivca.

Ďalšou formou je **presvedčanie**. Zahŕňa pokusy o zmenu postojov, presvedčení alebo správania človeka prostredníctvom komunikácie a argumentácie. Techniky presvedčania môžu zahŕňať logickú argumentáciu, emocionálne apely, dôveryhodné zdroje a taktiky sociálneho vplyvu, ako sú sociálne dôkazy (napr. svedectvá) alebo apel na nedostatok (napr. časovo obmedzené ponuky).

Keď prítomnosť iných zlepšuje výkon jednotlivca pri jednoduchých alebo dobre nacvičených úlohách, dochádza k **sociálnej facilitácii**. Samotná prítomnosť iných môže zvýšiť vzrušenie a motiváciu, čo vedie k zlepšeniu výkonu.

**Tzv. „Social loafing“** je tendenciou jednotlivcov vynakladať menšie úsilie pri práci v skupine v porovnaní s individuálnou prácou. K tomuto javu dochádza vtedy, keď majú jednotlivci pocit, že ich prínos je menej identifikovateľný, alebo keď vnímajú svoje úsilie ako menej potrebné v dôsledku prítomnosti iných. Je to dôsledok zníženej osobnej zodpovednosti v kolektíve. Ďalší súvisiaci jav, ktorý vzniká, keď členovia skupiny uprednostňujú harmóniu a konsenzus pred kritickým myslením a nezávislým rozhodovaním, je známy ako **skupinové myslenie**, ktoré môže viesť k chybnému rozhodovaniu a potláčaniu odlišných názorov alebo alternatívnych pohľadov v skupine.

Sociálny vplyv zohráva významnú úlohu v rôznych aspektoch ľudského správania vrátane dodržiavania spoločenských noriem, politických postojov, skupinovej dynamiky a formovania verejnej mienky. Výskumníci intenzívne skúmali sociálny vplyv, aby lepšie pochopili mechanizmy, ktoré za ním stoja, a jeho **účinky na jednotlivcov a spoločnosti**.

## Viera v nepravdivé informácie

Viera v nepravdivé informácie je rozšíreným javom, ktorý ovplyvňujú rôzne faktory. Je dôležité uvedomiť si tieto faktory a pri hodnotení informácií sa snažiť o **kritické myslenie**, istý **skepticizmus** a **používanie spoľahlivých zdrojov**. Rozvíjaním zručností v oblasti mediálnej gramotnosti a overovaním faktov predtým, ako jednotlivci prijímajú informácie za pravdivé, môžu minimalizovať vplyv nepravdivých informácií na svoje osobné presvedčenie a rozhodovacie procesy.

Ľudia môžu veriť nepravdivým informáciám z viacerých dôvodov: Pozrime sa bližšie na niekoľko z nich:

- **Nedostatok dôveryhodných zdrojov**: Ak sa jednotlivci spoliehajú na nedôveryhodné alebo neobjektívne zdroje informácií, je pravdepodobnejšie, že sa

- stretnú s nepravdivými alebo zavádzajúcimi informáciami. Pred prijatím informácií za pravdivé je nevyhnutné overiť dôveryhodnosť zdrojov.
- **Konformačné skreslenie:** Ľudia často vyhľadávajú informácie, ktoré potvrdzujú ich už existujúce presvedčenia alebo názory. Táto tendencia môže viesť k prijímaniu nepravdivých informácií, ktoré sú v súlade s ich svetonázorom, zatiaľ čo protichodné dôkazy ignorujú alebo odmietajú.
  - **Kognitívne skratky:** V niektorých prípadoch môžu ľudia používať heuristiku alebo mentálne skratky na rýchle spracovanie informácií. Hoci tieto skratky môžu byť účinné, môžu tiež viesť k chybám v úsudku, čo spôsobuje, že jednotlivci prijímajú nepravdivé informácie bez ich kritického zhodnotenia.
  - **Emocionálne zdôvodnenie:** Emócie môžu ovplyvniť formovanie presvedčenia. Ak majú jednotlivci silné emocionálne väzby alebo predsudky, môžu byť náchylnejší prijať informácie, ktoré podporujú ich emocionálny stav, aj keď nie sú presné.
  - **Sociálny vplyv:** Ľudia sú často ovplyvňovaní svojím sociálnym prostredím vrátane priateľov, rodiny a sietí sociálnych médií. Ak sú nepravdivé informácie široko zdieľané v rámci určitej sociálnej skupiny alebo online komunity, jednotlivci môžu s väčšou pravdepodobnosťou prijať tieto názory bez toho, aby spochybnili ich platnosť.
  - **Obmedzené vedomosti alebo odborné znalosti:** Nedostatok vedomostí alebo odborných znalostí v určitej oblasti môže spôsobiť, že jednotlivci sú náchylnejší na nepravdivé informácie. Bez potrebných základných informácií alebo zručností kritického myslenia je ľahšie prijať nesprávnu informáciu ako pravdivú.
  - **Nedostatočná mediálna gramotnosť:** Nedostatočné pochopenie toho, ako kriticky posudzovať a hodnotiť informácie, môže prispieť k viere v nepravdivé informácie. Bez potrebných zručností v oblasti mediálnej gramotnosti môžu mať jednotlivci problém rozlíšiť spoľahlivé zdroje od nespoľahlivých.

## Sociálne médiá a neustále prispôbovanie správania

Platformy sociálnych médií sa stali neoddeliteľnou súčasťou života mnohých ľudí a majú významný vplyv na ich správanie. Tieto platformy využívajú rôzne techniky na zapojenie používateľov a podnecujú ich k neustálej interakcii, čo často vedie k zmenám správania. V súčasnosti žijeme v dobe, ktorú definujú technológie a sociálne médiá. Tieto platformy sa stali hlavným prostriedkom, prostredníctvom ktorého si vymieňame myšlienky, emócie, túžby a zapájame sa do interakcií, často vo virtuálnej sfére. V dôsledku toho sa rozšírila úroveň viery a dôvery, ktorá zohráva významnú úlohu pri formovaní medziľudských vzťahov vrátane dôležitých aspektov existujúcich hodnôt a spoločensky platných presvedčení. Tento proces sa vyvíja plynulo, keďže mnohí z nás i z radov mladých ľudí neustále používame rôzne zariadenia. Nevediac o tom, sme neustále sledovaní a monitorovaní, pričom sa nám neustále poskytuje spätná väzba. Postupne zisťujeme, že sme nenápadne ovplyvňovaní a očarení technikmi, ktorých identita zostáva skrytá a ich motívy nejasné. Algoritmy hltavo konzumujú rozsiahle údaje o nás a prispievajú k tejto spletitej sieti vplyvu. Sociálne médiá ovplyvňujú správanie prostredníctvom algoritmov, ktoré dozerajú, upravujú a zobrazujú obsah používateľom. Tieto algoritmy sú špeciálne vytvorené na maximalizáciu zapojenia používateľov prostredníctvom analýzy individuálnych preferencií, vzorcov

správania a demografických informácií. Výsledkom je, že používateľom je často prezentovaný obsah, ktorý zodpovedá ich záujmom, čo ich udržiava v pozornosti dlhší čas. Platformy sociálnych médií využívajú celý rad **psychologických techník, ktoré** podnecujú špecifické správanie používateľov. Jednou z takýchto techník je strategické používanie oznámení a upozornení, ktoré vytvárajú pocit naliehavosti a nútia jednotlivcov často kontrolovať svoje účty.

Všetky tieto a mnohé ďalšie merania boli porovnávané s podobnými údajmi o životoch množstva ďalších ľudí prostredníctvom masívneho sledovania. Algoritmy porovnávajú to, čo robíme, s tým, čo robili takmer všetci ostatní. Algoritmy nám v skutočnosti nerozumejú, ale v číslach je sila, najmä vo veľkých počtoch. Takzvaní inzerenti (priami manipulátori) môžu využiť okamih, keď sme dokonale naladení, a potom nás ovplyvniť správami, ktoré fungovali na iných ľuďoch, ktorí mali s nami spoločné črty a situácie. Teraz každý, kto je na sociálnych sieťach, dostáva individualizované, priebežne upravované podnety, čo by sa dalo chápať ako priebežná modifikácia správania. Platformy tiež využívajú funkcie, ako sú lajky, komentáre a zdieľania, na vytvorenie pocitu sociálneho potvrdenia, čím posilňujú určité správanie, ako napríklad snahu o schválenie alebo potvrdenie od ostatných.

Ďalším aspektom modifikácie správania na sociálnych sieťach je gamifikácia interakcií používateľov. Platformy často využívajú prvky podobné hrám, ako sú odznaky, odmeny a rebríčky, aby povzbudili používateľov k častejšiemu zapojeniu a súťaženiu s ostatnými. Tieto prvky využívajú ľudskú túžbu po úspechu a uznaní, čím podporujú návykové vzorce správania.

Platformy sociálnych médií využívajú **techniky dizajnu presvedčenia** na ovplyvňovanie správania používateľov. Využívajú dizajn používateľského rozhrania, mikrointerakcie a personalizované odporúčania, aby používateľov podnietili k určitým činnostiam.

Je dôležité poznamenať, že platformy sociálnych médií nie sú vo svojej podstate zlomyseľné. Ich cieľom je predovšetkým zvýšiť angažovanosť používateľov a poskytovať personalizované zážitky. Nepretržité vystavenie prispôsobenému obsahu a technikám modifikácie správania však môže potenciálne viesť k negatívnym dôsledkom, ako je návykové správanie, zníženie pozornosti a dokonca posilnenie škodlivých presvedčení alebo bublín skreslenia.

Ako používatelia si musíme byť vedomí týchto techník modifikácie správania a aktívne riadiť používanie sociálnych médií. To môže zahŕňať stanovenie limitov času stráveného pri obrazovke, diverzifikáciu zdrojov informácií, kritické hodnotenie obsahu, ktorý konzumujeme, a uvedomovanie si potenciálnych účinkov na naše správanie a pohodu.

## Ľudské potreby a citové väzby

Ľudská činnosť sa snaží uspokojiť naše potreby. Tieto potreby slúžia ako motivačné sily, ktoré nás nútia dosiahnuť náš maximálny potenciál. Základné potreby sú univerzálne a vzťahujú sa na všetkých jednotlivcov bez ohľadu na kultúrne, sociálne alebo ekonomické prostredie, v ktorom človek žije. Okrem základných fyziologických potrieb, ako je voda, jedlo a spánok, majú ľudia súbor potrieb, ktoré sú menej zjavné, ale napriek tomu sú nevyhnutné pre našu pohodu. Ide o psychologické potreby, ktoré majú podobne ako fyziologické, biologickú povahu. Všetci máme vnútorné zdroje, ktoré nám umožňujú neustále sa usilovať o naplnenie a uspokojenie.

Abraham Maslow vytvoril psychologickú teóriu, ktorá rozdeľuje naše potreby na základné a vyššie úrovne.

