

POLICEJNÍ AKADEMIE ČESKÉ REPUBLIKY V PRAZE

Fakulta bezpečnostního managementu

Katedra společenských věd (KSV)

Vliv dezinformací na prožívání a chování člověka a možnosti eliminace

Bakalářská práce

The impact of misinformation on human experience and behaviour and possibilities of elimination

Bachelor thesis

VEDOUCÍ PRÁCE

PhDr. Veselá Jitka Ph.D.

AUTOR PRÁCE

Barbora Tykvartová

PRAHA

2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Praze, dne

.....

Barbora Tykvartová

.....

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá problematikou dezinformací a jejich vlivu na psychické stavy jedince. Rozebírá konkrétněji, co jsou to dezinformace, jakým způsobem se mohou tvořit a kdo je jejich šířitelem. Poté se zaměřuje na znaky ovlivnitelných jedinců a jak lze dezinformace ověřovat. Formou dotazníku je i znázorněna rozdílná míra důvěry v média a následné přijímání dezinformací u oslovené části mladší a starší generace.

KLÍČOVÁ SLOVA

dezinformace * člověk * psychické procesy * kritické myšlení * mediální gramotnost * rychlé a pomalé myšlení * emoční inteligence * odolnost dezinformační * média

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with the issue of disinformation and its influence on the psychological states of individuals. It analyses more specifically what disinformation is, how it can be created and who is its disseminator. It focuses on the characteristics of influential individuals and how disinformation can be verified. The questionnaire also shows the different level of trust in the media and the subsequent acceptance of disinformation among the younger and older generations.

KEYWORDS

disinformation * human * mental processes * critical thinking * media literacy * fast and slow thinking * emotional intelligence * disinformation resilience * media

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské práce PhDr. Veselé Jitce Ph.D., za projevenou ochotu, odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi poskytla při zpracování této práce.

OBSAH

ÚVOD	7
1. OBJASNĚNÍ POJMŮ	9
1.1 LEŽ	9
1.2 PROPAGANDA	10
1.3 KONSPIRAČNÍ TEORIE	10
1.4 HOAX	10
1.5 FAKE NEWS A DEEP FAKES	11
1.6 KRITICKÉ MYŠLENÍ	11
1.7 INFODEMIE	12
1.8 INFORMACE	12
1.9 DEZINFORMACE	13
1.10 ODOLNOST	14
1.10.1 <i>Dezinformační odolnost</i>	14
2. DEZINFORMACE A MÉDIA	15
2.1 DRUHY DEZINFORMACÍ	15
2.2 PŮVODCE A ŠÍŘITEL DEZINFORMACÍ	17
2.2.1 <i>Důležitost mediální gramotnosti</i>	19
2.3 ZPŮSOBY TVOŘENÍ DEZINFORMACÍ	20
3. FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ PODLEHNUTÍ DEZINFORMACÍM NEBOLI PSYCHOLOGIE FAKE NEWS	22
3.1 OSLOVENÍ EMOCÍ	22
3.2 ANALYTICKÉ A INTUITIVNÍ MYŠLENÍ	24
3.3 SOCIÁLNÍ PERCEPCE	25
3.4 KOGNITIVNÍ DISONANCE	27
3.5 NĚKTERÉ DALŠÍ PSYCHOLOGICKÉ MECHANISMY PODLEHNUTÍ MANIPULATIVNÍCH INFORMACÍ	29
3.5.1 <i>Kognitivní snadnost</i>	29
3.5.2 <i>Iluze pamatování</i>	29
3.5.3 <i>Iluze pravdy</i>	30
3.5.4 <i>Podlehnutí formě více než obsahu</i>	31

4. ZNAKY SNADNO OVLIVNITELNÝCH LIDÍ.....	32
4.1 NĚKTERÉ VLASTNOSTI LIDÍ PODPORUJÍCÍ JEJICH OVLIVNITELNOST	32
4.2 MYŠLENKOVÉ CHYBY	33
4.3 KRITICKÉ ČTENÍ.....	36
4.4 EMOČNÍ INTELIGENCE.....	40
5. ZVYŠOVÁNÍ ODOLNOSTI VŮČI DEZINFORMAČNÍMU PŮSOBENÍ	42
6. EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ	47
6.1 VÝCHODISKO PROBLÉMU, STANOVENÍ CÍLE ŠETŘENÍ A VOLBA METODY.....	47
6.2 STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA VZORKU A PRŮBĚH ŠETŘENÍ	47
6.3 ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKU.....	49
6.3.1 <i>Výsledky a grafy dotazníkového šetření skupiny číslo jedna</i>	<i>50</i>
6.3.2 <i>Analýza odpovědí skupiny číslo dvě.....</i>	<i>53</i>
6.4 SHRNUTÍ EMPIRICKÉ ČÁSTI	57
ZÁVĚR	58
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	60
INTERNETOVÉ ZDROJE.....	60
LITERÁRNÍ ZDROJE	64
SEZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKŮ, GRAFŮ, TABULEK	67
SEZNAM POUŽITÝCH PŘÍLOH	68

Úvod

V neustále se vyvíjejícím prostředí šíření médií a informací představuje všudypřítomný vliv dezinformací na lidské poznání a chování obrovský dopad. Jedinec je informacemi v každodenním životě doslova obklopen a vlivem informačního tlaku a zátěží vytváří informace další stresory jak pro společnost, tak pro jedince. Schopnost rozpoznávat informace pravdivé a nepravdivé je v dnešní době jednou ze stěžejních schopností v boji proti dezinformacím, které mají za úkol jedince zmást a ovlivnit. Dezinformace se nešíří jen prostřednictvím médií, ale i mezi jedinci samotnými. Tato bakalářská práce se zabývá mnohostrannými dimenzemi kritického myšlení, emoční inteligence, médií a pomáhá k objasnění mechanismů, které souvisí s ovlivnitelností jedince a jeho okolí. Cílem bakalářské práce je detekovat rizikové faktory jak osobnostní, tak situační, které snižují odolnost jedince vůči přijímaným informacím, a uvést psychologické faktory podporující nekritické přijímání neověřených informací. Zároveň se snaží vysvětlit mechanismy, jakými se dezinformace prolínají do mentálních procesů jednotlivců, a zkoumá roli kritického myšlení jako kognitivního nástroje při rozlišování pravdivosti informací spolu s mechanismy, kvůli kterým mohou dezinformace tyto procesy obcházet nebo narušovat. Snažila jsem se i poukázat na vliv dezinformací zasahujících lidskou psychiku a následné mechanismy zvládnutí, které jednotlivci používají, když jsou s dezinformacemi konfrontováni. Pochopení tohoto tématu беру v dnešní době jako důležité, jelikož je nutné posílit se vůči vlivům a zákeřným účinkům dezinformací, a tak podpořit prozíravější informační systém každého z nás.

V první kapitole uvádím definice pojmů, které jsou pro pochopení problematiky stěžejní. Mezi ústřední pojem řadím „odolnost dezinformační“.

Druhá kapitola je zaměřena na vliv médií v oblasti dezinformací. Následně popisuje druhy dezinformací, jejich původce a šířitele.

Ve třetí kapitole se snažím popsat různé faktory přispívající k podlehnutí jedinců. Zaměřuji se na kognitivní procesy a jejich chyby, jako může být například předpojatost jedinců, vliv halo efektu, či efektu primarity, kvůli kterým může dojít k narušení kognice vedoucí k následné kognitivní disonanci.

Čtvrtá kapitola se věnuje profilu jedinců, kteří jsou náchylnější k podlehnutí dezinformací. Příčinou může být jak psychický stav jedince, tak i nízká míra emoční inteligence či absence kritického myšlení, které vnímám jako stěžejní v boji proti dezinformacím.

Poslední kapitola je věnována empirickému šetření provedenému formou dotazníku vlastní konstrukce. Cílem tohoto šetření bylo doplnit teoretický výklad a malou sondou zjistit přístup (postoj) u vybrané části populace k přijímání informací (ověřování si, popřípadě důvod šíření dezinformací).

1. Objasnění pojmů

1.1 Lež

František Koukolík ve své knize *Nejspanilejší ze všech bohů* uvádí: „Zajímavá definice lhaní říká, že jde o vědomě nepravdivý výrok sdělený druhé osobě se záměrem, aby druhá osoba věřila, že je výrok pravdivý, čímž je druhé osobě narušeno právo na svobodu úsudku, nadto se záměrem druhou osobu poškodit. Proto se tato definice netýká dětí a duševně nemocných lidí.“¹

Poněkud strukturovanější pohled na lež nacházíme u psychologa Zdeňka Vybírala v knize *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, který uvádí: „Je zřejmé, že ve všech situacích, kdy neříkáme nebo jsme neřekli pravdu, nás není možno pokládat ihned za lháře. Například tehdy, kdy jsme sami byli oklamáni a uvěřili jsme sdělení, jež nám někdo namluvil. Nyní šíříme nepravdivé informace a vůbec netušíme, že neříkáme pravdu. Těžko však říci, že jsme lháři.“²

Lhářem se tedy nestaneme, pokud šíříme námi nevědomě nepravdivou informací, ale pouze pokud jsme si vědomi její nepravdivosti.

Dále Zdeněk Vybíral zmiňuje názor Paula Ekmanana, který stanovuje dvě kritéria lhaní:

- kritérium úmyslu s možností volby: Člověk má v úmyslu lhát. Schválně, a tedy úmyslně volí lhaní. Přitom má na výběr mezi „říci pravdu“ a „lhát“ – mohl by si tedy vybrat pravdomluvnost. Jeho záměrem je však lhát.
- kritérium nenaznačení adresátovi, že je obelháván: Podle tohoto druhého kritéria není lhářem kouzelník, třebaže neříká publiku pravdu.³

¹KOUKOLÍK, František. *Nejspanilejší ze všech bohů*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2013. ISBN: 978-80-246-2354-2, s. 55

²VYBÍRAL, Zdeněk. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN: 978-80-7367-429-8, s. 14-15

³VYBÍRAL, Zdeněk. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN: 978-80-7367-429-8, s. 14-15

Na základě uvedených pojetí chápu lži jako nepravdivá prohlášení, která obvykle vyslovíme s úmyslem oklamat druhé. Jejich podstatou je vědomý úmysl uvést druhé v omyl a zároveň naše osobní vědomí, že to, co říkáme, není pravda. Je však důležité si uvědomit, že ne každé lhaní je automaticky negativní. Existují situace, kdy používáme určitý typ nepravdy, například když zdvořile chválíme oblečení nebo účesy, aniž bychom to mysleli vážně, a tím udržujeme kladné společenské vztahy. Tento druh lží slouží jako sociální pojivo, usnadňuje komunikaci a vztahy.

1.2 Propaganda

Propaganda je soubor nástrojů, které jsou záměrně využívány k ovlivňování myšlení a pocitů lidí. Na rozdíl od čistého informování a vzdělávání má propaganda za cíl ovlivňovat ideově a emocionálně obyvatelstvo tak, aby propagátor mohl řídit jejich názory, city, nálady a postoje podle svého uvážení v závislosti na požadované intenzitě.⁴

1.3 Konspirační teorie

Konspirační teorie je těžko definovatelná, jelikož postrádá základní vlastnosti teorií, mezi které řadíme možnosti testování, vyvrácení či potvrzení. Můžeme tedy říci, že konspirační teorie je určitý druh hypotézy či přesvědčení. Hlavní myšlenka spojující neurčité definice konspiračních teorií je interpretace události jako výsledek skrytých spiknutí směřujících k dosažení určitých cílů, jež by veřejnost neschválila bez užití těchto prostředků. Tyto teorie mají dlouhodobé a reálné místo v politickém dění. To je způsobeno tím, že politická utajenost podporuje konspirační povahu těchto teorií.⁵

Konspirační teorie vznikají na základě potřeby člověka porozumět dění ve světě, aby se pro něj stal srozumitelným, jinak ztrácíme jistotu a život nemáme pod kontrolou.