Podľa Maslowovej teórie, ak neuspokojíme požiadavky na nižšej úrovni, nemôžeme uspokojiť požiadavky na vyššej úrovni. Až keď sú uspokojené potreby nižšej úrovne, pociťujeme túžbu uspokojiť potreby vyššej úrovne. Dnes sa väčšina psychológov zhoduje v tom, že môžeme súčasne uspokojiť väčší počet rôznorodých požiadaviek. Jednotlivec môže byť dokonca viac motivovaný uspokojovaním "nižších" potrieb ako "vyšších" potrieb.

Hierarchia Abrahama Maslowa:



V dnešnej spoločnosti sa psychologické požiadavky často zanedbávajú, hoci sú dôležité pre našu pohodu. A ak nie sú dlhodobo uspokojované, môžu viesť k úzkosti, melanchólíi, závislosti a návyku. Je nevyhnutné, aby sme sa snažili uspokojiť ich potreby.

Tieto psychologické potreby sú:

1. Potreba dávať a prijímať náklonnosť;
2. Potreba účelu, cieľov a zmyslu;
3. Potreba spolupatričnosti a komunity;
4. Potreba výzvy, kreativity;



5. Potreba intimity;
6. Potreba kontrolovať situáciu;
7. Potreba postavenia a statusu;
8. Potreba bezpečnosti.

Rozšírené používanie sociálnych médií v dnešnej spoločnosti ovplyvnilo spôsob, akým sa vytvárajú a udržiavajú medziľudské vzťahy. Tieto digitálne platformy často slúžia nielen ako prostriedok na nadviazovanie sociálnych kontaktov, ale aj ako priestor na vytváranie citových väzieb. Tento jav je čoraz viac zjavný na rôznych mediálnych platformách, kde majú významný vplyv na naše hodnoty, presvedčenia a túžby. Bez toho, aby sme sa zapojili do introspekcie a kritického myslenia, stávame sa prostredníctvom týchto kanálov náchylní na **emocionálnu manipuláciu**. Preto je nevyhnutné rozvíjať pochopenie našich emocionálnych potrieb a toho, ako môžu byť zneužitú, čo vedie k emocionálnemu únosu.

## Aké sú emocionálne potreby?

Emocionálne potreby sú pocity alebo emócie, ktoré potrebujeme, aby sme sa cítili pokojne, šťastne a spokojne. Bez uspokojenia emocionálnych potrieb sa cítime frustrovaní, nešťastní a nespokojní. Príkladmi emocionálnych potrieb môžu byť pocit uznania, pocit bezpečia, pocit spolupatričnosti atď. Ľuďom sa darí vďaka emocionálnej a sociálnej podpore. Hľadáme emocionálnu výživu rovnako ako fyzickú. Všetci máme emocionálne potreby, ktoré potrebujeme uspokojiť, a každý z nás má iný súbor potrieb. Tu môžu naše emocionálne potreby závisieť od našich skúseností z detstva, našej osobnosti, našej identity a ďalších faktorov, ktoré tvoria našu individualitu.

Nižšie uvádzame niekoľko základných citových potrieb, ktoré sú základom našej citovej väzby, nášho citového puta:

1. **Náklonnosť:** Jednou zo základných citových potrieb je náklonnosť. Náklonnosť je potrebná na posilnenie puta.
2. **Prijatie:** Všetci potrebujeme sociálne prostredie, ktoré nás akceptuje. Táto potreba akceptácie môže vytvoriť pocit spolupatričnosti, ktorý všetci potrebujeme, aby sa nám darilo, napr. požiadať o radu a podporu, zdieľať ciele do budúcnosti, spoločne plánovať aktivity atď.
3. **Bezpečnosť:** Bezpečnosť a pocit istoty sú niektoré zo základných emocionálnych podpôr, ktoré potrebujeme splniť, napr. pocit bezpečia pri zdieľaní emócií, vedomie, že ste podporovaní atď. Tu je dôležité zdôrazniť, že **stanovenie hraníc** môže posilniť váš pocit bezpečia a istoty. Takto viete, čo potrebujete a že existujú určité hranice, ktoré s vami druhí nemôžu prekročiť.
4. **Autonómia:** Keď naše sociálne vzťahy rastú, rastieme spolu s nimi. Často začneme zdieľať spoločné záujmy, koníčky a iné aktivity. A hoci môže byť dôležité zdieľať sa a rásť do jedného celku, je dôležité zachovať si pocit vlastného ja. Nezabúdajte, že ste samostatný jedinec s odlišnou osobnosťou. Mať samostatnosť je dôležitá

emocionálna potreba, ktorú by ste nemali ignorovať. Ak máte pocit, že strácate zmysel pre seba a svoju identitu, urobte krok späť.

5. **Overenie:** Všetci potrebujeme byť vypočutí a potvrdení. Ak vaše obavy zostanú znehodnotené a odmietnuté, môže to prerásť do nevôle.
6. **Dôvera:** Dôvera a bezpečie sú dve emocionálne potreby, ktoré sú navzájom úzko prepojené. Uspokojenie tejto emocionálnej potreby je jedným z najdôležitejších aspektov našich emocionálnych potrieb.

Rovnako dôležité ako uspokojovanie našich základných fyzických a psychických potrieb je aj uspokojovanie našich **emocionálnych potrieb**. Súcit, empatia, náklonnosť, spojenie a prijatie sú pre nás nevyhnutné, aby sme sa cítili živí a úplní.

V dnešnej spoločnosti zohrávajú zaujímavú úlohu najmä **emocionálne väzby a sociálne médiá**. Rozvoj technológií a široké využívanie mediálnych platforiem výrazne ovplyvnili spôsob, akým ľudia vytvárajú a udržiavajú emocionálne väzby.

Citová väzba na sociálne médiá však môže mať aj niekoľko negatívnych dôsledkov. Nadmerné trávenie času na sociálnych sieťach môže viesť k pocitom úzkosti, depresie a osamelosti. Neustále porovnávanie sa s ostatnými a hľadanie potvrdenia prostredníctvom lajkov a komentárov môže mať negatívny vplyv na sebaúctu a celkové duševné zdravie. Príliš veľa času stráveného na sociálnych médiách môže paradoxne viesť k sociálnej izolácii v reálnom živote. Zameranie sa na virtuálne interakcie môže znížiť počet osobných interakcií a zmysluplných kontaktov s priateľmi, rodinou a komunitou.

Platformy sociálnych médií často predstavujú idealizovanú verziu života ľudí, pričom vyzdvihujú vzrušujúce a pozitívne aspekty. To môže vyvolať strach z toho, že niečo zmeškáme, čo vedie jednotlivcov k tomu, aby neustále kontrolovali svoje kanály, aby boli informovaní, čo môže spôsobiť stres a nespokojnosť. Majú tendenciu prezentovať najlepšie okamihy a najdôležitejšie momenty života ľudí, čím vytvárajú skreslené vnímanie reality. Neustále vystavovanie sa starostlivo upraveným obrázkom a príspevkom môže viesť k nerealistickým očakávaniam a nespokojnosti s vlastným životom.

Emocionálna väzba môže skutočne zohrávať významnú úlohu v tom, **že ľudia veria aj dezinformáciám alebo zavádzajúcim informáciám**. Ľudia sú spoločenské bytosti a naše presvedčenia, hodnoty, postoje a potreby sú často formované našimi väzbami s ostatnými. Keď si vytvoríme emocionálne väzby s určitými jednotlivcami alebo skupinami, máme tendenciu ľahšie dôverovať a prijímať ich názory.

**Misinformácie a dezinformácie** môžu byť navrhnuté tak, aby vyvolávali silné emocionálne reakcie, napríklad strach, hnev alebo vzrušenie. Tieto emocionálne spúšťače robia informácie zapamätateľnejšími a presvedčivejšími a môžu prevážiť nad kritickým myslením a racionálnym hodnotením správ.

Citové väzby tak môžu vytvárať pocit identity a príslušnosti k určitému spoločenstvu alebo ideológii. Ľudia môžu s väčšou pravdepodobnosťou prijímať a zdieľať informácie, ktoré sú v súlade s presvedčením ich skupiny, aj keď im chýbajú dôkazy alebo sú nepravdivé. Táto

skupinová súdržnosť môže viesť k šíreniu dezinformácií v rámci uzavretých bublín - skreslení, čo posilňuje falošné naratívy a ďalej posilňuje emocionálne väzby.

Na riešenie problému emocionálnej väzby a viery v dezinformácie je nevyhnutné podporovať zručnosti kritického myslenia, mediálnu gramotnosť a postupy overovania faktov.

Povzbudzovanie jednotlivcov k spochybňovaniu informácií, hodnoteniu viacerých zdrojov a zvažovaniu alternatívnych názorov môže pomôcť čeliť vplyvu emocionálnych predsudkov.

Podpora otvoreného dialógu a rešpektujúcich diskusií môže vytvoriť príležitosti pre ľudí, aby spochybnili svoje vlastné presvedčenie a zapojili sa do rôznych perspektív.

## 1.5 Ako fungujú dezinformácie?

---

### Šírenie misinformácií a dezinformácií

V dôsledku tendencie ľudí robiť chyby a občas klamať predstavujú dezinformácie, definované ako akékoľvek informácie, ktoré sa nakoniec ukážu ako nesprávne, nevyhnutný problém v našej snahe o presné vedomosti a efektívnu komunikáciu. To však nestačí na vysvetlenie hlavného problému dvadsiateho prvého storočia: šírenia nepravdivých informácií a spúšť, ktorú spôsobujú v schopnosti ľudí zapamätať si a prijímať správne rozhodnutia. Voľby, referendá, politické a náboženské prenasledovanie, ako aj medzinárodná reakcia na epidémiu COVID-19 sú spojené so šírením nepravdivých informácií.

Moderný technologický pokrok je nevyhnutný na pochopenie psychológie a pozadia propagandy. Rímski cisári sa dostali k moci pomocou propagandy šírenej prostredníctvom mincí so skrytými odkazmi, zatiaľ čo propagandistická mašinéria nacistického Nemecka sa pri oslovovaní mas spoliehala najmä na písanú tlač, rozhlas a film. Dnešné dezinformačné snahy majú nebývalý dosah predovšetkým vďaka širokému využívaniu internetu. Internet má obrovské publikum a umožňuje vytvárať presvedčivé správy podľa jedinečného typu osobnosti každého používateľa. Navyše, ak komunikačný kontext uprednostňuje potvrdzovanie predchádzajúcich názorov (tzv. echo chambers – bublín informačného skreslenia, pozri kapitolu 1.6), vystavenie používateľov materiálom, ktoré sú v rozpore s ich svetonázorom, môže byť obmedzené. Hoci pôsobenie informačných bublín na názory a konanie ľudí bolo predmetom istej diskusie, môžeme povedať, že internet poskytuje dokonalé médium na rýchle šírenie dezinformácií na úkor pravdy.