1.4 Hoax

Rozšiřování dezinformací v online světě výrazně usnadnil vzestup sociálních médií, což vedlo k častějšímu šíření falešných zpráv více než kdy jindy. V podobě e-mailů

⁴Manipulátoři.cz: *Psychologie propagandy I. - Co je to propaganda?* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/psychologie-propagandy-i-co-je-propaganda/>

⁵PROROK, Vladimír. *Konspirační teorie – podstata a efekty.* [online]. 2016. [cit. 18.10.2023] Dostupné z: https://aa.ecn.cz/img_upload/b397cb5367c764a2f19867d8032c9d0c/kt_Prorok.doc

s tímto typem obsahů se stále setkáváme i dnes, ale skutečný rozmach dezinformací se odehrává především na sociálních sítích. Petr Nutil uvádí: „Hoax je ve zkratce záměrně vytvořený podvod vydávající se za pravdu. V širším významu může zahrnovat i falešnou zprávu, fámu, mystifikaci, novinářskou kachnu, poplašnou zprávu nebo také žert.“⁶

1.5 Fake news a deep fakes

V dnešní digitální éře čelíme výzvam, které souvisejí s rostoucím výskytem technologicky vytvořených dezinformací a manipulací. Dvěma významnými a stále se rozvíjejícími oblastmi jsou 'deepfakes' a 'fake news'.

Ačkoliv tato definice se zaměřuje primárně na koncept dezinformace, lze ji aplikovat i na již zmíněné fake news. Fake news mají za cíl ovlivnit a záměrně zmanipulovat své příjemce. Mohou být zaměřeny na specifickou cílovou skupinu či na širokou veřejnost. Fake news je tedy novějším pojmem používaným jako synonymum ke slovu dezinformace.⁷

Oproti tomu deep fakes, v překladu „hluboké lži“, je pojem doslova označující věrohodné lži, vytvořené zneužitím umělé inteligence za účelem klamání. V praxi se jedná o realistické fotografie nebo videomontáže, které jsou vytvořeny díky technologickému pokroku. Tento nový jev se začal šířit mezi veřejností v roce 2017, spojený zejména s pornografií. V pornografických materiálech se objevily tváře celebrit, které byly "vložené" na těla pornoherců.

1.6 Kritické myšlení

Petr Nutil chápe kritické myšlení jako: „Schopnost rozhodovat a rozlišovat, znamená především: nepodléhat prvnímu dojmu, obecnému mínění nebo naléhavosti nějakého sdělení, naivně nepřebírat tradované názory, dokázat zaujmout odstup a připustit

⁶NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s. 28

⁷NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s.173-191

odlišný pohled, vytvořit si vlastní názor na základě vědomostí a zkušeností jak vlastních, tak i jiných kvalifikovaných osob.“⁸ Já se k této definici budu nadále přiklánět.

1.7 Infodemie

Infodemie je zahrnující vlna informací, mezi kterými je těžké rozlišit, zda se jedná o pravdivé, lživé, podstatné či nepodstatné informace.⁹

Pojem infodemie je složený ze slov informace a epidemie. Informaci v tomto spojení chápu jako „obsah určitého významu, který má funkční vztah k motivačnímu stavu jedince.“¹⁰

Infodemie se nejčastěji vyskytuje v souvislosti s epidemiemi. Poprvé byl tento pojem použitý v roce 2003 v souvislosti s epidemií SARS, ale mnohem výrazněji se objevoval v roce 2020 v důsledku pandemie COVID-19. Můžeme jej tedy definovat jako pojem, který „označuje rychlé a dalekosáhlé šíření přesných i nepřesných informací o nějakém tématu, například o konkrétním onemocnění. V záplavě faktů a mýtů, často v kombinaci s obavami z budoucnosti, je pak velmi těžké dozvědět se skutečně důležité informace o daném tématu.“¹¹

1.8 Informace

Člověk přijímá informace na základě tzv. percepčních standardů, díky kterým jsme schopni přijímat informace o okolí, ve kterém se vyskytujeme. Informace v tomto pojetí je brána jako: „poznání smyslových vlastností objektů a jejich časoprostorových vztahů. Východiskem jejich utváření jsou abstrakce a zobecňování ve vnímání, vztahující se k tomu, co je v proměnlivém světě vjemů stálé, a praktické zacházení s objekty.“¹²

⁸NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s.29

⁹*Nakladatelství.portal.cz: Manipulace v médiích* [online]. [cit. 15.1.2024]. Dostupné z: <https://nakladatelství.portal.cz/casopisy/psychologie-dnes/101757/manipulace-v-mediich>

¹⁰NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0525-0, s.114

¹¹*NZIP.cz: Infodemie* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/rejstrikovy-pojem/1598>

¹²NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0525-0, s.115

Můžeme tedy říci, že informace, které přijímáme, jsou závislé na prostředí a čase, ve kterém se vyskytujeme. Jedná se o propojení kognic a emocionality každého z nás. Dále Milan Nakonečný vyzdvihuje pojem kognitivní styl, který můžeme chápat jako „zvláštní kategorii schopností, která vyplývá z užšího pohledu kognitivní psychologie, jež se zabývá zpracováním informací u člověka a která úhrn procesů souvisejících s tímto zpracováváním informací nazývá kognitivními procesy.“

Zároveň dodává, že: „psychologickým smyslem kognitivních stylů, resp. kognitivních proměnných osobnosti, je kontrola chování. Individuální styl pak vyjadřuje jedincem preferovaný způsob zpracování informací, tj. získávání zkušeností.“

Pojem styl je brán v tomto kontextu jako „styl psychického fungování“, který lze chápat jako „relativně stálý, pro daného člověka charakteristický způsob organizování určité činnosti v široké oblasti měnících se požadavků prostředí.“¹³

1.9 Dezinformace

Pojmem dezinformace bych v tomto kontextu chápala jako záměrné šíření určitého sdělení založené na směsici pravdivých či nepravdivých informací.

K vysvětlení pojmu dezinformace použijme odkaz z Ministerstva vnitra České republiky, v němž se uvádí, že dezinformace znamená „šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.“¹⁴

Oxfordský slovník naproti tomu dezinformace definuje jako „falešné informace, které nás mají zmást. Jsou vytvářeny zejména vládními organizacemi, které na dezinformacích staví svou propagandu, pomocí které se snaží konkurovat jiným mocnostem nebo médiím.“¹⁵

¹³NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0525-0, s.112-116

¹⁴Mvcr.cz: *Definice dezinformací a propagandy* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

¹⁵Oed.com: *Disinformation* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: https://www.oed.com/dictionary/disinformation_n

Definice slova dezinformace nalezneme opravdu mnoho. Uvádím proto alespoň pár základních znaků, na které jsem v průběhu zkoumání přišla a z nichž budu nadále v průběhu bakalářské práce vycházet. Jedná se například o znaky:

- **sdělované informace, které můžeme zařadit jako manipulativní, nepravdivé nebo alespoň zčásti nepravdivé**

- **tyto zavádějící informace jsou sdílené úmyslně i neúmyslně**

- **jejich cíl může být klamání, manipulace nebo ovlivňování názoru druhých**

1.10 Odolnost

V psychologii rozumíme podle Ivy Šolcové pojmem odolnost „souhrnný výsledek dynamických procesů vzájemného působení, který je diferenciovaný.“ Diferenciace v tomto smyslu znamená, že ačkoliv jedinec překoná jeden typ protivenství úspěšně, jiný typ nepříznivé okolnosti nemusí.

Pojem odolnost je navíc závislý i na dvou dalších faktorech, kterými jsou podmínky dovolující vznik odolnosti. Mezi ně se řadí vystavení nepříznivým podmínkám, okolnostem či riziku a zároveň úspěšná následná adaptace na tyto podmínky či okolnosti.¹⁶

Pokud je jedinec do jisté míry odolnější než jeho okolí, vykazuje známky větší míry spokojenosti v běžném životě. Zároveň je jedinec schopen lépe fungovat v běžném, osobním i pracovním životě, má lepší náladu a efektivně se vyrovnává se situacemi bez tendence se emočně hroutit či narušovat jiné adaptační mechanismy.¹⁷

1.10.1 Dezinformační odolnost

Můžeme tedy říci, že jedinec, který je dezinformačně odolný, vykazuje známky jistého konstruktivního myšlení, díky kterému je schopen dezinformace lépe rozeznat v kontextu, následně je analyzovat a porozumět jim. Zároveň není náchylný na jejich

¹⁶ŠOLCOVÁ, Iva. *Vývoj resilience v dětství a dospělosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2947-3, s.12

¹⁷PAULÍK, Karel. *Psychologie lidské odolnosti*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2017. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5646-2, s. 102

podlehnutí ani co se týče emočně vypjatých či citlivých témat za předpokladu, že se jedná již o prokázanou dezinformaci. Jistou důležitou proměnnou je i věk jedince a od ní se odvíjející důvěra vložená do jeho okolí. Dezinformovat děti a obyvatelstvo v seniorském věku, které je náchylnější k emoční manipulaci vlivem strachu a nejistoty, může být totiž snazší než dezinformovat dospělého a kriticky smýšlejícího člověka v produktivním věku. Jako stěžejní vnímám i schopnost jedince být racionální a schopnost demokraticky smýšlet. Dle mého názoru jde dezinformační odolnost ruku v ruce i s mediální gramotností či rozvojem kritického myšlení, kterým se budu věnovat níže.

2. Dezinformace a média

2.1 Druhy dezinformací

Existuje mnoho různých kritérií, podle kterých rozlišujeme druhy dezinformací. Pro mou bakalářskou práci jsem si zvolila níže uvedené, které pokládám za základní.

V knize Encyklopedie špionáže rozlišuje Marek Pečenka dezinformace:

1) Strategické

Dezinformace vznikající pomocí dlouhodobého plánování za určitým záměrem.

2) Operativní

Dezinformace vytvořené na základě nahodilé momentální situace.

Dále také uvádí, že dezinformace mohou být v jazykové, demonstrační, ale též obrazové formě.¹⁸

Ladislav Bittman uvádí další dezinformační dělení:

1) Propagandistické dezinformace

Jedná se o většinu dezinformací, které cíleně slouží k oklamání a ovlivnění veřejného mínění. Stěžejní složkou jsou proto slabiny protivníka a předsudky veřejného mínění.

¹⁸PEČENKA, Marek a kol. *Encyklopedie špionáže*. 1. vyd. Praha: Libri, 1993. ISBN 80-901-5791-2, s. 123

Můžeme je nazvat tzv. černou propagandou zakrývající tvář skutečného pachatele, jak tvrdí Ladislav Bittman.¹⁹

2) Tajné operace

Můžeme říci, že se jedná o spíše nepublicitní druh dezinformací, jelikož dezinformačním kanálem bývá anonymní či tajný kanál. Za cíl se považuje „oklamat a ovlivnit protivníky vládní aparát nebo jeho politickou, hospodářskou či vojenskou elitu.“²⁰

Česká terminologická databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy dělí dezinformace následovně:²¹

• Pasivní dezinformace

Tvořené záměrným utajením, zpožděním či zadržením informací, které by mohly prozradit záměry či možnosti. Důležitým ukazatelem je charakteristický záměr, kdy se nejedná o nevědomé uvedení někoho v omyl. Příkladem mohou být tajné operace tvořené tajným agentem či zpravodajem.²²

• Aktivní dezinformace

Jedná se o akt považovaný za přímo závislý na svém původci, který záměrně přetváří skutečnost, její část nebo celek. Aktivně pozměňuje fakta, tvoří klamné důkazy a mění percepce vnímajících osob. Příkladem mohou být dezinformace, které jsou součástí propagandy. Přenos takovýchto dezinformací je tvořen veřejnoprávními médii či tiskem. „Lze říci, že propaganda a dezinformace mají úspěch v případě, kdy lidi

¹⁹BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace a černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 96

²⁰BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace a černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 96

²¹KTD: *Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=file&file_name=base-list

²²BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace a černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 96

netřeba přesvědčovat, protože propagandistické či dezinformační poselství je jen utvrzuje v jejich názorech“, uvádí Ladislav Bittman.²³

Jak bylo uvedeno výše, dezinformace jsou spojeny s rozvojem médií, sociálních sítí a internetu. Vynález internetu nám ulehčil dohledávání informací, otevřel brány novému způsobu rozvoje ekonomiky a lidstva obecně, ale v ohledu ověřování informací se pojí s nevýhodou spojenou s šířením nových neověřených informací. Informace, kterou můžeme brát za validní v den jejího vzniku, může být dalším týdnem pokládána za falzifikát právě kvůli velkému množství informací a dezinformací, které se ve vodách internetu točí a které je těžké od sebe odlišit a ověřit jejich ryzost. Můžeme říci, že internet jako takový vytvořil perfektní prostředí pro rychlé a masové šíření informací, což zahrnuje jak pravdivé, tak i nepravdivé informace. Tím se internet stává mocným nástrojem, který nám poskytuje obrovské množství informací a přínosů. Nicméně je důležité být kritickým, zvyšovat mediální gramotnost a rozvíjet schopnost rozpoznávat a odhalovat dezinformace, které mohou být škodlivé jak pro jednotlivce, tak i společnost jako celek.

2.2 Původce a šířitel dezinformací

Šířitel dezinformací může být prakticky kdokoliv.²⁴

Uvedu slova Františka Koukolíka, který říká: „Zprávy nejsou tím, co se děje, ale tím, o čem někdo řekl, že se stalo nebo stane. Chceme-li zprávám alespoň trochu rozumět, měli bychom vědět, kdo je ten někdo.“²⁵

V demokratických zemích s otevřeným mediálním prostředím má moc nad médii rozmanité původce. Rozšířením internetu a sociálních sítí se může obsah vytvářet a šířit téměř kýmkoli.

²³BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace a černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6, s. 96

²⁴Cornell university: *Technology-Enabled Disinformation: Summary, Lessons, And Recommendations* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: <https://arxiv.org/abs/1812.09383>

²⁵NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s.174

Existuje několik důvodů, proč lidé vytvářejí či sdílí dezinformace. Může to být jen zábavný vtípek, který se snaží pobavit,²⁶ ale také se můžeme setkat s trollem, který systematicky šíří dezinformace s úmyslným záměrem, zejména pokud je zaměstnán ve státěm financované agentuře specializující se na úmyslné šíření dezinformací za účelem vyvolání informační války.²⁷

Nesmíme však opomíjet fakt, že i my, jako jednotlivci, jsme důležitou součástí šíření dezinformací. Každý, kdo uvěří dezinformaci a dále ji sdílí, přispívá k šíření lživých nebo manipulativních informací. Zvláště v dnešní době internetu a sociálních sítí se informace šíří rychleji než kdy jindy a každá dezinformační zpráva může mít závažné následky.

Zaměřme se primárně na šíření dezinformací vlivem médií, jelikož se v dnešní době jedná o nejvíce používanou metodu. Dostali jsme se do fáze, kdy média nežijí kolem nás, ale my žijeme v nich. Jakákoliv informace přijímaná z okolí v nás vytváří úsudek i přesto, že se nemusí vždy jednat o verifikovanou informaci.

Každé médium podléhá jiným záměrům, je řízeno jinou skupinou lidí s jinými názory. Je nutné si tuto optiku uvědomovat stejně jako fakt, že média mají přímý vliv na naše názory, postoje a percepce světa.²⁸

Přední americký profesor sociologie a psychologie Barry Schwartz tvrdí, že „lidé se nerozhodují podle toho, co je nejpodstatnější, ale podle toho, co se nejsnadněji vyhodnocuje.“²⁹

²⁶BBC: *Coronavirus: The Seven Types Of People Who Start And Spread Viral Misinformation* [online]. [cit. 12.11.2023]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-52474347>

²⁷*Russian Information Warfare: Implications For Deterrence Theory, Media, Ajir, and Bethany Vaillant*. [online]. Strategic Studies Quarterly, 2018. [cit. 13.11.2023]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/26481910>, s. 75

²⁸FILO, Jakub, Petr IVANČIČ a Stanislava LUPPOVÁ. *Myslíme kriticky o médiách* [online]. Slovenské centrum pre komunikáciu a rozvoj, Bratislava 2011. [cit. 13.11.2023]. ISBN: 978-80-970163-3-3. Dostupné z: https://globalnevezdelavanie.sk/wp-content/uploads/2019/08/myslime_kriticky_o_mediach.pdf

²⁹SCHWARTZ, Barry. *The paradox of choice: why more is less*. New York: HarperCollins, 2004, ISBN: 9780060005696, s. 193

Jinými slovy se může jednat i o pravidlo *What You See All There Is* neboli *To, co vidíš, je vše, co je*, jak zmiňuje Daniel Kahneman s odkazem na knihu *Myšlení: rychlé a pomalé*.³⁰

Pokud vnímáme sdělení ze zdroje, který je omezen množstvím informací, uvažujeme o určitém tématu způsobem, jako kdyby sdělení obsahovalo veškeré poznatky. Zaměření pozornosti na událost a její výraznost často vede k nadhodnocení nepravděpodobných událostí a přeceňování mimořádných výsledků. Tento jev se nazývá tzv. kaskáda dostupnosti. Intenzivní mediální zdůraznění dramatických situací, jako jsou tragické letecké nehody či teroristické útoky, vytvářejí živý a reálný dojem, zvláště když je situován v konkrétním kontextu.³¹

Lidé posuzují svět na základě informací, které jsou jim aktuálně dostupné. Náš pohled je omezen tím, co právě vidíme a co je přítomné v našich myšlenkách. Tuto omezenou perspektivu často zaměňujeme za „vše, co je“. Tento jev vychází z intuitivního zpracování informací, kdy se naše mysl přirozeně zaměřuje na neobvyklé, podivné, výjimečné nebo extrémní události. A pokud je tato nepravděpodobná událost mediálně atraktivní, stává se středem naší pozornosti. Podobně je to i s obavami z nebezpečného a násilného světa plného špatných lidí, teroristů a podvodníků. Jak upozorňuje Daniel Kahneman: „Pokud jde o vzácné pravděpodobnosti, naše mysl není připravena pracovat příliš racionálně.“³²

2.2.1 Důležitost mediální gramotnosti

Za pozornost určitě stojí názor českého textaře a muzikanta Jana Buryánka, který říká, že: „Pro mediální texty platí stejně jako pro všechnu ostatní komunikaci, že za správné porozumění jejímu smyslu je nakonec zodpovědný každý čtenář, posluchač nebo divák sám.“³³

³⁰KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil, 2012. ISBN: 978-80-87270-42-4, s. 346

³¹Tamtéž

³²KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil, 2012. ISBN: 978-80-87270-42-4, s. 346

³³NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2, s.175

To, jakým způsobem si informace přebíráme, závisí čistě na nás. Média jsou interpretátorem informací, ale záleží na člověku jako takovém, zda informacím podlehne bez ověření, zda si je ověří či z nich bude vycházet.

Tomuto tématu se věnuje i světoznámý psycholog Philip Zimbardo, který v knize *Odpojený muž* uvádí: „Důvodem poklesu důvěry jsou mimo jiné média, která neustále vyhledávají a zdůrazňují zkaženost, korupci, podvody a lži v prostředí politiky, uvádějí nespolehlivé svědectví očitých svědků, vyostřují názory nižší třídy, jak se sociální nůžky postupně rozevírají, přinášejí skandály celebrit a berou si na paškál pověst jinak veřejně činných lidí.“³⁴

Ti, kdo se dlouho věnují sledování televize, vykazují vyšší úroveň obav z možnosti stát se obětí násilí, mají menší důvěru v druhé a častěji vnímají svět jako hrozivé, nebezpečné a nepřátelské místo ve srovnání s těmi, kteří sledují televizi méně.³⁵

Marek Pečenka k tomu uvádí, že: „Má-li být dezinformace účinná, nesmí obsahovat jen lživé informace, ale směs informací pravdivých a nepravdivých. Někdy zpravodajské služby vytvářejí dezinformační kampaň i na základě pravdivých informací, které jsou takové povahy, že je protivník považuje za nepravdivé.“³⁶

2.3 Způsoby tvoření dezinformací

Emil Mleziva ve své knize *Encyklopedie lži, podvádění a klamání* uvádí jako hlavního původce dezinformací společenský systém či instituci. Způsoby, jakými jsou tvořeny dezinformace, dělí následovně:

1) Popírání skutečnosti

Jedná se o vztah původce a adresáta, kdy původce přesvědčuje onoho adresáta o neexistenci skutečnosti i přes to, že adresát je se skutečností srozuměn. Skutečností myslíme určitou událost, děj nebo situaci. Původce sám tvrdí: „že něco neudělal, nespáchal, že něco neřekl, že si nevzpomíná, že o dané věci neví apod.“

³⁴ZIMBARDO, Philip a Nikita D. COULOMBE. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN: 978-80-247-5797-1, s. 47

³⁵MYERS G. David. *Sociální psychologie*. 1. vyd. Praha: Edika, 2016. ISBN: 978-80-266-0871-4, s. 337

³⁶PEČENKA, Marek a kol. *Encyklopedie špionáže*. 1. vyd. Praha: Libri, 1993. ISBN 80-901-5791-2, s.

Cokoliv, co původce řekne, lze znegovat výroky typu: to je omyl, toto není pravda, nic takového jsem neřekl/a. Mleziva považuje tento způsob za nejsnazší. Pokud se bavíme o modelu, kdy jsou popírány informace pravdivé i nepravdivé, popisuje tuto situaci autor jako tzv. „zdvojenou lež“, kterou vystihuje věta „opravdu jsem ti nelhal“.

2) Vytváření fikcí (iluzí) skutečnosti

V dnešní době mají masová média a internet možnost mystifikovat neomezeně velký počet lidí. Emil Mleziva tímto způsobem klamání rozumí možnosti, kdy záměr oklamat diváka jde ruku v ruce se zvláštním cílem a jeho zjevení existuje i mimo vlastní projev. Jako příklad můžeme uvést tzv. novinářské kachny, jež znají realitu jen málo či vůbec. Tento způsob lze využít i v oblasti politické ideologie, kde se můžeme setkat s mystifikacemi tvořenými cíleně s účelem zastírání skutečnosti, a tím k měnění názorů a postojů lidí.

3) Zastírání skutečnosti

V podstatě se zastírání skutečnosti neliší od zatajování či popírání skutečnosti, pouze je k jeho provedení nutný verbální projev. Zastírání skutečnosti je tedy nejvíce zřetelné například v politice, ve veřejné správě, v oblasti zpravodajských služeb apod.

4) Předstírání skutečnosti

Způsob vyskytující se společně se zastíráním skutečnosti. Realita, kterou si subjekt vymyslel, je předstíraná jinou.³⁷

³⁷MLEZIVA, Emil. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 80-702-1391-4, s. 56-58

3. Faktory ovlivňující podlehnutí dezinformacím neboli psychologie fake news

3.1 Oslovení emocí

Oslovení emocí lze řadit mezi účinné mechanismy podlehnutí. Iva Stuchlíková popisuje emoce jako komplexní jevy, pro něž je charakteristická jejich velká citlivost a proměnlivost.³⁸

Podle Jitky Vysekalové a kol. jsou emoce:

- subjektivní záležitostí, kdy stejný podnět vyvolává u rozdílných jedinců odlišnou emoci,
- těžko vyjádřitelné pomocí slov,
- doprovázející všechny duševní činnosti v jedinci a každý proces může být spjat s určitou emoci,
- aktualizující se na základě konkrétního okamžiku a situace,
- dynamizující složkou psychického procesu,
- neopakovatelné - čili je nelze prožít znovu v téže situaci,
- mohou být podmíněné a setrvačné, například pokud má jedinec zafixovanou emoci k jednomu člověku či situaci,
- polaritní – příjemné x nepříjemné, láska x nenávisť,
- obtížně přístupné objektivní analýze,
- přenosné na další jedince,
- nosiči komunikační funkce.³⁹

Vliv emocí na psychické procesy je známý. Emoce jsou činiteli dynamického procesu emocí. Zejména pokud se bavíme o motivaci, paměti a učení.⁴⁰

³⁸STUHLÍKOVÁ, Iva. *Základy psychologie emocí*. vyd. 2. Praha, Česko: Portál, 2007. ISBN: 978-80-7367-282-9

³⁹VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Emoce v marketingu: Jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN: 978-80-247-4843-6

⁴⁰Tamtéž

Vztah emocí a kognitivních procesů

Kognitivní procesy nám umožňují poznávat okolní svět. Řadí se mezi ně vnímání, pozornost, paměť, myšlení, představivost, řeč, fantazie a učení. Kognitivní procesy a emoce jsou provázány velmi těsně a neoddělitelně, prakticky v každém okamžiku už od raného dětství až po stáří, kdy jedinec zpracovává informace o podnětu, který na něj působí.⁴¹ Úzké propojení existuje zejména mezi emocemi a pamětí. Paměť je schopnost uchovávat strukturované informace v čase.⁴² Emoce v této souvislosti mají za úkol určit důležitost informace pro člověka v moment, kdy vnímá podnět. Mají tedy podíl na míře uložení informací do paměti. Příjemné vzpomínky si vybavíme mnohem lépe než ty nepříjemné. Přemíra emocí nám může paměť uvést až do stavu paralyzace, kdy příliš silné emoce zapříčiní, že si nebudeme moci vzpomenout ani na dobře známé informace. Týká se to především trémy či euforie. Důležitou roli ve způsobu zapamatování hraje i nálada. Lidé si pamatují snáze věci obsahově odpovídající jejich aktuálnímu emocionálnímu naladění.⁴³

Společnost, ve které žijeme, je ovládána strachem. Většina lidí ve strachu žila nebo k němu byla vychována. Jiní ke strachu dospěli až s vývojem své osobnosti. Výraznou roli hrají média, která se snaží upozorňovat na nemilé události druhých, aby v nás pocit strachu vyvolala, a tím strach ještě zesilují a zahnízďují ho v nás samých.⁴⁴

Se strachem jdou ruku v ruce i obava a nejistota, zejména co se týká naší budoucnosti a budoucnosti světa, ve kterém žijeme. Obavy, nejistota a strach omezují lidskou racionalitu, dochází k emočnímu zkreslení samotného vstupu (co vnímáme) a zpracování informace. Tyto oslovené emoce se stávají snadným psychologickým mechanismem vedoucím jedince k podlehnutí určité informaci a manipulaci.