V boji proti dezinformáciám sa v oblasti vedeckej komunikácie tradične používa "model informačného deficitu", ktorý kladie dôraz na neinformovanosť ľudí, a nie na dostupnosť alternatívnych názorov. Preto sa účinok nepravdivých informácií môže zmierniť poskytnutím jasného a stručného vysvetlenia relevantných faktov. Prístup informačného deficitu však neberie do úvahy kognitívne, sociálne a afektívne determinanty formovania postojov a hodnotenia pravdy. Niektorí ľudia napríklad ignorujú všeobecnú vedeckú zhodu, že zmena klímy je skutočná, alebo odmietajú očkovanie, aj keď poznajú riziká. K tomuto odmietaniu vedy okrem jednoduchej nevedomosti prispievajú aj také faktory ako konšpiračné myslenie, obavy, vyjadrenie identity a motivované uvažovanie (uvažovanie založené viac na vlastných osobných alebo morálnych presvedčeniach než na objektívnych dôkazoch). Preto je veľmi dôležité zamyslieť sa nad kognitívnou architektúrou a sociálnym prostredím jednotlivých rozhodovateľov, aby sme pochopili psychológiu dezinformácií a spôsob, akým by sa dala riešiť.

## Hnacie sily falošných presvedčení

Nesprávne informácie sú dôležitým základom pre rozvoj nesprávnych presvedčení. Na vytváranie nepravdivých predstáv vplýva viacero kognitívnych, sociálnych a afektívnych faktorov, napriek tomu nedostatok prístupu ku kvalitným informáciám nemusí byť primárnym dôvodom. Vo väčšine prípadov tie isté procesy, ktoré vytvárajú pravdivé presvedčenia, môžu vytvárať aj nepravdivé presvedčenia. Ľudia majú tendenciu byť náchylní akceptovať pravdivosť informácií a pri rozhodovaní sa spoliehať skôr na svoji intuíciu a "vnútorné" reakcie, než na uvažovanie.

Konšpiračné teórie o pôvode vírusu boli verejnosti prezentované viackrát a toto opakované „odhalenie“ mohlo viesť k všeobecnému presvedčeniu, že sú pravdivé. Sila periférnych signálov, ako je známosť (signál, že správa už bola predtým vypočítaná), plynulosť spracovania (signál, že správa je buď zakódovaná, alebo sa získava bez námahy) a kohézia (signál, že prvky správy majú v pamäti odkazy, ktoré sú vnútorne konzistentné), ako signál pravdivosti sa zvyšuje s opakovaním, čo vedie k efektu iluzórnej pravdy. Z opakovania teda profitujú tak nepravdivé, ako aj overené poznatky. Po prvom vystavení iluzórnym pravdám môžu tieto pretrvávať aj mesiace, neovplyvnené kognitívnou kapacitou alebo prítomnosťou protichodnej rady zo spoľahlivého zdroja alebo minulých poznatkov. Človek by mohol využiť aj "skratku" a jednoducho prijať vlastné predpojaté predstavy za správne. Ak sú titulky správ v súlade s čitateľovou perspektívou, je pravdepodobnejšie, že im bude dôverovať. Stranicka zaujatosť môže viesť aj k prikrášleným spomienkam na politické škandály. Je pravda, že svetonázor človeka môže mať vplyv na jeho schopnosť rozpoznať dezinformačné alebo skreslené titulky, ale svoju úlohu môže zohrať aj intuitívne (alebo "lenivé") myslenie.

Podobne, ak dáte ľuďom čas na premyslenie, môžete im pomôcť robiť lepšie rozhodnutia. Viera v nepravdivé správy, ale nie v pravdivé správy, sa znižuje, ak sa pôvodné dojmy môžu po ďalšom zvážení prehodnotiť. Učiť ľudí "myslieť ako overovatelia faktov" ich motivuje, aby využívali svoje vlastné odborné znalosti namiesto domnienok.

Presvedčenia sú čiastočne formované aj zdrojom poznatkov, pretože sú ovplyvnené sociálnymi signálmi. Vo všeobecnosti je pravdepodobnejšie, že ľudia uveria správe a nechajú sa ňou presvedčiť, ak veria, že pochádza zo spoľahlivého zdroja. Ak ľudia považujú ľudský zdroj informácií za atraktívny, silný a porovnateľný, je pravdepodobnejšie, že budú dôverovať tomu, čo im hovorí. Ľudia s väčšou pravdepodobnosťou dôverujú názorom ľudí zo svojej sociálnej skupiny ako názorom ľudí mimo svojej skupiny, pripisujú rovnakú váhu všetkým názorom bez ohľadu na odbornosť hovoriaceho a mylne predpokladajú, že ich názory sú široko zdieľané, hoci v skutočnosti sa prekrývajú len v malej miere. Keďže mnohí ľudia dôverujú odborníkom a politickým elitám a keďže títo majú možnosť meniť názory verejnosti, môže spôsobiť značné škody, keď lídri vyslovia nesprávne tvrdenia.

Okrem toho sa často prehliadajú, ignorujú, zabúdajú alebo zamieňajú údaje o dôveryhodnosti zdroja informácií.

Falošné presvedčenie môže byť ovplyvnené aj emocionálnym tónom šírených informácií. Emocionálne apely sa bežne vyskytujú v zavádzajúcom obsahu, ktorý sa často zdieľa ("virálne") na internete.

Z nejakého dôvodu, keď sa ľudia snažia niekoho o niečom presvedčiť, automaticky prechádzajú na emotívnejší jazyk, pretože vedia, že funguje lepšie. Ak sa emócie používajú efektívne, môžu ovplyvniť publikum tým, že odvedú jeho pozornosť od iných, možno viac diagnostických znakov, ako je napríklad spoľahlivosť zdroja.

Emocionálny stav človeka môže ovplyvniť aj jeho schopnosť vyvodzovať závery z informácií. Povzbudzovanie k tomu, aby sa "spoliehali na svoje emócie", spôsobuje, že ľudia sú otvorenejší dezinformáciám, pretože sú vedení k tomu, aby verili, že ich pocity sú spoľahlivým zdrojom poznania. Podobne napríklad veľmi optimistické naladenie môže spôsobiť, že človek je náchylnejší na podvody a ilúziu pravdy. Smútok teda môže slúžiť užitočnému účelu, pretože spôsobuje, že ľudia sú menej dôverčiví. Dezinformácie, ktoré sú v súlade s politickým presvedčením človeka, ako aj dezinformácie súvisiace s COVID-19, sú posilnené hnevom. A napokon, sociálna izolácia, ktorá má tendenciu vyvolávať negatívnu náladu a tento emocionálny stav môže zvýšiť citlivosť na konšpiračný materiál.

## Prekážky pri prehodnocovaní presvedčenia

Teória informačného deficitu implicitne predpokladá, že nesprávne presvedčenia sa dajú rozptýliť po sprístupnení správnych informácií. Avšak aj po poskytnutí opravy a jej akceptovaní ako skutočnej môžu mať chybné informácie stále vplyv na presvedčenie ľudí. Tento pretrvávajúci vplyv sa označuje pojmom "efekt pretrvávajúceho vplyvu" (CIE). Aj po oprave môže chybná informácia ovplyvniť ochotu spotrebiteľov zaplatiť za výrobok alebo zdieľať príspevok na sociálnych sieťach.

## Stratégie na opravu nepravdivých informácií

Intervencie proti dezinformáciám musia prekonať mentálne, medziludské a emocionálne prekážky. Väčšinu korekcií tvoria vecné argumenty, ktoré sa týkajú chýb v pôvodnom argumente a nahrádzajú ich správnymi informáciami. Proti logickým nezrovnalostiam, ktoré sú charakteristické pre určité formy dezinformácií, možno tiež bojovať; napríklad poskytnutím odpovedí, ktoré poukazujú na zjavné rozpory medzi tvrdeniami ako "globálna teplota sa nedá presne merať" a "záznamy o teplote ukazujú, že sa ochladzuje". Takéto logické opravy by mohli poskytnúť širšiu obranu proti dezinformačným kampaniam, ktoré využívajú rovnaké logické chyby a klamlivé stratégie. Treťou metódou je diskreditácia zdroja materiálu alebo zníženie hodnovernosti nepravdivých informácií. Oprava nepravdivých informácií môže zahŕňať kombináciu stratégií, ako napríklad poukázanie na chyby v argumentácii, ako aj na chyby v samotných informáciách. V širšom zmysle možno rozlišovať

medzi proaktívnymi (prebunking) a reaktívnymi (debunking) technikami. Cieľom prehodnocovacích stratégií je vybaviť ľudí nástrojmi, ktoré potrebujú na to, aby dokázali rozpoznať a odmietnuť nové formy dezinformácií, keď sa s nimi stretnú. Vyvracanie nepravdivých informácií sa zameriava na oponovanie jednotlivým nesprávnym tvrdeniam po ich odhalení.

## Dôsledky pre odborníkov z praxe

Existuje mnoho možností, ako sa rozhodnúť o najlepšej stratégii boja proti dezinformáciám. Boj proti falošným informáciám si vyžaduje najprv určiť zdroje a pôvod falošnej informácie. Tradičné spravodajské médiá môžu šíriť dezinformácie prostredníctvom názorových článkov, plateného obsahu alebo nekritického opakovania tvrdení politikov, a to napriek tomu, že sociálne médiá sú významným nositeľom dezinformácií. Profesionáli musia byť schopní vopred alebo rýchlo vyvrátiť bežné témy dezinformácií tým, že budú mať pripravené vhodné overené alternatívne príbehy. Na dosiahnutie tohto cieľa sa často vytvárajú koalície organizácií, ako sú Medzinárodná sieť na kontrolu faktov a Svetová zdravotnícka organizácia. Pracovníci s mládežou si musia uvedomiť, že na zníženie vplyvu nepravdivých informácií nebude stačiť jednoduché vyvracanie informácií a že intervencie zvyčajne časom strácajú svoju účinnosť. Preto by mali byť odborníci z praxe pripravení konať viackrát. Schopnosť rozprávať presvedčivé príbehy podložené dôkazmi je pre účinnú nápravu kľúčová. Anekdoty a príbehy môžu byť klamlivé, ale štruktúra rozprávania nie je potrebná. Schopnosť rozlišovať medzi faktami a názormi je tiež zručnosť, ktorú možno naučiť. Viditeľnejšie označovanie môže podnieť čitateľov, aby podľa toho zmenili svoje chápanie a interpretáciu článkov, a to aj napriek tomu, že väčšina konzumentov správ si nevšimne alebo nepochopí označenia obsahu, ktoré upozorňujú, že ide o správu, názor alebo reklamu. Označovanie môže u čitateľov vyvolať napríklad podozrenie voči sponzorovanému materiálu. Upozornenia sú užitočné, ale nie sú spoľahlivé, aby zabránili účinkom šíreného obsahu. Ak preventívne opatrenia zlyhajú, odborníci by mali prejsť na reakčnú stratégiu. Nie všetky chyby v informáciách by sa však mali riešiť. Vzhľadom na obmedzené zdroje a náklady by sa úsilie o nápravu škodlivých dezinformácií malo prioritne zamerať na tie rozsiahlo šírené. Je nepravdepodobné, že tí, ktorí o chybnej informácii nevedeli pred tým, ako sa dozvedeli o oprave, si ju po jej vypočutí osvoja. Ak je však potenciál poškodenia nízky, nie je potrebné vyvracať nepravdivé informácie, o ktorých vie len málo ľudí, pretože by sa tak nepravdivý zdroj mohol dostať do väčšieho a širšieho povedomia verejnosti.