Další emocí je hněv, který můžeme prožívat v souvislosti s morálním pobouřením.

⁴¹STUHLÍKOVÁ, Iva. *Základy psychologie emocí*. vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN: 978-80-7367-282-9, s.120

⁴²HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. první opravené vyd. Praha, Česko: Portál, 2009. ISBN: 978-80-7367-569-1, s. 390

⁴³VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Emoce v marketingu: Jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN: 978-80-247-4843-6

⁴⁴Psycholog-sykora.cz: Emoce a jejich vliv na lidské tělo [online]. [cit. 20.11.2023]. Dostupné z: <http://www.psycholog-sykora.cz/clanky/emoce-a-jejich-vliv-na-lidske-telo>

3.2 Analytické a intuitivní myšlení

Po dobu několika desetiletí se řada psychologů snaží vysvětlit dva systémy myšlení: Systém 1 – intuitivní formu myšlení a Systém 2 - analytickou formu myšlení.

Systém 1 je založen na automatické a rychlé funkci, při které není třeba vynaložení žádného či malého úsilí. Zároveň k jeho funkci není potřeba ani žádné úmyslné formy kontroly. Funguje způsobem asociace mezi myšlenkami, které jsou pro nás snadné. Příkladem je například osvojení dovedností jako jsou čtení či porozumění detailů v různých situacích. Do Systému 1 můžeme zařadit i autonomní reakce, jako je řízení auta. Dokud žádné nebezpečí nehrozí a nenaskytne se neobvyklá situace, reaguje Systém 1. Jakmile se ale okolnosti změní, přijde Systém 2 na pomoc, aby celou situaci správně vyhodnotil. Daniel Kahneman popisuje „Systém 1 jako automaticky plynoucí dojmy a pocity, které jsou hlavním zdrojem explicitních názorů a úmyslných voleb Systému 2. „Automatická činnost Systému 1 generuje překvapivě složité modely myšlenek, ale pouze pomalejší Systém 2 dokáže konstruovat myšlenky v uspořádané sérii kroků. Popisují také okolnosti, za kterých Systém 2 přebírá kontrolu, přičemž zamítá volně plynoucí podněty a asociace Systému 1“. Na rozdíl od toho Systém 2 je založen na jisté míře nedůvěry. Jeho funkce je spuštěna přidělením pozornosti na vědomé duševní činnosti a bývá spojován se subjektivním prožitkem, volbou či jednáním, které jsou výsledkem daných okolností. Pokud se vyskytujeme v situaci, kdy je potřeba naši upřenou pozornost odvést jinam, Systém 2 se přeruší. Kahneman jako příklad uvádí udržování rychlejšího tempa chůze, než je pro nás obvyklé, či hledání konkrétní osoby v davu. Systém 2 je také často používán při uvažování o sobě samém, jelikož v dané situaci promýšlíme a analyzujeme své chování. Jedná se tedy o formu analytického myšlení. Jak také zmiňuje Kahneman: „Systém 2 má určitou schopnost změnit způsob, jakým funguje Systém 1, a to tak, že programuje normálně automatické funkce pozornosti a paměti. Když například čekáte na příjezd příbuzného na rušném nádraží, můžete se nastavit tak, že hledáte ženu se šedými vlasy nebo muže s plnovousem, a tím zvýšíte pravděpodobnost, že svého příbuzného poznáte na dálku.“

Oba systémy spolu tedy komunikují. Pokud Systém 1 nezná odpovědi na otázky, zavolá si na pomoc Systém 2, který je více logicky založený. Konflikt ale nastává, když

se necháme zmást okolnostmi a z automatické se musí stát řízená reakce.⁴⁵ V prostředí dezinformací a jejich dopadů na ovlivnění jedince vnímáme Systém 1 jako stěžejní. Člověk, který o získaných informacích přemýšlí (šířeji a hluboce), znamená, že aktivuje Systém 2, a tudíž ne tak snadno podlehe manipulativním informacím.

3.3 Sociální percepce

Sociální percepce lze považovat za další zdroj omezené racionality. Na rozdíl od percepce objektu, se sociální percepce liší minimálně ve čtyřech následujících bodech: metapercepce, sebepercepce, proměnlivost chování a principem reciprocity.

Metapercepce znamená vytváření závěru o vnímání druhých lidí ve vztahu k sobě. Princip reciprocity je v tomto kontextu chápán jako vzájemné vnímání druhých osob, na rozdíl od percepce objektu, která je charakteristická právě jednostranným vnímáním. Zároveň si myslím, že percepce osobnosti jde ruku v ruce s percepcí vlastní osoby. Lidé podle sebe posuzují i ostatní a zároveň úsudky o sobě samém přejímají z percepce druhých osob. Na rozdíl od percepce objektů je sociální percepce mnohem variabilnější, jelikož se percepce druhých může odvíjet od změny nálady, chování či vzájemné interakce nebo situačního kontextu. Pokud hovoříme o dětech, můžeme uvést jako příklad dítě, které je hodné a tiché před rodiči, ale divoké a hlasité před svými vrstevníky.⁴⁶

Renato Tagiuri rozlišil 6 hlavních bodů ovlivňujících sociální percepce. Patří mezi ně:

- přechodné stavy spolu s osobnostními charakteristikami (atraktivita, štěstí, odvaha, strach,...),
- další jevy spojené s osobnostními charakteristikami,
- vzdálené podněty a projevy osobnostních charakteristik přístupné pozorovateli,
- blízké podněty a projevy osobnostních charakteristik přístupné pozorovateli,
- kognitivní procesy, které pomáhají zpracovat podněty,

⁴⁵KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4. s. 41-63

⁴⁶KENNY, A. David. *Interpersonal perception: A social relations analysis*. 1st ed. Guilford Press, 1994. ISBN: 0898621143

- vjemy či úsudky pozorovatele založené na osobnostních charakteristikách.⁴⁷

Chyby v sociální percepci

Do procesu formování úsudku o druhém člověku vstupuje mnoho efektů ovlivňujících závěrečnou zprávu. Mimo efekt primarity a stereotypizace, kterým se věnuji níže, řadím k výčtu i další, které považuji za často se vyskytující.

Halo efekt

Jedná se o jev doložený empirickými daty v roce 1920 Edwardem Thorndikem a rozšířený dále centrálními rysy díky Salomonu Aschovi. Haló efekt ukazuje, že pozorovatel má tendenci generalizovat celkový dojem o určité osobě na všechny její aspekty. Pozorovatel nejprve vyhodnotí, zda je daná osoba vnímána pozitivně nebo negativně, což ovlivňuje hodnocení specifických charakteristik. Tato tendence tíhnoucí ke generalizaci pravděpodobně vychází z implicitních osobnostních teorií a může být vyjádřena dedukcí typu „hodní lidé mají kladné vlastnosti, zatímco ti méně hodní spíše záporné“. Například u vřelé a přátelské osoby bude pozorovatel interpretovat rys impulzivity odlišně než u osoby zlostné a nepřátelské.

Logická chyba

Logická chyba závisí na pozorovateli, který si vytváří vlastní logické předpoklady pro hodnocení druhých. Pokud se kupříkladu pozorovatel domnívá, že energický člověk je více agresivní, bude i tuto vlastnost přisuzovat celkovému obrázku vytvořenému o něm samém.⁴⁸

Sebenaplnující se proroctví

Autor výrazu sebenaplnující se proroctví či Pygmalion efekt Robert Merton chtěl poukázat na ovlivnění druhých lidí našimi vlastními názory na ně. Například pokud dítě stavíme do role, kdy ho vnímáme jako líné, líným se s největší pravděpodobností stane. Naše osobní percepcie založená na empiriích ovlivňuje do jisté míry i druhé

⁴⁷TAQUIRI, Renato. *The Handbook of Social Psychology*. 2nd ed. Massachusetts: Addison-Wesley, 1968. OCLC: 54980671, s. 396-397

⁴⁸TAQUIRI Renato. *The Handbook of Social Psychology*. 2nd ed. Massachusetts: Addison-Wesley, 1968. OCLC: 54980671 s. 396-397

jedince. Nepřátelský postoj vyvolá s největší pravděpodobností i nepříjemnou odezvu a pokud se dané proroctví naplní, rozvíjí se s ním i míra předsudků vůči druhým lidem.⁴⁹

Předpojatost (předsudek)

Slovo předpojatost můžeme chápat jako indikaci dřívějšího názoru na danou situaci. Můžeme tedy říci, že se jedná o určitý úsudek, ať už pozitivní či negativní vůči stimulu, který nastal. Například můžeme mít určitý předpojatý názor na téma týkající se politiky, sportu či nastalých životních situací.⁵⁰

V knize *Povaha předsudků* je definována předpojatost jako „intenzivní odpor založený na chybném a nepružném zobecnění. Může být buďto vyjádřen nebo pocíten. Může být zároveň směřován na skupinu jako celek nebo na jedince vyskytujícího se v této skupině.“ Tento negativní postoj k předsudkům, které máme, je složen z přesvědčení, názorů a chování.⁵¹

3.4 Kognitivní disonance

V tomto kontextu znamená, že věříme jen souznějícím informacím. Jedná se o nepříjemný stav, který se projeví u člověka v momentě, kdy se v jeho systému kognic objeví nekonzistentní kognice či informace nekorelující s aktuálním chováním, postoji, názory či kognicemi daného člověka. Jedinec získává motivaci, díky které chce nepříjemný pocit ukončit či zastavit pomocí odstranění kognice.⁵²

⁴⁹ALLPORT, Gordon Willard. *O povaze předsudků*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2004. ISBN: 80-7260-125-3

⁵⁰NELSON D. Todd and Michael A. OLSON. *The psychology of prejudice* [online]. Third edition. New York: The Guilford Press. [cit. 22.11.2023]. ISBN: 9781462553235. Dostupné z:

https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=92PjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=the+psychology+of+prejudice&ots=DPqnwx2QIL&sig=m6XXp59z-qqpFf1egVAs9AeG-w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, s. 7

⁵¹Tamtéž

⁵²FESTINGER, Leon. *A theory of cognitive dissonance* [online]. Stanford, California: Stanford University Press, 1962. [cit. 22.11.2023]. Dostupné z:

https://archive.org/stream/FestingerLeonATheoryOfCognitiveDissonance1968StanfordUniversityPress/Festinger%2C%20Leon%20-%20A%20theory%20of%20cognitive%20dissonance%20%281968%2C%20Stanford%20University%20Press%29_djvu.txt

Výraz kognice lze přeložit jako poznání. Jedná se tudíž o soubor mechanismů, skrze které člověk poznává, observuje či analyzuje vnější a vnitřní svět. Kognitivní disonance je tedy přeložena jako poznávací konflikt či nesoulad.

Hayesová zároveň definuje kognitivní disonanci jako „důležitý zdroj změny postojů. Kognitivní disonance se objeví tehdy, když zjistíme, že si naše postoje nebo přesvědčení odporují, ať už proto, že nejsou vyvážené, nebo proto, že jsou v přímém konfliktu. Se vzniklou tenzí se vyrovnáváme buď změnou jednoho z postojů, nebo přidáním dalšího, který nám umožní interpretovat situaci jiným způsobem”.⁵³

Příkladem je nesouznějící informace s naším názorem, jelikož toto přesvědčení vyvolá nekonzistenci v systému kognic daného jedince a uvede ho do kognitivní disonance. Čím je disonance silnější, tím jsou pro něj pocity nepříjemnější. Mezi další příklady můžeme zahrnout lhaní, nesplněný slib, podceňování apod.

Existuje mnoho způsobů, jak kognitivní disonanci zmenšit, zastavit či odstranit. Ve Festingerově teorii existují tři obecné možnosti:

- a) poupravení stávajících kognic v jejich rozsahu disonance,
- b) přijmutí nových nedisonantních kognic,
- c) přikládání menšího významu sporným kognicím s důsledkem zmenšení disonance.

Vlivem času se však objevily nové konkrétnější způsoby zvládnání kognitivní disonance (tzv. coping), kdy trivializujeme, znevažujeme nové kognice, snažíme se odvést pozornost od disonance či na ni chceme rovnou zapomenout. Můžeme také odmítat odpovědnost za své kognice či se je snažit zracionalizovat. Jako nejnáročnější metoda byla určena změna svého stávajícího chování dle kognic nových.

Všechny tyto strategie můžeme rozdělit do dvou skupin: změna přesvědčení či změna chování.⁵⁴

⁵³HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie*. 4. vyd. Přeložila Irena ŠTĚPANÍKOVÁ. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-283-6, s. 103

⁵⁴MCGRATH, April. *Dealing with dissonance: A review of cognitive dissonance reduction* [online]. *Social & Personality Psychology Compass*, 2017. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/spc3.12362>, s. 1-17

3.5 Některé další psychologické mechanismy podlehnutí manipulativních informací

3.5.1 Kognitivní snadnost

Je určena mírou obtížnosti, která je dána způsobem sdělení určité informace. Ukazatelé hodnotící obtížnost pochopení jsou rozděleny do systému jedna a dva pohybující se na stupnici snadný až vyčerpávající.

Snadný systém říká, že vše probíhá dle plánu čili nejsou v dohledu žádné hrozby, novinky či situace vyžadující naši pozornost. Nejspíše máte dobrou náladu, jste důvěřivější, rozumíte všem informacím a jsou pro vás povědomé.

Nesnadný systém říká, že se vyskytl problém, který vyžaduje zvýšenou pozornost. To vede k tzv. kognitivnímu vypětí, které je ovlivněno hladinou úsilí a přítomností neuspokojených požadavků. Nejspíše jste velmi ostražití, nedůvěřiví, budete dělat obecně méně chyb a budete méně intuitivní a kreativní, než je obvyklé.

Ciferník kognitivní snadnosti bývá navázán na širokou síť ovlivněnou různými proměnnými, jakými může být například dobrá nálada, zřetelné zobrazení či související zkušenost, kterou již máme.

3.5.2 Iluze pamatování

Prvním demonstrujícím byl psycholog Larry Jacoby, který podložil iluzi pamatování vědeckým výzkumem s názvem „Becoming Famous Overnight“. Jak takový pokus probíhal? Zodpovězte si otázku: „Jak víte, že je někdo slavným?“ Jedna z možností je, že celebritu opravdu znáte, víte o ní téměř vše. Druhou možností bude postačující známost jména dané osoby.⁵⁵

Jacoby jej formuluje takto: „Zážitek známosti, tedy pocit, že něco znám, s sebou nese jednoduchou, ale silnou kvalitu ‚minulosti‘, která zdánlivě naznačuje, že jde o přímou reflexi dřívějšího zážitku.“⁵⁶

⁵⁵JACOBY L. Larry et al. *Becoming Famous Overnight* [online]. American Psychological Association, 1989. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/psyifp/aeechterhoff/wintersemester2011-12/seminarsozialekognitionundattribution/jacoby_famous-overnight_1989.pdf

⁵⁶WHITTLESEA W. A. Bruce, L. Larry JACOBY and Krista GIRARD. *Illusions of Immediate Memory: Evidence of an Attributional Basis for Feelings of Familiarity and Perceptual Quality* [online]. Journal of

Právě uvedená „kvalita minulosti“ je iluzí. Jelikož je užitý pojem pro jedince zažitý či známý, věří mu, aniž by si ověřil jeho správnost. Je schopen ho rychleji přečíst a i mu porozumět vlivem již uvedené kognitivní snadnosti, která jedince zaslepuje. Díky ní v nás pojem vyvolá pocit snadnosti a dojem známosti.⁵⁷

3.5.3 Iluze pravdy

Iluze pravdy je závislá na dojmu známosti. Kahneman uvádí: „Normálně když potkáte nějakého známého, dokážete ho okamžitě zařadit a pojmenovat; většinou i víte, kde jste se s ním potkali naposledy, co měl na sobě a o čem jste se bavili. Pocit známosti se stává relevantním pouze tehdy, když takové konkrétní vzpomínky nejsou k dispozici. Je to jakási záloha. Ačkoliv její spolehlivost není dokonalá, záloha je lepší než nic. Právě pocit známosti vás ochrání před trapnými situacemi, kdy byste byli překvapeni, když vás jako starého známého pozdraví někdo, kdo vám pouze někoho matně připomíná.“⁵⁸ Pocit známosti může vést ke snadnějšímu uvěření informacím.

Mezi spolehlivé metody, které jsou užívány v médiích, patří například opakování. Čím vícekrát slyšíme určitý názor či slovní spojení, tím více mu věříme. Zároveň může dopomoci i jednoduchost výrazu, přehlednost textu či chytlavost názvu. Jako příklad uveďme pokus, kdy byli respondenti vyzváni, aby ohodnotili vyhlídky fiktivních tureckých společností určené na základě dvou makléřských firem. Jedna společnost měla jednoduchý a druhá komplikovaný název. Zprávy v určitých informacích nekorelovaly. Nejideálnějším řešením by bylo vytvoření průměru obou zpráv. Respondenti místo toho ale přisuzovali mnohem větší důvěryhodnost zprávě ze společnosti s méně komplikovaným názvem.⁵⁹

Memory and Language, 1990. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: [https://www.larryjacoby.ca/images/whittlesea%2C%20jacoby%2C%20%26%20girard%20\(1990\).pdf](https://www.larryjacoby.ca/images/whittlesea%2C%20jacoby%2C%20%26%20girard%20(1990).pdf)

⁵⁷KAHNEMAN Daniel. *Myšlení rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4, s. 137

⁵⁸KAHNEMAN Daniel. *Myšlení rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4, s. 1 033

⁵⁹SHAH K. Anuj and Daniel M. OPPENHEIMER. *Easy does it: The role of fluency in cue weighting* [online]. Princeton University, 2007. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/5140633_Easy_Does_It_The_Role_of_Fluency_in_Cue_Weighting

3.5.4 Podlehnutí formě více než obsahu

Prospěch kognitivní snadnosti lze využít ve spoustě odvětví, například v masmédiích, které je využívají ve způsobech sdělení, jak je uvedeno výše. Je obecně platné, že nízká míra zatížení kognic pomáhá jedincům k lepší orientaci v textu, zlepšuje čitelnost a jasnost sdělení. Daniel Kahneman ve své knize *Myšlení rychlé a pomalé* uvádí následující znaky využívající právě kognitivní snadnost:

- **maximalizovat čitelnost**

Daniel Kahneman toto tvrzení uvádí na následujícím příkladu:

Adolf Hitler se narodil roku 1892.

Adolf Hitler se narodil roku 1887.

Jak je známo, obě tvrzení jsou nepravdivá, avšak z experimentů vyplynulo, že lidé obecně přisuzují správnost první možnosti.

- **u barevného provedení tisku používat jasně vybarvenou škálu modré a červené barvy**
- **u černobílého tisku si dát záležet na kvalitě papíru a snažit se o maximalizaci kontrastu mezi písmeny a podkladem**
- **je důležité vyhnout se používání složitěho způsobu sdělování informací, jelikož snižuje důvěryhodnost**

Toto tvrzení Kahneman popisuje na experimentu vytvořeném jeho kolegou Danny Oppenheimerem, který v článku nazvaném „Důsledky erudovaného jazyka používaného bez ohledu na nutnost: Problémy související se zbytečným používáním dlouhých slov“ prokázal, že formulace myšlenek okázalým a jedinečným způsobem snižuje věrohodnost a je vnímána jako znak nízké inteligence.

- **snažte se zrýmovat sdělení, aby bylo lépe zapamatovatelné**

Experiment ukázal, že respondenti, kteří četli veršované aforismy, měli mnohem větší šanci na zapamatování než ti, kteří četli aforismy nezveršované.

- volte snadno zapamatovatelné názvy⁶⁰

4. Znaky snadno ovlivnitelných lidí

Osobnost člověka je popisována podle různých matematicko-statistických modelů, nejužívanějším je v poslední době model Big Five popisující 5 faktorů, které se v chování jedince projevují jako rysy neboli vlastnosti osobnosti, a to v závislosti na daném kontextu a interakci. Jedním z těchto faktorů je extraverte. Mezi další patří otevřenost, svědomitost, přívětivost a emocionální stabilita či neuroticismus.⁶¹ Nekritická otevřenost vůči novým informacím je dalším znakem snadné ovlivnitelnosti.

4.1 Některé vlastnosti lidí podporující jejich ovlivnitelnost

- **Sugestibilita**

Je schopnost podléhat sugesci. Stupeň sugestibility roste při snížení psychické kontroly (např. únava, alkohol) a v podmínkách tzv. davové (masové) sugesce, kdy je společenství spojeno jednotnou myšlenkou či zájmem. Vyšší sugestibilita se může projevit, pokud jsme ve stresu. Nižší sugestibilitu mohou mít kupříkladu důchodci.

- **Extraverte**

Extrovert je bezpochyby společenský typ člověka. Má rád společnost, vyhledává nové kontakty, je rychle adaptabilní ke změnám života a ve společnosti se chová přirozeně. Další vlastností extraverta může být impulzivita, jelikož preferuje bezstarostnost a dříve jedná, než plánuje. Extrovert nemá plně zvládnuté své emoce, a ne vždy je kvůli tomu spolehlivý. Má rád vzrušení, které vyhledává a proto nemusí pociťovat negativní emoce před hrozbou, jelikož si neuvědomuje strach ani nevnímá negativní následky.⁶² Mezi další schopnosti extroverta může patřit i schopnost dobře rozlišovat podvržené

⁶⁰KAHNEMAN Daniel, *Myšlení rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-42-4, s. 140-144

⁶¹*Mindset.cz: "Big 5" Pět hlavních vlastností vaší osobnosti* [online]. [cit. 20.1.2024]. Dostupné z: <https://www.mindset.cz/prispevky/10591-5-hlavnich-vlastnosti-vasi-osobnosti/>

⁶²EYSENCK Hans Jürgen and Sybille Bianca Giulietta EYSENCK. *Personality structure and measurement. First edition*. R. R. Knapp, 1969. ISBN: 0912736089

zprávy a informace, což vede k vyššímu skóre přívětivosti a otevřenosti a nižšímu skóre extraverte.⁶³

- **Silná impulzivita (emocionální labilita)**

4.2 Myšlenkové chyby

Lidé mají omezenou racionalitu, tudíž nejsme schopni vše důkladně zhodnotit, a proto si vytváříme určité zkratky jako kognitivní zkreslení a rychlé soudy. Mezi hojně užívané myšlenkové chyby může patřit prioritizace vlastních názorů či zkušeností na základě osobního přesvědčení. Kupříkladu pokud věříme faktu, že Země je placatá, pokládáme jako důvěrnější ty zdroje informací, které potvrzují a podporují naše přesvědčení. František Koukolík uvádí, že „existence nějakého přesvědčení nebo víry obvykle zkresluje nové informace tak, aby jí odpovídaly, a to tím více, čím více jsme přesvědčeni nebo čím je víra pevnější.“⁶⁴