## Dôsledky pre spotrebiteľov informácií

Šírenie nepravdivých informácií možno spomaliť alebo zastaviť, ak sa používatelia informácií zdržia zdieľania nepravdivých príbehov s ostatnými. Publikum musí napríklad vedieť, že sa môže stretnúť nielen s relatívne neškodnými dezinformáciami, ako sú chyby v spravodajstve, zastarané materiály a satira, ale aj s dezinformačnými snahami, ktorých

cieľom je zasiať pochybnosti, zdiskreditovať osoby a vyvolať konflikt. Následne je dôležité, aby verejnosť pochopila, že dezinformačné kampane môžu využívať psychologickú manipuláciu prostredníctvom manipulácie algoritmov sociálnych médií a predaja súkromných informácií používateľov prostredníctvom sprostredkovateľov údajov, ktorí tieto algoritmy ďalej manipulujú. Neopatrné šírenie informácií môže zvýšiť pravdepodobnosť, že ostatní budú uvedení do omylu. Šírením nepravdivých informácií možno pomáhať tým, ktorí ich vytvárajú, získať vytúžené finančné výhody a zároveň rozširujete ideologické priepasti, ktoré bránia ľuďom voliť, podnecujú násilie a podkopávajú demokracie. Preto by sa mali jednotlivci pohltený obsahom správ zastaviť a zvážiť svoje motivácie a preskúmať svoju emocionálnu reakciu. Využívanie laterálnych čitateľských zručností, venovanie zvýšenej pozornosti zdroju a premýšľanie o jeho legitímnosti a motivácii by mohlo čitateľom pomôcť ľahšie odhaliť nepravdivý materiál. Každý by mal byť povzbudzovaný k tomu, aby zdvorilo, zámerne a premyslene opravoval online dezinformácie, keď sa s nimi stretne (pokiaľ ich neposúdi ako neškodný okrajový postoj), vzhľadom na výhody ovplyvňovania pozorovateľov prostredníctvom pozorovateľskej opravy. Všetky tieto podnety sú základnými kameňmi aj mediálnej gramotnosti. Jedným zo základných princípov mediálnej gramotnosti totiž je, že chráni jednotlivcov pred negatívnymi vplyvmi mediálneho pôsobenia, ako je napríklad pokušenie prijať určité presvedčenie alebo konanie, tým, že im umožňuje pochopiť ciele médií.



## 1.6 Výber, používanie a zneužívanie slov v informáciách

---

### Na výbere slov záleží

Komunikácia je založená na slovách a slová zohrávajú v informačnej oblasti zásadnú úlohu v tom, ako chápeme svet. Výber, používanie a zneužívanie slov môže mať zásadný vplyv na to, ako ľudia chápu posolstvá vyjadrené v rôznych informáciách, od správ a vedeckých článkov až po príspevky v sociálnych médiách a reklamné aktivity.

Na vyjadrenie významu prostredníctvom jazyka je potrebná zručnosť. Skúsení komunikátori si uvedomujú, že výber slov má moc ovplyvniť pocity a porozumenie čitateľa. Pútavý názov môže urobiť čokoľvek, od upútania záujmu čitateľa až po ovplyvnenie jeho názorov. Podobne, ak použijete živý a podrobný jazyk, môžete v hlave čitateľa vytvoriť obraz, ktorý mu pomôže lepšie pochopiť a zapamätať si obsah.

Nezabudnite však, že s autoritou prichádza aj povinnosť. Výber slov je dôležitý, pretože ich nadmerné používanie alebo zneužívanie môže narušiť spoľahlivosť prezentovaných údajov. Zavádzajúci alebo senzačný jazyk je častým spôsobom zlého zaobchádzania. Na prilákanie čitateľov a divákov sa v dnešnej dobe clickbaitových titulkov a "falošných správ" často používajú senzácie. Takéto pozornosť pútajúce titulky často zavádzajú a mätú čitateľov, pretože zveličujú alebo skresľujú pravdu.

Eufemizmy a dvojzmysly sú ďalšími zložkami jazyka, ktoré môžu viesť k zlému zaobchádzaniu. Tieto stratégie často používajú vlády, podniky a dokonca aj súkromné osoby na zmiernenie účinkov nepriaznivých informácií alebo na ovplyvnenie verejnej mienky. Eufemizmy sa používajú na zmiernenie úderu nepríjemných skutočností, aby boli stráviteľnejšie alebo spoločensky prijateľnejšie. Zámerná manipulácia s jazykom má potenciál brániť otvorenej komunikácii a podkopávať dôveru.

Slovné chyby sa môžu prejavíť v úmyselnom šírení nepravdivých informácií alebo propagandy. V súčasnosti sa vďaka dosahu internetu a sociálnych médií môžu dezinformácie šíriť rýchlosťou svetla. Jednotlivci a skupiny môžu ovplyvňovať verejnú mienku, vyvolávať rozpory a diskreditovať dôveryhodné zdroje informácií prostredníctvom zámerného používania zavádzajúceho jazyka, tendenčných úmyslov a zjavných nepravd.

Čitatelia aj pisatelia sa podieľajú na zastavení zneužívania jazyka v médiách. Všetci profesionáli v oblasti žurnalistiky, literatúry, vedy a vzdelávania sú zodpovední za ochranu pravdivosti svojej práce. Títo tvorcovia informácií môžu pomôcť budovať informovanejšiu spoločnosť, ak budú dodržiavať profesionálne normy, overovať svoje zdroje a zachovávať neutralitu.

Napríklad konvenčný význam deklaratívnych a interrogatívnych výpovedí je spojený s ilokučnými – nepriamymi zámermi správy a žiadosťami o informácie, čo znamená, že to, čo niekto povie, má vzťah k oznamovanému obsahu, napríklad vydanie príkazu alebo sľubu.

Imperatívne časy – príkaz, rozkaz – sa často spájajú s významom lákania, presviedčajú, aby sa niečo urobilo, tým, že ponúkajú niečo príjemné. Pri používaní nepriamych foriem nie sú jasné skutočné zámery hovoriaceho.

## Prečo náš mozog verí ľžiam?

Ľudský mozog je úžasný orgán so schopnosťou sofistikovaného myslenia, pamäte a rozhodovania. Nie je však stopercentne presný. Naša schopnosť kritického myslenia nás nie vždy ochráni pred tým, aby sme naleteli podvodu. Lepšie pochopenie príčin tohto javu by nám mohlo pomôcť lepšie oceniť zložitost' a krehkosť ľudského myslenia.

Kognitívne predsudky majú veľký podiel na tom, ako ľahko sa naša myseľ nechá oklamať a prijme nepravdivé informácie. Tieto predsudky, známe aj ako mentálne skratky alebo heuristiky, používame na rýchle rozhodovanie a hodnotenie v každodennom živote. Hoci sú v mnohých situáciách užitočné, môžu nám zatemniť úsudok, keď potrebujeme objektívne vyhodnotiť informácie. Medzi príklady tohto druhu predsudkov patrí konfirmačné skreslenie, ktoré vedie ľudí k tomu, že hľadajú a uprednostňujú informácie, ktoré podporujú ich predchádzajúce názory, pričom ignorujú alebo odmietajú dôkazy o opaku. V dôsledku efektu informačných bublín spôsobeného konfirmačným skreslením máme problém prijať informácie alebo myšlienky, ktoré sú v rozpore s našimi zaužívanými predstavami o svete.

Ďalšou zložkou, ktorá nás robí náchylnými uveriť klamstvám, je naša emocionálna reakcia na informácie. Pri rozhodovaní často víťazia emócie nad logikou. Keď sa stretne s vysoko emočne nabitým materiálom, náš mozog môže upustiť od logiky v prospech okamžitej, intuitívnej reakcie. V dôsledku toho nás môžu ľahšie ovplyvniť tí, ktorí hrajú na naše emócie tým, že apelujú na náš strach, hnev alebo iné silné pocity.

Naša myseľ má tiež sklon dopĺňať prázdne miesta a vymýšľať si príbehy tam, kde žiadne nie sú. To môže spôsobiť chybné spomienky alebo prijatie vysvetlení, ktoré znejú rozumne, ale v skutočnosti sú nesprávne. Naša tendencia hľadať v prostredí vzorce a súvislosti nás môže pri nejednoznačnosti alebo chýbajúcich údajoch zaviesť do omylu.

Dôležité je tiež zohľadniť úlohu spoločnosti. Ako spoločenské bytosti dovoľíme, aby názory a činy ľudí okolo nás formovali naše vlastné. Sklon k spochybňovaniu alebo kritickému posudzovaniu informácií môže byť ovplyvnený skupinovým myslením, spoločenským konformizmom a potrebou spoločenského schválenia. Ak je nepravda v súlade s predstavami našich sociálnych skupín alebo ju podporujú ľudia, ktorých si vážime a máme radi, je pravdepodobnejšie, že ju prijmem. V dôsledku toho je pravdepodobnejšie, že mylnej informácii uveríme, zapamätáme si ju a neskôr si na ňu spomenieme – aj keď sa dozvieme, že bola nepravdivá.

Okrem toho rozšírenie digitálnych médií a rýchlosť, akou sa informácie môžu šíriť prostredníctvom sociálnych sietí, uľahčili šírenie ľží a mylných predstáv. Preťaženie

informáciami spolu s personalizovanými algoritmami môže viesť k vytváraniu "filtročných" a "informačných bublín", ktoré slúžia len na posilnenie už existujúceho svetonázoru. Zahltení údajmi môžu mať ľudia problém rozlíšiť fakty od fikcie, čím sa zvyšuje pravdepodobnosť, že budú veriť dezinformáciám a šíriť ich. Čím viac vidíme, že sa niečo opakuje, tým je pravdepodobnejšie, že tomu uveríme ako pravde. Tento "efekt iluzórnej pravdy" vzniká preto, že ako skratku pre pravdu používame známosť a ľahkú zrozumiteľnosť; čím viac sa niečo opakuje, tým známejšie a plynulejšie sa nám to zdá bez ohľadu na to, či ide o dezinformáciu alebo skutočnosť. Ďalšie vysvetlenia o filtročných a informačných bublinách budú uvedené neskôr v týchto usmerneniach.