Snažit se tedy přesvědčit člověka o jeho nepravdě může být kontraproduktivní. V případech, kdy na člověka naléháme, jeho přesvědčení mu vymlouváme a snažíme se argumentovat proti jeho názoru, může dojít k tzv. **backfire efektu**, který vede k utvrzení jeho názorů. Dalším efektem, který jde ruku v ruce s touto problematikou, může být **Dunningův-Krugerův efekt** říkající, že skoro každý se cítí být lepší než ostatní, konkrétněji se jedná o 93% populace.⁶⁵ Naše přesvědčení je tímto ovlivněno hned dvojím způsobem. Zprv si mylně myslíme, že rozhodnutí ostatních, která jsou v našich očích špatná, bychom dovedli vyřešit lépe, a zároveň si toto své jednání ani neuvědomujeme, což je podstatou Dunningův-Krugerova efektu. Vysvětlení nalézáme i v knize Dunning-Krugerův efekt: Proč hlupák zůstává hlupákem, kde stojí, že: „nejméně kompetentní lidé své síly přeceňují právě díky své neznalosti. Jelikož nejsou

Calvillo, D. P., Garcia, R. J. B., Bertrand, K., & Mayers, T. A. (2021). *Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news. Personality and Individual Differences, 174*, 110666. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110666>

⁶⁴KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. Vzpouza deprivantů. 2. vyd. Praha: Galén, 2006. ISBN: 9788072624102, s. 139

⁶⁵Smithlawoffice.com: *Do Most Drivers Really Think They Are Above Average?* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://www.smithlawco.com/blog/2017/december/do-most-drivers-really-think-they-are-above-aver/>

s určitou problematikou dostatečně obeznámeni, neuvědomují si, jak velké limity mají.“⁶⁶

Mezi další myšlenkové chyby se řadí dle Sutherlanda následující:⁶⁷

Některé souvisí se sociální percepcí (kapitola 3.3).

1) Utváříme si neexistující souvislosti

Do této skupiny řadíme chyby v percepci, jako efekt prvního dojmu či stereotypizace.

Efekt primarity

Neboli efekt prvního dojmu se pojí s psychologem Solomonem Aschem. V roce 1946 provedl první výzkum kladoucí důraz na prvotní percepční informaci, kterou si o člověku utvoříme. Následně utvořená informace nám udělá o člověku obrázek, kterým se necháme řídit. Důležitý je tedy první dojem, který o nás člověk má. Zmiňme i slova psychologa K. Hogana: „V momentě spatření cizí osoby ji okamžitě kategorizujeme a zařadíme do jedné z mnoha osobnostně typologických kategorií.“ Chybně utvořený úsudek má tedy za důsledek zařazení osoby do špatné kategorie, které následně ovlivňuje naše chování a přístup k danému člověku.⁶⁸

Stereotypizace

Souvisí s předsudky a lidskou předpojatostí vůči konkrétnímu člověku, rase, národnosti, pohlaví anebo vizuální stránce. Předsudky jsou subjektivní a nepodložené postoje, které jsme si vytvořili na základě generalizované skutečnosti.⁶⁹

S konceptem předsudků souvisí úzce i diskriminace. „Nejčastěji se pojem diskriminace používá v negativním významu rozlišování lidí na základě příslušnosti k nějaké obecné skupině bez ohledu na schopnosti konkrétního jedince. Diskriminace se dá rozdělit

⁶⁶Manipulátoři.cz: *Dunning-Krugerův efekt: Proč hlupák zůstává hlupákem* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/dunning-krugeruv-efekt-proc-hlupak-zustava-hlupakem/>

⁶⁷SUTHERLAND, Stuart. *Irrationality: Why We Don't Think Straight*. 1. ed. New Brunswick: Rutgers University Press, 1994. ISBN: 0813521505

⁶⁸Kevinhogan.com: *Mind Access: Read their Body Language and Know their Unconscious Mind* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://www.kevinhogan.com/mindaccessebook.pdf>

⁶⁹ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno : Paido - edice pedagogické literatury, 1998. ISBN 80-85931-48-6, s. 102

podle konkrétních znaků odlišujících jednotlivé skupiny. Pak hovoříme o tzv. diskriminaci rasové, náboženské, věkové, sexuální orientace aj.⁷⁰

2) Na základě přesvědčení jsme schopni zkreslovat a mylně vykládat skutečnosti čili jsme schopni určit, zdali je pro nás tvrzení pravdivé, či nepravdivé.

3) Neznáme elementární statistická pravidla

Mylné úsudky plynou z ukvapeně smyšleného vzorku či z nízké míry vědomosti. Na naši neznalost jsou tedy vázány i argumentační klamy, které souvisejí s naší empirií. Pravděpodobnost událostí posuzujeme na základě rychlosti vybavení. To je zapříčiněno vlivem médií, která nadhodnocují dramatické události snadno ovládající náš strach.

4) Pamatujeme si hůře

Důvěra v naši dlouhodobou paměť se může projevit jako klamná a zavádějící. Experimenty dokazují zkreslení dlouhodobé paměti u událostí, které se staly. Kupříkladu jsme přesvědčeni o situaci, která se stala přesně tak, jak si ji pamatujeme, přičemž pravda může být jinde.

5) Vyvozujeme mylné závěry

Jedná se především o komplikované, hůře řešitelné situace, kdy je těžké vyvodit závěr či předpovědět další vývoj na bázi mnoha proměnných. Může se jednat o situace politického dění či konfliktní situace. Odpovědí na složitost situace může být vytvoření i uvedených konspiračních teorií, které jsou známé svou jednoduchostí, ale obvykle nesprávným názorem.

6) Confirmation bias neboli konfirmační zkreslení

Jedná se o způsob zkreslení využívající kombinaci několika výše uvedených myšlenkových chyb. Velmi výstižně jej popisuje David McRaney: „Vaše názory jsou výsledkem mnoha let, kdy jste pozornost věnovali pouze informacím, které vás

⁷⁰Policie.cz: *Diskriminace*. [online]. [cit. 5.12.2023]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/diskriminace.aspx>

utvrzovaly ve vašem přesvědčení, a zároveň zcela ignorovali ty, které nabourávaly vaše předem vytvořené dojmy a představy.“⁷¹

4.3 Kritické čtení

Jedná se o schopnost kriticky uvažovat nad přečteným textem díky gramotnosti čtenáře. To vyžaduje určitou míru schopnosti porozumět textu, přemýšlet nad ním a aktivně jej řešit. Je důležité čtenářskou gramotnost také neustále rozvíjet a používat ji jak k dosažení vlastních cílů, tak i k rozvoji vlastních vědomostí jedince, které může uplatnit ve společnosti.⁷²

Kritická mysl byla vyvinuta jako jeden z cílů pračlověka. Důvodem vývoje bylo hodnocení hrozeb z vnějšího prostředí, které vedlo k jejich snazšímu překonání.⁷³

Jedna z často citovaných definic pochází z knihy *Critical Thinking*, v níž autoři Brooke N. Moore a Richard Parker uvádějí: „Tvrzení jsou výroky, které můžeme přijmout buď jako pravdivé, nebo jako nepravdivé. Kritické myšlení je pečlivé a uvážené rozhodnutí o tom, zda nějaké tvrzení přijmeme, odmítneme nebo se o něm zřekneme úsudku. Kritické myšlení rovněž zahrnuje stupeň jistoty, se kterou nějaké tvrzení přijmeme, nebo odmítneme.“⁷⁴

Kritickým myšlením se zabývá František Koukolík v několika svých knihách, jako je například kniha *Základy stupidologie* či *Vzpoura deprivantů*. K vysvětlení schopnosti kritického myšlení se opírá František Koukolík o tvrzení Williama Summery, který píše, že: „Kritika je zkoumání a ověřování všech tvrzení, která jsou předkládána k přijetí. Smyslem kritiky je zjistit, zda odpovídají, nebo neodpovídají skutečnosti. Kritické myšlení je jedinou zárukou, která nás chrání před klamy, podvody, pověrami a mylným

⁷¹MCRANEY, David. *You are not so smart: why you have too many friends on Facebook, why your memory is mostly fiction, and 46 other ways you're deluding yourself*. New York: Gotham Books/Penguin Group, 2011. ISBN: 9781592407361, s. 27

⁷²BROMOVÁ, Renata. *Kritické čtení – inspirace pro rozvoj čtenářské gramotnosti v hodinách anglického jazyka I. - teoretický úvod* [online]. [cit. 5.12.2023]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/g/16695/KRITICKE-CTENI---INSPIRACE-PRO-ROZVOJ-CTENARSKE-GRAMOTNOSTI-V-HODINACH-ANGLICKEHO-JAZYKA-I---TEORETICKY-UVOD.html>

⁷³SCHULZE, Ralf and Richard D. ROBERTS. *Emoční inteligence: přehled základních přístupů a aplikací*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-229-4, s. 95

⁷⁴NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN: 978-80-271-0716-2, s. 233

chápaním jak sebe samých, tak světa kolem nás... Vzdělávání v kritickém myšlení je jediné vzdělávání, o němž lze pravdivě říci, že tvoří dobré občany.“⁷⁵

Vzhledem k tomu, že je nám známý způsob uvažování jedinců, kdy nejdříve přichází ona intuice a později až rozum, můžeme říci, že je kritické myšlení naučená vlastnost, která vyžaduje určitý druh mentální námahy. Pokud tedy lidé tuto vlastnost ovládají, neberou žádný ohled na své předsudky ani intuici. Jak uvádí i František Koukolík, „předmětem kritického myšlení je proces myšlení“.⁷⁶

Koukolík klade důraz na důležitost ověřování našich informací, které od zdroje přijímáme. Nutné je také zkoumat i původ zdroje vysílané zprávy či způsob formulace otázky. V neposlední řadě bychom také neměli zapomenout na způsob, jakým zdroj ke sběru informací přišel, kde je čerpal či jaký byl jeho podnět. Důležité je také zkoumat kvalitu informací a způsob využití našeho myšlení umožňující tento proces úvahy, včetně předpokladů a rámce, ve kterém uvažování proběhlo, za jakých okolností či hledisek.⁷⁷

Profil kriticky myslícího člověka

Ve své publikaci *The miniature guide to critical thinking* uvádějí Richard Paul a Linda Elderová jednoduchost běžného myšlení, které obvykle bývá plné předsudků, chybných zkrácení a zaujatých postavení. Východiskem je podle nich umění kritického myšlení, díky kterému budeme schopni lépe analyzovat a vyhodnocovat své uvažování. Kritické myšlení závisí na jedinci a jeho pílí.⁷⁸

Ve své knize uvádějí mimo jiné i znaky kriticky myslícího člověka:

- Pokládá si nezbytné otázky zformulované přesně a jasně
- Získává a vyhodnocuje relevantní informace

⁷⁵KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. *Vzpouora deprivantů*. 2. vyd. Praha: Galén, 2006. ISBN: 9788072624102, s. 233-234

⁷⁶KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. *Základy stupidologie. Život s deprivanty II*. 1. vyd. Praha: Galén, 2002. ISBN 80-726-2089-4, s. 64

⁷⁷KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. *Základy stupidologie. Život s deprivanty II*. 1. vyd. Praha: Galén, 2002. ISBN 80-726-2089-4, s. 63-64

⁷⁸ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5, s. 2

- Využívá teoretických poznatků, aby je efektivněji interpretoval
- Přichází s velmi dobře odůvodněnými závěry a řešeními a testuje je proti relevantním kritériím a standardům
- Myslí otevřeně v rámci alternativních způsobů myšlení
- Poznává, vyhodnocuje a efektivně komunikuje s ostatními ohledně řešení komplexních problémů⁷⁹

Richard Paul a Linda Elderová zmiňují ve své knize obecné intelektuální standardy vztahující se k výuce kritického myšlení. Mezi ně řadíme:

- Jasnost

Jasnost je vlastností se vstupním standardem. Pokud se vyskytneme v situaci, kdy je tvrzení nejasné, nemůžeme určit jeho relevantnost. Nemůžeme v podstatě určit nic, jelikož nevíme, jaký je jeho obsah, co nám sděluje či jaká má být naše reakce. Při vyřčení nejasného výroku by nám mohly dopomoci otázky typu: „Můžete mi dát příklad? Můžete to vyjádřit nějak jinak? Můžete mi to znázornit? Můžete to trochu rozvést?“

S formou nejasných výroků se můžeme setkat kupříkladu při čtení titulků zpráv či novin, které se jimi snaží zachytit pozornost co největšího okruhu diváků, a tím zvýšit svou sledovanost. Nemůžeme opomenout ani nejasné výroky politiků při politických debatách jak v předvolebním, tak volebním období.