Ako teda znížiť pokušenie veriť nepravdivým informáciám? Východiskom je uvedomenie. Ak si uvedomíme svoje vlastné kognitívne a emocionálne slabosti, môžeme lepšie vyhodnocovať informácie. Je dôležité byť otvorený novým myšlienkam a byť ochotný zmeniť svoj názor, keď nám budú predložené presvedčivé dôkazy. Vyvrátenie alebo preukázanie, že niečo nie je pravda, nestačí na boj proti dezinformáciám - musíme byť aj aktívni prostredníctvom "prebunkingu" – predchádzania, čo v podstate znamená pripraviť náš mozog na rozpoznanie dezinformácií skôr, ako sa s nimi stretne. Podobne ako vakcína pripraví váš imunitný systém na boj s cudzím útočníkom, aj prebunking môže zaočkovať a posilniť váš psychologický imunitný systém proti vírusovým dezinformáciám.

## Hypotéza jazykového determinizmu

Schopnosť komunikovať a zdieľať myšlienky prostredníctvom jazyka je základom ľudskej existencie. Formuje naše myšlienky, usmerňuje naše vzťahy a umožňuje nám prenášať význam. Sapir-Whorfova hypotéza alebo myšlienka jazykového determinizmu predpokladá, že myslenie a vnímanie používateľov jazyka je formované jeho štruktúrou, slovnou zásobou a gramatickými vzormi. Táto teória navrhuje, že ľudia sú obmedzení na myšlienky a predstavy, ktoré im ich jazyk umožňuje vyjadriť, pretože rôzne jazyky poskytujú odlišné pojmové rámce. Znamená to, že naša schopnosť pozorovať a chápať svet okolo nás je obmedzená a formovaná štruktúrou jazyka, ktorý používame.

Medzi jazykmi existujú rozdiely v kategorizácii a opise univerza, a teda aj v spôsoboch, akými ich používatelia vnímajú a chápu rôzne situácie.

Niektoré jazyky môžu mať zložitejší slovník farieb, čo umožňuje hovoriacim ľahšie rozlišovať medzi odtieňmi a farbami, ako jeden z príkladov. Podobne sa v alpských oblastiach používa viac ako tucet rôznych výrazov pre sneh. Vplyv gramatických štruktúr na kognitívne procesy je ďalšou témou výskumu v rámci jazykového determinizmu. Napríklad od používateľov niektorých jazykov sa zvyčajne vyžaduje, aby označili rod podstatných mien vo vete, zatiaľ čo používatelia iných jazykov nemusia. Tento gramatický rozdiel môže ovplyvniť spôsob, akým rodení hovoriaci týchto jazykov klasifikujú a označujú veci, čím im dávajú rodové vlastnosti a konotácie. Ďalší príklad: Okrem jednotného a množného čísla sa v slovinskej

gramatike používa aj "duál" s odlišnými koncovkami v závislosti od počtu osôb, o ktorých sa hovorí.

Kritici jazykového determinizmu tvrdia, že jazyk nie je jediným faktorom, ktorý formuje myslenie a cítenie ľudí. Naznačujú, že pri formovaní nášho myslenia a správania zohrávajú úlohu aj iné prvky ako genetika a prostredie. Stojí tiež za zmienku, že teória determinizmu v lingvistike nenaznačuje, že jazyk má monopol na myseľ alebo obmedzuje náš tvorivý potenciál. Naopak, predpokladá, že jazyk má značný vplyv na naše myšlienkové procesy a spôsoby, akým vnímame svet.

## Nejednoznačnosť

Nejednoznačná komunikácia predstavuje hrozbu viacerými spôsobmi. Aj keď to nie je zámerom, nejednoznačnosť môže spôsobiť, že ostatní nesprávne pochopia alebo nesprávne použijú to, čo bolo povedané.

Nedorozumenia medzi ľuďmi alebo skupinami môžu byť dôsledkom používania nejednoznačného jazyka alebo posielania zmiešaných správ. Zmätkov, nesúhlas a narušenie efektívnej komunikácie môže nastať, keď príjemcovia nesprávne pochopia zamýšľaný význam správy. V dôsledku nejednoznačnosti sa môžu prenášať aj neadekvátne alebo nepravdivé informácie. Je ľahké nesprávne interpretovať správu alebo prehliadnuť kľúčové body, keď sú kľúčové prvky nejasné. To je obzvlášť neprijemné v oblastiach, kde je faktická presnosť nevyhnutná, napríklad v medicíne, záchranných službách a práve.

Pri nevy povedaných slovách môžu vzniknúť konflikty a nedorozumenia. Spory a nehody môžu vzniknúť, keď ľudia s rozdielnym chápaním toho istého posolstva trvajú na svojej pravde. Možným dôsledkom sú problémy vo vzťahoch, nižšia výkonnosť a ťažkosti pri spolupráci. Jednotlivci nemusia prijať zodpovednosť za svoju prácu alebo môžu nespĺniť očakávania, ak si nie sú istí svojou úlohou, výsledkami, ktoré sa od nich očakávajú, alebo tým, ako ich dosiahnuť. Z tohto dôvodu môže dôjsť k poklesu produktivity, narušeniu spolupráce a iným nežiaducim výsledkom.

Nejednoznačnosť môže mať aj etické a právne dôsledky. Právne spory a nehody môžu vyplývať napríklad z príliš nejasnej zmluvy alebo dohody. Podobne môže dôjsť k úrazu alebo neetickému správaniu v dôsledku nejednoznačnosti v komunikácii o bezpečnostných opatreniach alebo etických zásadách.

Diplomatické a rokovacie situácie sú ideálnym miestom na šikovné využitie dvojznačnosti. Tým, že vyjednávači ponechávajú niektoré veci nevy povedané, vytvárajú flexibilitu pre manévrovanie a kompromis. Umožňuje stranám rokovať o chýlostivých záležitostiach bez toho, aby zaujali neústupné stanoviská, čo môže otvoriť cestu ku kompromisu.

Sugestívna dvojznačnosť je taktika, ktorá umožňuje rečníkovi vyjadriť to, čo chce, a zároveň umožňuje poslucháčom vyvodiť akékoľvek závery. Umožňuje to široká škála rečnických slov. Situačné a medziľudské faktory v kombinácii s významom jazykových výrokov vytvárajú dvojznačné prostredie, v ktorom poslucháči môžu vyvodiť buď pozitívne, alebo negatívne závery. V tomto prostredí je pre rečníkov jednoduchšie nenápadne vkladať vlastné názory, vyhlásenia, obvinenia, výzvy k násiliu atď.

V politických prejavoch sa často používa šifrovaný jazyk a dvojzmyselnosť, aby sa zmenil postoj voličov a aby sa ich protivníci vykreslili v negatívnom svetle. Dalo by sa tvrdiť, že tento druh dvojzmyselnosti sa šikovne využíva na riešenie medzinárodných problémov vyjednávaním kompromisov, ktoré sú prijateľné pre všetky zúčastnené strany. Niekedy sa nejednoznačnosť stáva výraznejšou, pretože kontext poskytuje hodnoverný alternatívny výklad. To je bežné, keď majú ľudia zapojení do interakcie rôznu úroveň predchádzajúcich znalostí.

Celkovo môže nejednoznačnosť spôsobiť rozkol medzi interpretáciou a pôvodným významom textu, prejavu alebo článku. Kvôli tomuto rozporu môžu niektorí ľudia šíriť svoju nepresnú interpretáciu informácií (informačná hrozba). Nejednoznačnosť môže vzniknúť náhodne, čo vedie k nesprávnym interpretáciám, a tým sa zvyšuje pravdepodobnosť vzniku dezinformácií, alebo môže byť zámerne využitá na vytvorenie dezinformačného príbehu medzi príjemcami nejednoznačného jazyka.

Preto je nevyhnutné vyhnúť sa nedorozumeniam a nesprávnym výkladom tým, že budete čo najkonkrétnejší a najjasnejší. Nebezpečenstvo nejednoznačnosti možno znížiť používaním zrozumiteľného jazyka, presnými pokynmi, v prípade potreby vyžiadanim si vysvetlenia a kontrolou správnosti vyjadrenia významu.

## Jazyková manipulácia

Jazyk je mocný nástroj, ktorý ľudia používajú na komunikáciu, vyjadrovanie myšlienok a formovanie nášho chápania sveta. Jazyk sa však dá aj manipulovať a využívať na rôzne účely. Jazyková manipulácia, zámerne a strategické používanie jazyka na ovplyvňovanie myšlienok, názorov a správania, je fenomén, ktorý je rozšírený v celej histórii. Techniky jazykovej manipulácie a ich vplyv na jednotlivcov a spoločnosť sú zobrazené nižšie.

Techniky jazykovej manipulácie:

1. **Emocionálne nabitý jazyk:** Používanie emocionálnych slov a fráz s cieľom ovplyvniť názory a vyvolať špecifické reakcie. Cieľom tejto techniky je vyvolať u jednotlivcov silné emocionálne reakcie, ktoré zatemnia racionálne myslenie a podporia neobjektívne interpretácie. *Príklad: "Ilegálni cudzinci" a "pristáholci bez dokladov": Používanie pojmu "ilegálni cudzinci" má negatívny nádech a naznačuje kriminalitu a inakosť.*

2. **Eufemizmy:** Nahradenie negatívnych alebo tvrdých výrazov neutrálnymi alebo pozitívnymi. Eufemizmy sa používajú na zmiernenie vplyvu určitých slov alebo pojmov, aby boli prijateľnejšie alebo menej hrozivé. Môžu manipulovať s vnímaním a ovplyvňovať to, ako jednotlivci vnímajú a reagujú na určité myšlienky alebo činy. *Príklad: "Znižovanie stavu zamestnancov" namiesto "prepúšťanie".*
3. **Dvojzmysly:** Používanie jazyka na zámerné zastieranie alebo prekrúcanie významu, často používané politikmi alebo organizáciami. Dvojzmysel môže zahŕňať zámernú dvojzmyselnosť, nadmernú zložitosť alebo používanie žargónu s cieľom zmiasť alebo zavádzať ľudí a zároveň si zachovať zdanie dôveryhodnosti. *Príklad: "Zosilnené techniky vypočúvania" namiesto "mučenia".*
4. **Rámovanie:** Strategický výber a prezentácia informácií s cieľom formovať vnímanie a ovplyvňovať interpretácie. Zdôrazňovaním určitých aspektov problému, pričom iné aspekty sa bagatelizujú alebo vynechávajú, môže rámcovanie usmerniť chápanie jednotlivcov a podporiť konkrétne názory. *Príklad: "Ochrana životného prostredia" oproti "obmedzovaniu hospodárskeho rastu". Jedna strana môže problém rámcovať ako "ochranu životného prostredia", pričom zdôrazňuje pozitívne aspekty, zatiaľ čo protistrana ho rámcuje ako "obmedzenie hospodárskeho rastu", pričom zdôrazňuje potenciálne negatívne dôsledky.*
5. **Falošné dichotómie:** Prezentovanie zložitého problému ako problému, ktorý má len dve protichodné možnosti, a nútenie jednotlivcov, aby si z nich vybrali. Táto technika obmedzuje kritické myslenie a podporuje polarizovaný pohľad, pričom sa neberú do úvahy nuansy a alternatívne názory. *Príklad: "Buďte s nami, alebo proti nám."*
6. **Heslá a slogany:** Zapamätateľné frázy alebo slogany, ktoré sa opakovane používajú na formovanie verejnej mienky a posilnenie určitých presvedčení. Zjednodušujú zložité myšlienky do ľahko stráviteľných zvukových útržkov, pôsobia na emócie a vytvárajú pocit identity alebo lojality. *Príklad: "Make America Great Again."*

## 1.7 Bubliny skreslenia a šírenie dezinformácií

---

Na začiatku tejto kapitoly bol použitý termín "informačné bubliny". V tejto podkapitole sa hlbšie ponoríme do toho, čo sa z nimi skrýva, ako vznikajú a prečo je dôležité, keď hovoríme o misinformáciách a dezinformáciách.

V priebehu predchádzajúcich dvadsiatich rokov došlo k významným zmenám v šírení dezinformácií, ktoré boli spôsobené najmä technologickým vývojom a rastom platformami sociálnych médií. Počas tohto obdobia sa informačný neporiadok šíril alarmujúcou rýchlosťou. Pomerne rýchlemu šíreniu nepravdivých informácií a viere v ne napomohol nástup a rozsiahle využívanie sociálnych médií, a to tak na hlavných platformách, ako sú Facebook a Tiktok, ako aj na alternatívnych platformách, ako sú 4chan a 8kun. Vzhľadom na otvorenú povahu týchto sietí sa falošné informácie a príbehy môžu rýchlo šíriť po celom svete. S cieľom maximalizovať angažovanosť a zdieľanie majú algoritmy platformami sociálnych médií tendenciu podporovať sporné alebo veľkolepé témy. A keďže ľudia radi konzumujú a šíria informácie, ktoré potvrdzujú ich vlastné názory (konfirmačné skreslenie), na internete začali vznikať informačné bubliny alebo „komory“. V týchto uzavretých komunitách sa môžu rýchlo šíriť nepravdivé informácie bez toho, aby boli kriticky posúdené alebo opravené. Okrem toho môžu dezinformácie rásť a stať sa ešte nepravdivejšími, škodlivejšími a viac skreslenými od reality. Deje sa to prostredníctvom lievického efektu algoritmov sociálnych médií. Viac o algoritmoch sociálnych médií bude vysvetlené neskôr v usmerneniach v rámci témy "*technológie a nástroje*".

Pojem "informačná bublina" sa používa na opis situácie, v ktorej sú ľudia vystavení len údajom, myšlienkam a perspektívam, ktoré podporujú ich už existujúci svetonázor. Ľudia v týchto komorách alebo bublinách majú tendenciu posilňovať a zosilňovať svoje názory navzájom, pričom interakcia s opačnými názormi je malá alebo žiadna. Preto najčastejšie ignorujú alebo odmietajú všetko, čo spochybňuje daný svetonázor. Táto pozitívna spätná väzba môže vytvárať dojem súhlasu, ale v skutočnosti potláča hľadanie nových perspektív.

Názov "informačná bublina alebo komora ozvien" pochádza z akustickej ozvenovej komory, čo je uzavretý dutý priestor, ktorý odráža zvuky. To je skvelá metafora pre to, čo možno pozorovať v týchto názorových komorách ozveny: podobne zmýšľajúci jednotlivci odrážajú svoje vlastné názory a myšlienky vo svojom vlastnom, oddelenom priestore bez akéhokoľvek "hlukového znečistenia" zvonku (čiže: odlišných názorov).

Toto prostredie je ideálne na šírenie dezinformácií a extrémnych svetonázorov. V komorách ozvien alebo informačných bublinách sa posilňuje konfirmačná tendencia, teda sklon hľadať a prijímať informácie, ktoré podporujú už existujúce názory. Ľudia sú náchylnejší prijímať a šíriť informácie bez pochybností, keď sú v spoločnosti tých, ktorí majú rovnaký názor, a keď sú vystavení obsahu, ktorý tento svetonázor podporuje. V bublinách sa ľudia rozhodnú počuť a vidieť len tie informácie, ktoré potvrdzujú ich vlastné názory. Tým, že človek počúva len to, s čím už súhlasí, je informačné prostredie obmedzené, čo dáva klamstvu väčšiu šancu nekontrolovane sa šíriť. Dezinformácie sa môžu šíriť, diskutovať a posilňovať v bublinách, kde sa zhromažďujú ľudia s podobnými predsudkami. Dezinformácie si budujú

legitimitu a ťažšie sa vyvracajú, keď si jednotlivci navzájom vymieňajú a šíria zavádzajúce príbehy.

Vzhľadom na nedostatok interakcie s opačnými názormi a myšlienkami je pravdepodobné, že echo bude prehnané a skreslí sa do extrémnejších názorov, ktoré sú vzdialenejšie od reality. Je to preto, že ľudia sú náchylnejší prijímať a šíriť informácie bez pochybností, keď sú v spoločnosti tých, ktorí zdieľajú ich pohľad na svet, a keď sú vystavení obsahu, ktorý tento pohľad na svet podporuje. Názory jednotlivcov v komore sa zosilňujú a transformujú do názorov, ktoré sú s najväčšou pravdepodobnosťou nepravdivým obrazom skutočného sveta. Tieto pokrivené názory sa potom môžu šíriť do priestorov mimo týchto bublín, pretože ľudia v nich sú náchylní replikovať pokrivené názory, ktoré tam boli vytvorené. Toto je jeden zo spôsobov, ako sa vytvárajú dezinformácie. Ako sa tieto zosilnené myšlienky šíria mimo týchto bublín, bude vysvetlené v *kapitole 3: Technológie a nástroje*.

Keďže bubliny zohrávajú veľkú úlohu pri šírení informačných hrozieb, zohrávajú významnú úlohu aj pri online radikalizácii. Jedným z mechanizmov v procese radikalizácie je echoing, ktorý sa vzťahuje na spôsob, akým môže neustála interakcia s inými ľuďmi, ktorí zastávajú rovnaké extrémne myšlienky a názory, formovať a posilňovať vlastné presvedčenie človeka a potenciálne dokonca legitimizovať násilie. "Komory ozvien", ktoré sa môžu vytvárať online, prispievajú k potvrdzovaniu presvedčenia ľudí, tlačia ich k radikálnejšiemu mysleniu a konaniu a podporujú zvýšenú nedôveru voči hlavnému spravodajstvu. Okrem toho sa v rámci týchto bublín extrémistické ideológie normalizujú, čo jednotlivcom sťažuje možnosť postaviť sa proti nim. To môže viesť k vylúčeniu členov, ktorí sa pokúšajú vniesť nuansy. Dôležité je, že k eskalácii čoraz extrémistickejších ideológií môžu prispieť aj algoritmy používané platformami sociálnych médií.

Je dôležité povzbudzovať ľudí, aby si pred zdieľaním informácií overili zdroje. Vzdelávanie verejnosti o spoľahlivých organizáciách a zdrojoch na overovanie faktov im umožní posúdiť pravdivosť materiálov pred ich zdieľaním. Je potrebné podporovať občiansku diskusiu a otvorenú diskusiu naprieč ideologickými líniami, aby sa prelomili bariéry, odstránili sa takéto uzavreté informačné bubliny a podporilo sa vzájomné porozumenie. Sklon uzatvárať sa do bublín možno zmierniť pestovaním atmosféry, v ktorej sa oceňujú rôzne názory.

Platformy sociálnych médií majú zásadný význam v boji proti šíreniu nepravdivých informácií. Vplyv informačných bublín na šírenie dezinformácií možno znížiť prísnejšou kontrolou obsahu, transparentnosťou algoritmov a zodpovednými systémami odporúčaní a nahlasovania.



## 1.8 Kognitívna disonancia

---

Ako už bolo vysvetlené, naša súčasná spoločnosť zápasí s neustálym privalom informácií. Keď sa pohybujeme v tomto labyrinte informácií, stretávame sa s kognitívnou disonanciou: psychologickým javom, ktorý vzniká, keď sa naše presvedčenia a postoje dostávajú do rozporu s protichodnými dôkazmi, alebo keď sa stretávame s protichodnými názormi.

Táto podkapitola sa zaoberá zaujímavým vzťahom medzi kognitívnou disonanciou a všadeprítomným šírením misinformácií a dezinformácií. Skúmame, ako tento vnútorný boj môže neúmyselne viesť jednotlivcov k tomu, aby podľahli vábeniu falošných naratívov a nechtiac sa stali obeťami alebo agentmi klamlivých informačných kampaní. Pochopením zložitosti kognitívnej disonancie v kontexte informačných hrozieb získavame kritické poznatky o ľudskej náchylnosti na manipuláciu, čo nám umožňuje posilniť našu myseľ proti prílivu falošných informácií v digitálnom prostredí.

### História

Leon Festinger (1919 - 1989) ako prvý navrhol teóriu kognitívnej disonancie, ktorá sa zameriava na to, ako sa jednotlivci usilujú o vnútornú konzistenciu. Predpokladal, že jednotlivci majú vrodenu túžbu zachovať súlad medzi svojimi presvedčeniami a činmi. Nekonzistentné alebo protichodné presvedčenia vedú k nesúladu, ktorému sa jednotlivci snažia vyhnúť.

Jeho teória bola založená na štúdiu zúčastneného pozorovania kultu, ktorý veril, že Zem bude zničená potopou, a na tom, čo sa stalo s jeho členmi - najmä s najoddanejšími členmi, ktorí sa vzdali svojich domovov a zamestnania, aby mohli pracovať pre kult - keď potopa nenastala. Oddaní členovia s väčšou pravdepodobnosťou reinterpretovali dôkazy tak, aby ukázali, že mali celý čas pravdu (Zem nebola zničená vďaka vernosti členov sekty).

Podľa jeho teórie máme vrodenu túžbu udržiavať harmóniu v našich postojoch a konaní a vyhýbať sa disonancii (alebo rozladeniu). Tento princíp je známy ako princíp kognitívnej konzistencie. Keď sú postoje alebo konanie nekonzistentné (disonantné), je potrebné niečo zmeniť, aby sa disonancia odstránila.