- Přesnost

I když je výrok jasným, neznamená, že musí být i přesným. Jako příklad uvádějí tvrzení: „Většina psů váží přes tři sta liber.“ Toto tvrzení je nepřesné, jelikož si nejsme vědomi, zda-li váží většina psů čtyři sta, nebo osm set liber. V takovýchto případech by byly na místě tyto typové otázky: „Je to opravdu pravda? Jak toto tvrzení můžeme ověřit? Jak můžeme zjistit, že je to pravda?“

⁷⁹ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5, s. 2

- Určitost

I přes jasnost a přesnost výroku mu může chybět jeho určitost. Uvádějí příkladem tvrzení: Jan má nadváhu. V případě tohoto výroku nevíme, jak moc má Jan nadváhu, zda se jedná pouze o jedno kilo, nebo o deset kil. Zde nám mohou pomoci otázky typu: „Můžete uvést nějaké další podrobnosti?“

- Relevance

Pokud výrok obsahuje všechny výše uvedené body, stále může postrádat relevanci. Příklad uvádějí tento: Studenti si například často myslí, že míra úsilí, kterou vynaloží do studia, by se měla projevit ve známce samotné. Snaha studentů však často neodpovídá kvalitě učení a nezdařená zkouška je pak studenty komentována tím, že se s učením opravdu nadřeli. Tento komentář je však irelevantní, neboť je okrajový a netýká se jádra problému. V tomto případě nám mohou pomoci otázky typu: „Jak to souvisí s danou otázkou? Jak se to týká dané problematiky?“⁸⁰

- Hloubka

Povrchnost výroku je dalším znakem, kterému by měli jedinci věnovat svou pozornost. Příkladem může být tvrzení, jehož cílem je odradit mladistvé od experimentování s drogami: „Jen řekněte ne!“ Aby však tomuto výroku mladiství porozuměli, musí znát kontext drogové problematiky. Musí vědět, co jsou drogy, jaké jsou jejich účinky, co je závislost a jaké jsou její důsledky, jakou taktiku používají dealeři apod. Zde můžeme použít otázky typu: „Jakým způsobem se zabýváte těmi nejpodstatnějšími činiteli? Jakým způsobem řeší vaše odpověď komplikovanost otázky?“⁸¹

- Šířka

Šířka může být postrádána u jednostranných argumentací spojených s filozofií, vědou, politikou či náboženstvím. Jako příklad může sloužit hádka mezi konzervativní a

⁸⁰ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5, s. 8

⁸¹ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5, s. 9

liberální stranou, která jde hluboko do problému, avšak pochopení má pouze pro jednu stranu. V tomto případě bychom měli zvážit další pohled na věc. Můžeme si například klást otázky typu: „Je zde i jiný způsob, jak nahlížet na tuto otázku? Jak by to vypadalo z jiného pohledu?“

- Logika

Je určena pořadím přijímaných informací, které při vzájemně správné kombinaci dávají smysl a označujeme je za „logické“. V případě, že dojde k přehození pořadí kombinací, stává se pro nás myšlení nelogické. V tomto případě bychom si měli klást otázky: „Opravdu to dává smysl? Opravdu to souvisí s tím, co jste řekl před chvílí? Jak to spolu souvisí? Předtím jste tvrdil tamto a nyní říkáte toto, nechápu, jak mohou být obě tvrzení pravdivá.“⁸²

4.4 Emoční inteligence

Úrovně emoční inteligence v tomto kontextu chápu jako významný faktor, který ovlivňuje manipulaci člověka. Na rozdíl od emocí je emoční inteligence, dále zkratka EI, pojem poměrně mladý. Jeho historie sahá do roku 1990, kdy jej použili poprvé dva američtí psychologové Peter Salovey a John Mayer, kteří jej používali jako důležitý faktor ovlivňující úspěch. O největší popularizaci pojmu EI se ale jistě zaručil Daniel Goleman, jehož kniha *Emoční inteligence* přinesla zlom v povědomí lidí.

K neznámějším definicím EI patří:

„EI definujeme jako schopnost přemýšlet nad emocemi a nad tím, jak posilují naše myšlení. Zahrnuje to schopnost přesně vnímat emoce, jak zpřístupnit a vytvářet své emoce tak, aby nám pomáhaly v myšlení. Porozumět emocím a emočnímu vědomí tak, abychom byli schopni reflektovat správně naše emoce a zlepšovat tím naši emoční a intelektuální schopnost.“⁸³

⁸²ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5, s. 9

⁸³MAYER D. John, Peter SALOVEY and David R. CASURO. *Emotional intelligence: Theory, Findings and Implication*. [online]. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2004. [cit. 12.12.2023]. Dostupné z: <https://aec6905spring2013.files.wordpress.com/2013/01/mayersaloveycaruso-2004.pdf>

„Emoční inteligence se týká schopnosti správně rozpoznat význam emocí a jejich spojitosti tak, abychom dokázali pochopit a vyřešit problémy založené na emocích. Emoční inteligence zahrnuje schopnost vnímat emoce, přizpůsobovat emoce našim pocitům, pochopit, co nám tyto emoce sdělují a řídit je.“⁸⁴

Základem emoční inteligence je souhrn několika složek lidských vlastností, o ty se následně opírají i různé teorie dělení. Mezi základní teorie patří tzv. „Four Branch Model“, se kterým přišli psychologové Salovey a Mayer. Později jej doplnil ještě o pátou složku i Goleman.

Teorie Mayera a Saloveye (The Four Branch Model of Emotional Intelligence)

Model popisuje emoční inteligenci ve vztahu k rozvíjení dovedností a schopností člověka:

- a) přesnější vnímání vlastních emocí a emocí jiných,
- b) použití emocí usnadňující přemýšlení,
- c) pochopení emocí a jejich významu,
- d) kontrola emocí a jejich zvládnání.⁸⁵

Ještě bych ráda uvedla pět základních složek, ze kterých se EI skládá. Jsou jimi podle Golemana:

- Sebeuvědomění – znalost svých vlastních emocí a citů. Jedná se o způsob hodnocení a následné ocenění sebe samých.
- Samoregulace – umění nakládat se svými emocemi a zvládnout je i přes nepříznivé vlivy okolí, tzn. pocit strachu, úzkostné stavy, trpělivost atd.
- Motivace – sebeovládání a vytrvalost určená našimi emocemi, soustředění se na cíl a jeho následné dosažení.

⁸⁴MAYER D. John, Peter SALOVEY and David R. CASURO. *Emotional intelligence: Theory, Findings and Implication*. [online]. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2004. [cit. 12.12.2023]. Dostupné z: <https://aec6905spring2013.files.wordpress.com/2013/01/mayersaloveycaruso-2004.pdf>

⁸⁵Mbaknol.com: *The Four Branch Model of Emotional Intelligence* [online]. 2021. [cit. 13.12.2023]. Dostupné z: <https://www.mbaknol.com/modern-management-concepts/the-four-branch-model-of-emotional-intelligence/>

- Empatie – schopnost vcítění se do emocí druhých a následné porozumění.
- Sociální dovednost – dovednost naslouchat a porozumět emocí druhých, umění vést lidi, dokázat jednat v klidu a schůdně.⁸⁶

Nízká úroveň emoční inteligence

Pokud jedinec patří do skupiny emočně a sociálně vyspělých lidí, bude mezi jeho vlastnosti patřit dostupnost, přístupnost a bohatost sociálních a emočních znalostí. Zároveň bude jedinec schopný „vytvářet si různé pohledy a hypotézy o neobvyklém sociálním/emočním chování či chování v neznámých sociálních/emočních situacích.“⁸⁷ Stejně jako vysoká, tak i nízká míra emoční inteligence se projevuje na osobnosti člověka, jeho rozhodování, myšlení a chování. Lidé, kteří mají nízkou míru emoční inteligence, jsou nespolehliví, nedůvěryhodní a mohou porušovat společenské normy. Dalším velmi podstatným znakem nízké míry emoční inteligence je agresivita.⁸⁸ Ta se může projevovat v rovině útočného jednání v osobní, ale i virtuální rovině. Jedinec vyznačující se nízkou mírou emoční inteligence může také snáze podlehnout vlivům médií a dezinformátorů, zvláště pokud v něm probudí pocity hněvu nebo strachu. Daný jedinec se ve svých emocích nevyzná, jelikož si jich není tolik vědom a nemluví o nich. To může vést k další manipulaci ze strany dezinformátorů a nepravdivé informace, které nabyde, může vlivem negativních emocí šířit dále do svého okolí bez logického uvážení.

5. Zvyšování odolnosti vůči dezinformačnímu působení

Mediální gramotnost

K analytickému myšlení a kritickému uvažování je nutné zařadit i mediální gramotnost, která se také podílí na zvyšování odolnosti vůči vlivům dezinformací. Mezi základní dovednosti, díky kterým můžeme správně verifikovat zprávy, patří kritické myšlení a s ním spojená mediální gramotnost. Gregor Miloš a Vejvodová Petra v knize Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!! definují mediální gramotnost jako:

⁸⁶GOLEMAN, Daniel. *Emoční inteligence: Proč může být emoční inteligence důležitější než IQ*. 1. vyd. Praha: Columbus, 1997. ISBN 80-85928-48-5, s. 50 - 52

⁸⁷SCHULZE, Ralf and Richard D. ROBERTS. *Emoční inteligence: přehled základních přístupů a aplikací*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-229-4, s. 120

⁸⁸Tamtéž

„schopnost dostat se k mediálním informacím a umění je analyzovat, vyhodnocovat a vytvářet.“⁸⁹

Podstatnou část mediální gramotnosti tvoří schopnost bránit se vlivům dezinformací. Důležité je zmínit fakt, že dezinformacemi jsou ovlivněny veškeré segmenty populace, nezávisle na demografických rozdílech. Problémem v tomto směru může být přehnaná stereotypizace starších lidí, lidí s nižším IQ či s nižšími příjmy. Z takto mylného úsudku může populace vydedukovat, že nejvíce ohrožení dezinformacemi jsou právě tyto skupiny osob a jiné lidi téma dezinformací neovlivňuje. Jiří Táborský ale poukazuje na fakt, že manipulace a dezinformace postihují všechny segmenty populace bez rozdílu na věku, pohlaví, národnosti či území, na kterém dané osoby bydlí.⁹⁰

Často můžeme slyšet názory lidí, kteří tvrdí, že se současný svět změnil, je jiný než dříve, stal se více divným, zmateným až chaotickým. Svět je ale stále stejný, jediné, co se mění, je prostředí, ve kterém se lidé nacházejí. Na rozdíl od dnešní doby, kdy jsou dezinformace všude kolem nás v médiích a na internetu, si je lidé dříve utvářeli sami formou pověr, fám, pomluv či jen sdělovali svůj subjektivní pohled na svět jiným a ti si daný názor přebírali podle svého.⁹¹

Mediální gramotnost je pokládána za stěžejní pro orientaci mezi novými médii, stejně tak jako kritické uvažování. Pokud se člověk naučí kriticky přemýšlet, stane se odolným vůči okolí a jeho vlivům, nebude věřit nepravdivým, manipulativním informacím, které zahrnují dnešní společnost stále více. Zároveň není ale mediální gramotnost vrozeným chováním. Jedná se o náročný proces, který na rozdíl od neuvážlivého přijetí názoru a jeho následné interpretace obnáší mnohem více soustředěnosti a zabere mnohem více času. Nicméně z dlouhodobého hlediska se investovaný čas zase vrací zpět ve formě rozhledu a sebejistoty, které jedinec získá.