### Čo je kognitívna disonancia?

**Kognitívna disonancia** je duševné utrpenie spôsobené tým, že človek zastáva dve presvedčenia, hodnoty alebo postoje, ktoré sú v rozpore. Tento konflikt vyvoláva nepríjemné pocity nepokoja alebo nepohodlia, pretože ľudia majú tendenciu usilovať sa o konzistentnosť vo svojich postojoch a vnímaní. Rozpor medzi tým, čomu ľudia veria, a tým, ako konajú, ich

motivuje, aby podnikli kroky, ktoré zmiernia ich trápenie. Ľudia sa snažia zmierniť toto napätie rôznymi spôsobmi vrátane odmietania, vysvetľovania alebo vyhýbania sa novým informáciám. Kognitívna disonancia môže byť spôsobená pocitom, že ste nútení niečo urobiť, získaním nových poznatkov alebo rozhodovaním sa medzi dvoma podobnými možnosťami.

Kognitívna disonancia môže u jednotlivcov vyvolávať nepokoj a nepohodu. Platí to najmä vtedy, ak sa rozpor medzi ich presvedčením a konaním týka kľúčového aspektu ich **sebauvedomenia**.

Napríklad správanie, ktoré nie je v súlade s vašimi osobnými hodnotami, môže vyústiť do intenzívneho pocitu nepohody. Vaše správanie je v rozpore nielen s presvedčeniami, ktoré máte o svete, ale aj s presvedčeniami, ktoré máte o sebe.

Toto nepohodlie sa môže prejavovať rôznymi spôsobmi. Niektorí s kognitívnou disonanciou môžu mať pocit:

- Úzkosti
- Rozpakov
- Lútosti
- Smútku
- Hanby
- Stresu

Kognitívna disonancia môže dokonca ovplyvniť to, ako sa ľudia cítia a ako vnímajú sami seba, čo vedie k negatívnym pocitom sebaúcty a sebahodnoty.

## Príčiny kognitívnej disonancie

Kognitívnu disonanciu zažíva v určitej miere každý, ale nie vždy je jednoduché ju identifikovať. Medzi náznaky, že vaše emócie môžu súvisieť s disonanciou, patria:

1. Pocit nepohody pred tým, ako niečo urobíte alebo sa rozhodnete.
2. Snaha ospravedlniť alebo racionalizovať prijaté rozhodnutie alebo konanie.
3. Cítite sa trápne alebo zahanbene za niečo, čo ste urobili, a snažíte sa to skryť pred ostatnými.
4. Pocit viny alebo ľútosť nad niečím, čo ste urobili v minulosti.
5. Robenie vecí pod spoločenským tlakom alebo zo strachu, že ich zmeškáte (FOMO), aj keď ste ich nechceli robiť.

Existuje mnoho situácií, ktoré môžu vyvolať nezrovnalosti, ktoré vedú ku kognitívnej disonancii.

**Vynútený súlad:** V dôsledku vonkajších očakávaní v práci, v škole alebo v spoločenskom prostredí sa niekedy môže stať, že sa budete správať v rozpore s vlastným presvedčením. Môže ísť o prispôbenie sa tlaku rovesníkov alebo o konanie, ktoré má zabrániť prepusteniu zo zamestnania.

**Rozhodnutia:** Ľudia robia rozhodnutia každý deň, veľké aj malé. Keďže obe možnosti sú rovnako lákavé, často sa stretávame s pocitom rozpoltenosti, keď sme konfrontovaní s dvoma podobnými možnosťami.

Po prijatí rozhodnutia však ľudia musia nájsť spôsob, ako tento nepríjemný pocit zmierniť. Dosiahneme to tak, že preukážeme, prečo bol náš výber najlepšou možnosťou, aby sme mali istotu, že sme sa rozhodli správne.

**Nové informácie:** Získanie nových poznatkov môže niekedy viesť ku kognitívnej disonancii. Ak sa napríklad oddávate správaniu, o ktorom neskôr zistíte, že je škodlivé, môžete pociťovať nepohodlie. Tento nepríjemný pocit môže byť obzvlášť výrazný, ak je nová informácia v rozpore s hlboko zakorenenými presvedčeniami alebo vierou, ktoré sú pre človeka kľúčové. Ľudia na to často reagujú snahou ospravedlniť svoje konanie alebo diskreditáciou či ignorovaním nových informácií, prípadne vyhľadávaním informácií, ktoré sú v súlade s ich už existujúcimi presvedčeniami (konfirmačné skreslenie).

V kontexte dezinformácií môže byť táto tendencia hľadať kognitívny súlad obzvlášť problematická. Dezinformácie často využívajú tieto kognitívne procesy, pretože môžu byť navrhnuté tak, aby sa zhodovali s už existujúcimi presvedčeniami alebo využívali emocionálne nabité príbehy. To zvyšuje pravdepodobnosť, že jednotlivci budú prijímať a šíriť dezinformácie, pretože poskytujú pohodlné riešenie nepríjemných pocitov spôsobených protichodnými informáciami.

## Riešenie kognitívnej disonancie

Disonanciu možno znížiť jedným z troch spôsobov: zmenou existujúcich presvedčení, pridaním nových presvedčení a/alebo znížením dôležitosti presvedčení. Ak existujú konflikty medzi poznanými (myšlienkami, presvedčeniami a názormi), jednotlivci prijímajú opatrenia na zníženie disonancie a pocitov tiesne týmito spôsobmi:

1. **Získajte nové informácie, ktoré prevážia nad nesúladnými presvedčeniami.** Napríklad: ľudia, ktorí sa dozvedia, že emisie skleníkových plynov majú za následok globálne otepľovanie, môžu zažívať pocity disonancie, ak jazdia na vozidle, ktoré vytvára plyn. Aby znížili túto kognitívnu disonanciu, môžu vyhľadávať nové informácie, ktoré sú v rozpore s názorom, že emisie skleníkových plynov prispievajú ku globálnemu otepľovaniu.
2. **Znížte význam poznania:** Zvyšovanie atraktívnosti vybranej alternatívy a znižovanie atraktívnosti odmietnutej alternatívy je bežnou metódou znižovania kognitívnej disonancie. Tento postup sa označuje ako "rozloženie alternatív". Človek by sa mohol presvedčiť, že je lepšie "žiť pre dnešok" ako "šetriť na zajtrajšok". Týmto spôsobom by znižoval význam disonantného poznania.
3. **Zmeňte existujúce presvedčenia:** Zmeniť jeden alebo viac postojov, správania, presvedčení atď., aby sa vytvoril súlad medzi týmito dvoma prvkami. Ak je jedným z disonantných prvkov správanie, osoba môže toto správanie zmeniť alebo odstrániť.

Táto metóda redukcie disonancie však často predstavuje pre jednotlivcov ťažkosť, pretože je často ťažké zmeniť zakorenené reakcie správania.

Zmena existujúceho konfliktného poznania, či presvedčenia je jednou z najúčinnějších stratégií riešenia kognitívnej disonancie, ale zároveň aj jednou z najnáročnejších, najmä v prípade hlboko zakorenených hodnôt a presvedčení, ako sú náboženské alebo politické poznatky.

Ľudia znižujú nepríjemné pocity kognitívnej disonancie tým, že sledujú informácie, ktoré sú v súlade s ich súčasnými presvedčeniami a podporujú ich, znižujú význam konfliktných presvedčení a menia svoje presvedčenia, aby znížili pocity konfliktu.

## Kognitívna disonancia, médiá a informačná hrozba

Médiá zohrávajú významnú úlohu pri formovaní názorov a postojov ľudí. Majú moc ovplyvňovať verejnú mienku, propagovať určité naratívy a formovať naše chápanie sveta. V posledných rokoch vzostup sociálnych médií a množstvo online spravodajských zdrojov zosilnili vplyv médií na jednotlivcov.

Ako už bolo povedané, misinformácie a dezinformácie zahŕňajú nepravdivé alebo zavádzajúce informácie prezentované ako fakty, často vo forme vymyslených príbehov, zmanipulovaných médií alebo neobjektívneho spravodajstva. V digitálnom veku ich šírenie vyvoláva obavy, pretože môžu manipulovať verejnú mienku, zasievať zmätok a narúšať dôveru v médiá. Dominancia internetu ako zdroja informácií, najmä prostredníctvom sociálnych médií, predstavuje výzvu pre overovanie a kontrolu kvality, čo si vyžaduje úsilie o kritické hodnotenie spravodajského obsahu.

V súčasnosti prebieha diskusia o potrebe regulovať obsah správ, aby sa zabránilo informačnému neporiadku v sociálnych médiách. Je nevyhnutné vytvoriť spoľahlivé mechanizmy na zabezpečenie účinnej komunikácie a atmosféry prispievajúcej ku konštruktívnej diskusii. Najnovší výskum sa pokúša zaujať kritický postoj k existujúcim príznakom informačných hrozieb (misinformácie, dezinformácie) a ich potenciálnemu vplyvu na dôveryhodnosť príspevkov v sociálnych médiách. Indikátory falošných správ by mali používateľov povzbudiť k tomu, aby informácie, ktoré prijímajú a zdieľajú na sociálnych sieťach, hodnotili s väčšou pozornosťou. Kognitívna disonancia pri odhaľovaní informačných hrozieb je ústredným mechanizmom, ktorý je základom schopnosti označiť falošnosť správ.

### Zhrnutie

**Kognitívna disonancia** a informačná hrozba môžu byť úzko prepojené. Keď sa jednotlivci stretnú s informáciami, ktoré sú v rozpore s ich existujúcimi presvedčeniami alebo hodnotami, môže vzniknúť kognitívna disonancia. Ľudia môžu zažívať nepríjemné pocity, keď sa stretnú s protichodnými informáciami, najmä ak spochybňujú hlboko zakorenené presvedčenia alebo sa zhodujú s ich zaužívanými predstavami. V reakcii na to môžu jednotlivci použiť stratégie na zníženie kognitívnej disonancie, ako napríklad odmietnutie alebo ignorovanie protichodných informácií, snahu o potvrdenie zaujatosti selektívnym

konzumovaním správ, ktoré sú v súlade s ich existujúcimi presvedčeniami, alebo racionalizáciou rozporu.

Informačná hrozba môže využívať kognitívnu disonanciu tým, že prezentuje informácie, ktoré potvrdzujú existujúce presvedčenia jednotlivcov, aj keď sú nepravdivé alebo zavádzajúce. Ľudia častejšie prijímajú a zdieľajú informácie, ktoré sú v súlade s ich zaužívanými predstavami, pretože pomáhajú znižovať kognitívnu disonanciu a posilňujú ich presvedčenia. Tento jav môže prispievať k šíreniu dezinformácií a sťažovať riešenie nepravdivých naratívov.

## 1.9 Príklady informačnej poruchy

### Lesné požiare v amazonskom pralesi (august 2019)

V auguste 2019 sa v amazonskom dažďovom pralesi vyskytli rozsiahle požiare. Mnohé celebrity a ľudia s veľkým počtom sledovateľov na sociálnych sieťach (napríklad Logan Paul, Emmanuel Macron, Justin Trudeau a Leonardo DiCaprio) zdieľajú fotografie týchto požiarov na sociálnych sieťach, aby vyjadrili svoje obavy a podnietili diskusiu o zmene klímy a odlesňovaní amazonského pralesa.



Emmanuel Macron  
@EmmanuelMacron

Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days! #ActForTheAmazon

Tweet vertalen



9:15 p.m. · 22 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Logan Paul  
@LoganPaul

amazon rainforest: how can i help? need advice on how i can actually make a change here; these pictures are breaking my heart... this is one of the most important ecosystems on earth. is there a fundraiser, a call to action, anything i can leverage my audience for on this?

Tweet vertalen



8:38 a.m. · 21 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Justin Trudeau  
@JustinTrudeau

I couldn't agree more, @EmmanuelMacron. We did lots of work to protect the environment at the #G7 last year in Charlevoix, & we need to continue this weekend. We need to #ActForTheAmazon & act for our planet — our kids & grandkids are counting on us.

Tweet vertalen



Emmanuel Macron  
@EmmanuelMacron · 22 aug.

Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days!  
#ActForTheAmazon



leonardodicaprio  
35.8m followers

View Profile



View More on Instagram

3,828,701 likes

leonardodicaprio

#Regram #RIG @iamNickRose: Terrifying to think that the Amazon is the largest rain forest on the planet, creating 20% of the earth's oxygen, basically the lungs of the world, has been on fire and burning for the last 16 days running, with literally NO media coverage whatsoever! Why?

view all 77,465 comments

Add a comment...

Aj keď je však faktom, že niektoré časti amazonského pralesa horeli, fotografie, ktoré vyššie uvedení ľudia zdieľajú na Twitteri a Instagrame, nepochádzajú z týchto konkrétnych požiarov, ale z požiarov, ktoré sa odohrali v skoršom období. Preto boli obrázky, ktoré sa vo veľkom zdieľali na sociálnych sieťach, použité mimo ich pôvodného kontextu. Použitie takýchto šokujúcich, silných obrázkov môže dodať príbehu väčšiu silu a ich cieľom v diskusii o zmene klímy a ochrane životného prostredia. Okrem toho takéto obrázky zvyšujú interakciu s príspevkami na sociálnych médiách prostredníctvom lajkov, komentárov a zdieľaní.

Lesné požiare v amazonskom dažďovom pralesi nie sú novinkou. Kvôli odlesňovaniu, pri ktorom sa vypaľujú časti pralesa s cieľom obrábať pôdu na poľnohospodárske účely, sa lesné požiare vyskytli už viackrát. Kvôli veľkej pozornosti venovanej tomuto konkrétne mu prípadu na sociálnych sieťach však ľudia vytvárajú dojem, že k takémuto veľkému lesnému požiaru došlo prvýkrát.

Napriek tomu, že sa v súvislosti s touto správou zdieľajú nesprávne obrázky, zdá sa, že ide o misinformáciu, pričom ľudia, ktorí zverejnili nesprávne obrázky, nemajú v úmysle zavádzať ľudí. Namiesto toho majú za cieľ pokúsiť sa vyvinúť tlak na politikov, aby niečo urobili v súvislosti s odlesňovaním amazonského pralesa. Vyzerá to tak, akoby tu nebol úmysel niekoho poškodiť a nesprávne obrázky boli použité náhodou.

## Rusko cvičí orly na zachytávanie bezpilotných lietadiel (máj 2023)

Tento príklad vychádza z [overenia faktov](#), ktoré uskutočnila flámska verejnoprávna televízia VRT NWS.

Po tom, ako začiatkom mája dva drony zasiahli Kremel', sa na sociálnych sieťach začali šíriť správy, že Rusko cvičí orly na zachytávanie dronov, ktoré útočia na Rusko. Presnejšie, na sociálnych sieťach sa ozývali hlasy, že formácie týchto orlov budú použité na ochranu Moskvy počas osláv Dňa víťazstva 9. mája. Mnohé z týchto príspevkov na sociálnych sieťach sprevádzajú videá orla zachytávajúceho biely dron, ktoré boli videné viac ako miliónkrát. Ako prvý vraj toto video zverejnil vojenský špecialista.



Príbehy o týchto orloch, ktoré sa objavili na sociálnych sieťach, prevzali rôzne spravodajské médiá a informovali o nich (napríklad flámske populárne noviny [Het Laatste Nieuws](#) a holandská verejnoprávna televízia [NOS](#)).

Viaceré kontroly faktov ukazujú, že rôzne krajiny v minulosti skutočne experimentovali s výcvikom orlov na zachytávanie bezpilotných lietadiel. Keďže však tieto projekty nepriniesli želané výsledky, tieto výcvikové iniciatívy boli zastavené. Video, ktoré koluje na sociálnych sieťach, nie je najnovšie a namiesto toho pochádza z holandského policajného projektu výcviku s orlami z roku 2016. Toto video nahrala na YouTube BBC v septembri 2016, ktorá informovala o tomto výcvikovom projekte holandskej polície.

## Svetové ekonomické fórum chce prideliť vodu na prídely (apríl 2023)

Tento príklad vychádza z [overenia faktov](#) flámskeho spravodajského časopisu Knack.

V apríli 2023 sa na sociálnych sieťach šíri screenshot spravodajského článku. Názov tohto článku znie: "Voda nie je ľudské právo. WEF nariaďuje vládam, aby začali s prídelením vody do domácností". Tento screenshot pochádza z americkej webovej stránky "The People's Voice", čo je webová stránka, ktorá už bola predtým známa zdieľaním nepravdivých informácií. V článku sa tvrdí, že Svetové ekonomické fórum vyhlasuje, že voda nie je základným ľudským právom a že vlády by mali dodávky vody rozdeľovať na prídely.





V článku "Hlas ľudu" sa ako zdroj týchto informácií o navrhovaných prídeloch vody uvádza správa o konferencii OSN o vode, ktorá sa konala v marci. Správa o tejto konferencii sumarizuje diskusie na konferencii a píše o cieľoch trvalo udržateľného rozvoja (SDGs) OSN, ale nehovorí o konkrétnych vodných politikách.

Rôzne iniciatívy na kontrolu faktov rýchlo preskúmali tvrdenia uvedené v článku. Dospeli k záveru, že tvrdenia sú nepravdivé: V správe o konferencii o vode sa neuvádza nič o prídeloch vody.

## 1.10 Referencie

---

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.  
<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bauer, M., & Zirker, A. (2022). Political obfuscation and literary ambiguity. *Lilienzeitschrift Fur Literaturwissenschaft Und Linguistik*, 52(4), 613–630.  
<https://doi.org/10.1007/s41244-022-00271-1>
- Bull, P. (2003). *The microanalysis of political communication: claptrap and ambiguity* (1st ed.). London Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203417843>
- Cherry, K. (2022, November 7). *What Is Cognitive Dissonance?* Verywell Mind.  
<https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>
- Cotter, K., & Thorson, K. (2022). Judging Value in a Time of Information Cacophony: Young Adults, Social media, and the Messiness of do-it-Yourself Expertise. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 629–647.  
<https://doi.org/10.1177/19401612221082074>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS*, 23(3), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. In *Stanford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Figl, K., Kießling, S., Rank, C., & Vakulenko, S. (2019). *Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts*. International Conference on Information Systems, Munich, Germany.  
[https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber\\_security\\_privacy\\_ethics\\_IS/cyber\\_security\\_privacy/27](https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber_security_privacy_ethics_IS/cyber_security_privacy/27)
- Frau-Meigs, D. (2022). How disinformation reshaped the relationship between journalism and media and information literacy (MIL): Old and new

perspectives revisited, *Digital Journalism*, 10:5, 912-922,  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>

Harmon-Jones, E., & Mills, J. (1999). Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology. *American Psychological Association eBooks*.  
<https://doi.org/10.1037/10318-000>

Kanoh, H. (2018). Why do people believe in fake news over the Internet? An understanding from the perspective of existence of the habit of eating and drinking. *Procedia Computer Science*, 126, 1704–1709.  
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.107>

Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (1st ed.). Henry Holt and Co.

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Levy, G., & Razin, R. (2019). Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes. *Annual Review of Economics*, 11, 303–328.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080218-030343>

Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1).  
<https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>

Mcleod, S. (2023). What Is Cognitive Dissonance Theory? *Simply Psychology*.  
<https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>

Mølmen, G. N., & Ravndal, J. A. (2021). Mechanisms of online radicalisation: how the internet affects the radicalisation of extreme-right lone actor terrorists. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1-25.  
<https://doi.org/10.1080/19434472.2021.1993302>

Muhammad, M. J. (2021). A pragma-linguistic study of suggestive ambiguity in selected political texts. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(4), 2154–2165. <https://doi.org/10.52462/jlls.156>

Page, B. I. (1976). The theory of political ambiguity. *American Political Science Review*, 70(3), 742–752. <https://doi.org/10.2307/1959865>

- Security, C. C. F. C. (2022, February 23). *How to identify misinformation, disinformation, and malinformation (ITSAP.00.300)* - Canadian Centre for Cyber Security. Canadian Centre for Cyber Security. <https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformation-disinformation-and-malinformation-itsap00300>
- Sharma, S. (2021, July 9). *List Of 10 Basic Emotional Needs In A Relationship & Their Importance*. Calm Sage - Your Guide to Mental and Emotional Well-being. <https://www.calm sage.com/basic-emotional-needs-in-a-relationship/>
- Sima, R. (2022, November 3). Why do our brains believe lies? *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/03/misinformation-brain-beliefs/>
- Sullivan, M. (2017). It's time to retire the tainted term "fake news." Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html)
- The Poynter Institute. (n.d.). *International Fact-Checking Network* - Poynter. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Van Wonderen, R. (2023). *Rechts-extremistische Radicalisering op Sociale Media Platformen*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. (2023). *Richtlijn / onderbouwing Radicalisering*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. & Peeters, M. (2021). *Werken aan weerbaarheid tegen desinformatie en eenzijdige meningsvorming. Evaluatie lesprogramma Under Pressure*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut. [https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550\\_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf](https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf).
- Wardle, C. (2019). *Understanding information disorder*. New York: First Draft. Retrieved from [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x32722](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x32722)
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Watson, A.: Fake news worldwide - statistics & facts, 2022. Retrieved from:  
<https://www.unesco.org/en/world-media-trends/fake-news-worldwide-statistics-facts> (May 2023)

Watzlawick, P. (1993). *The Language of Change: Elements of Therapeutic Communication*. W W Norton & Company.

Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. W W Norton & Company.

World health Organization. (n.d.). *Fact sheets*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>

Zuckerman, E. (2017). Stop saying "fake news". It's not helping. Retrieved from  
<https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>