⁸⁹GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4, s.121

⁹⁰TÁBORSKÝ, Jiří. *V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2014-7, s. 57-58

⁹¹NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha:Grada, 2018. ISBN: 978-80-271-0716-2, s. 97

Za zmínku stojí slova Petra Nutila: „Když člověk dokáže kriticky myslet, dovede se lépe zorientovat ve světě a dělat lepší rozhodnutí. Nebude za pitomce. Dokáže odfiltrovat nekvalitní informace. Bude lépe odolávat reklamě, populistům a propagandistům všech barev. Lidé s touto schopností budou tvořit rozumnější a lepší společnost.“⁹²

Tak jako je svoboda slova ve vyjadřování názoru, nemůžeme odpírat svobodu slova ani dezinformátorům. Za největší riziko považuji zakladatele dezinformačních webů či jiných alternativních médií, kde dezinformátoři úmyslně sdělují nepravdivé informace, teorie či ideologie, které nejsou ničím podloženy. Bohužel většina příznivců dezinformačních webů vkládá důvěru do obsahu, který čte bez pochybení. Následně také jedinci dezinformace předávají dále, nechávají se kontentem dezinformačních webů naplno pohltnout a ovlivnit. Jak říká Petr Nutil: „Technologický rozvoj spolu s novými typy médií dokáže určité pohyby ve společnosti akcelarovat, stát se jakýmsi ‚průtokovým ohříváčem‘, který zatápí pod emočním kotlem a v kombinaci s anonymitou (nebo alespoň debatou, která se neodehrává tváří v tvář) může vytvořit potenciálně velmi výbušnou směs skupinového myšlení, myšlenkových ghett a radikalizace.“⁹³

Podstata nových médií je založena na určité zodpovědnosti konzumentů. Pokud ji konzumenti nemají, slepě věří textu, který si mohou i špatně vyložit. Svobodný přístup k informacím tak ztrácí veškerou váhu.

Proces verifikace informací

Zjistit, zda jsou informace validní, se může mimo vlastní rozum a díky internetu ověřit například i pomocí různých webů, které dezinformace odhalují, či pomocí automatických generátorů. Existuje několik základních kroků, díky kterým si může každý jedinec informace ověřit sám. Patří mezi ně:

- Ověřit si autora
- Ověřit si důvěryhodnost zdroje
- Ujistit se, zda je daná informace i na dalších zdrojích

⁹²NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN: 978-80-271-0716-2, s. 235

⁹³NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN: 978-80-271-0716-2, s. 94-95

- Zkontrolovat publikaci informace a následně prozkoumat časové údaje publikace
- Zamyslet se, zda informace není v rozporu s dosavadními informacemi, kterými disponuje
- Položit si otázku, zda celý text a web působí věrohodně⁹⁴

Ověřovací weby bojující s dezinformacemi na území České republiky

Způsobem ověřování zpráv a informací se v České republice zabývala i politoložka Giereło-Klimaszewska, která uvádí fakt, že většina ověřovatelů dezinformací pochází z novinářského prostředí. Jako hlavní slabinu českých ověřovacích dezinformačních webů uvádí závislost na vnějším financování, kterým mohou být například regionální nadace. Pokud je ověřovatel dezinformací zaujatý a předpojatý vůči informacím, na které reaguje, může dezinformovat také. Mezi dva hlavní ověřovací portály řadí Manipulatori.cz a Demagog.cz. Projekt Manipulatori.cz vznikl v roce 2015 a web se sám popisuje jako informační a výzkumné médium. Jedná se o mediální platformu, která je zaměřená především na politická a sociální témata. Specializují se na ověřování faktů a monitorování dezinformačních kampaní. Zaměřují se také na psychologické aspekty přispívající k šíření dezinformací. Na rozdíl od toho si Demagog.cz zakládá na kontrole výroků politiků v českém politickém prostředí a zároveň ověřuje pravdivost takovýchto informací na sociálních sítích.⁹⁵

Existují i webové stránky, které provádějí manuální ověřování. Daniel Levitin navíc zmiňuje, že ověřování takovýchto zpráv nemusí, ale může být zaujaté či spojené s určitou předpojatostí. Recipient se tedy musí ujistit sám, zda nemají ověřovatelé politické ambice či předpojatost vůči konkrétní straně, kandidátovi či názoru. Mezi další české weby patří i stránky Hoax.cz či StopFake.cz, které se nyní zaměřují převážně na dezinformace spojené s válkou na Ukrajině.⁹⁶

⁹⁴MCINTYRE, Lee C. *Post-truth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2018. MIT Press essential knowledge series. ISBN 978-026-2535-045, s.121

⁹⁵GIEREŁO-KLIMASZEWSKA, Katarzyna. Political Fact-Checking in the Czech Republic on the Example of demagog.cz and manipulatori.cz Portals [online]. *Mediatization Studies*, 2019. [cit. http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_17951_ms_2019_3_115-135/c/8364-6861.pdf], s. 120 a 127

⁹⁶GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* 1. vyd. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4, s.130

Server Hoax.cz je navíc dalším z uvedených ověřovacích stránek, jehož hlavním cílem je informovat veřejnost o hrozbách spojených s internetem, zejména hoaxy, řetězovými e-maily a tzv. phishingem. Společnost ESET o něm říká, že: „Phishing je typ kybernetického útoku pomocí technik sociálního inženýrství, kdy se útočník snaží získat důvěrná data oběti nebo spustit na zařízení oběti škodlivý kód.“⁹⁷

Server Cesti-elfove.cz je tvořen prozatím anonymním kolektivem, jenž se aktivně snaží bojovat proti dezinformacím. Veřejně vystupují pouze dva členové, a to Vít Kučík a Bohumil Kartous. Ostatní členové zůstávají anonymní, aby předešli kyberšikaně.

⁹⁷Eset: *Phising* [online]. [cit. 18.12.2023]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/phishing/>

6. Empirické šetření

Praktická část bakalářské práce je věnována empirickému šetření, které je uskutečněné formou dotazníku. V první části je formulován cíl a popsána metodika. Následně jsou představeny získaná data a jejich interpretace včetně návrhu možných doporučení.

6.1 Východisko problému, stanovení cíle šetření a volba metody

Jak ukázaly výsledky průzkumu STEM z roku 2022 napříč českou populací, souhlasí tři čtvrtiny Čechů s tím, že šíření dezinformací je ohrožením pro bezpečnost České republiky. Největší obavy a strach jsou dezinformacemi vzbuzovány mezi mladšími občany ve věku od 18 do 29 let. Zároveň přes 70 % respondentů považuje za správné omezení či znemožnění působení médií, která jsou šířiteli dezinformací.⁹⁸

Jako důležité považuji položit si otázku, co vlastně ovlivňuje jedince v jeho způsobu přijímání informací a jak je možné, že se dospělí jedinci nechají lehce ovlivnit často až nesmyslnými zprávami, které internet a média produkují. Cílem mého šetření bylo zjistit, zda bude zaznamenán rozdíl v obsahu odpovědí u respondentů lišící se věkem v souvislosti s jejich přístupem k přijímání informací. Konkrétně jsem chtěla zjistit, zda a jakým způsobem dezinformace respondenti ověřují a jaký byl důvod jejich podlehnutí a případného následného šíření. Ke splnění cíle jsem zvolila explorativní metodu dotazník (viz. příloha). Mezi výhodou dotazníku patří, že umožňuje ve krátkém časovém limitu nasbírat velký počet dat.

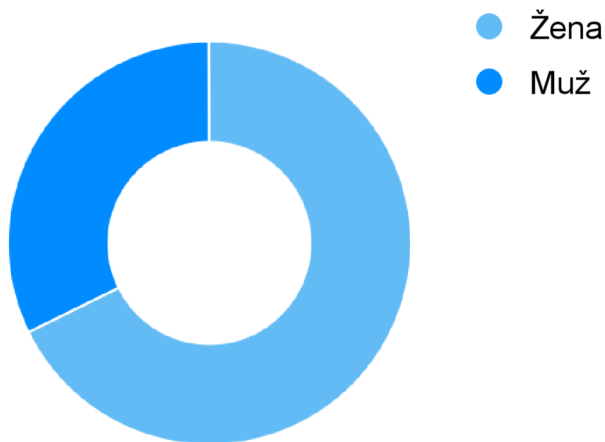
6.2 Stručná charakteristika vzorku a průběh šetření

Respondenty můžeme rozdělit do dvou pomyslných skupin. Každá skupina je tvořena 31 členy, kteří na otázky odpovídají pomocí online dotazníku vytvořeného na webu Survio.com. Na otázky respondenti odpovídali v termínu od 29. 1. 2024 až 2. 2. 2024. První skupina je tvořena mladými lidmi v rozmezí 18-25 let. Převážnou část odpovídajících tvoří studenti vysokých škol. Jednalo se o skupinu 21 žen a 10 mužů.

⁹⁸Stem: *Dezinformace ohrožují naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů* [online]. [cit. 14.1.2024]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuj-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlas-i-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>

1. Jaké je Vaše pohlaví?

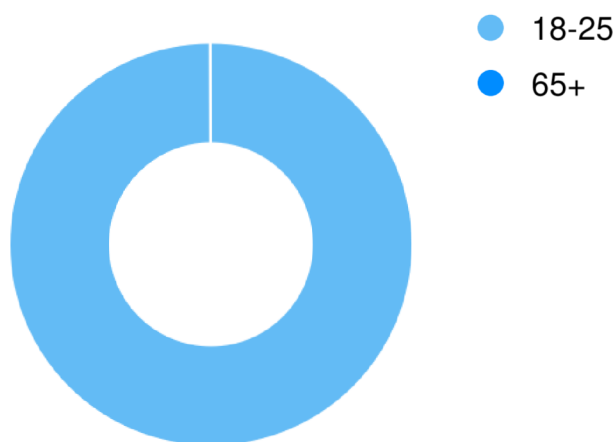
Graf č.1 - Pohlaví respondentů první skupiny



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

2. Jaký je Váš věk?

Graf č. 2 - Rozmezí věku 18-25 let

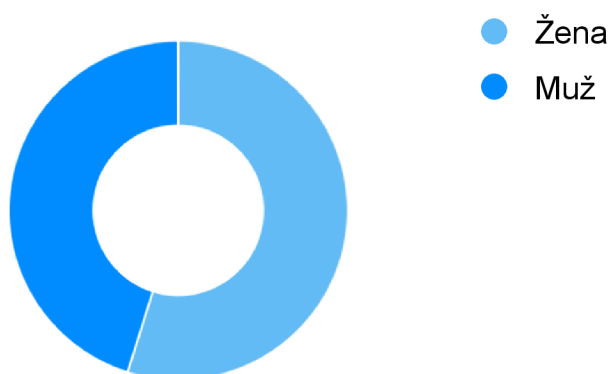


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Druhá skupina je tvořena seniory v rozmezí 65+ let. Převážnou část odpovídajících tvoří senioři pobývající v domově pro seniory v Hradci Králové. Jednalo se o skupinu 17 žen a 14 mužů.

1. Jaké je Vaše pohlaví?

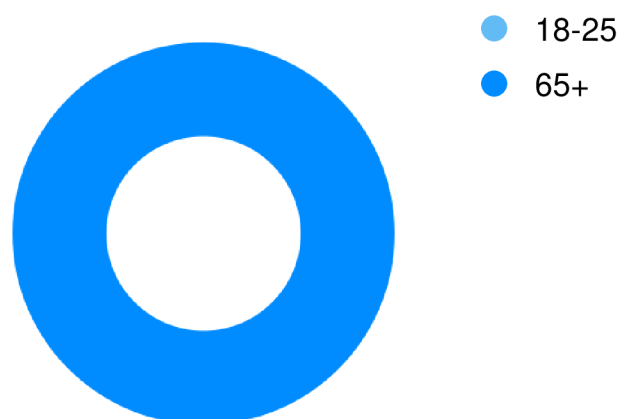
Graf č. 8 - Pohlaví respondentů druhé skupiny



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

2. Jaký je Váš věk?

Graf č. 9 - Věkové rozmezí 65+



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Vybrala jsem si tyto dvě skupiny, jelikož mohou dle mého názoru patřit k nejvíce ovlivnitelným a náchylným, co se týče vlivu dezinformací, protože nemusí mít dostatečně vytvořené povědomí o mediální gramotnosti, dostatečně rozvinuté kritické myšlení a mohou více propadat emocím strachu a hněvu, kvůli kterým se mohou stávat snadnějšími oběťmi dezinformátorů.

6.3 Analýza a interpretace výsledku

Jedním z podstatných zjištění bylo, zda a jakým způsobem si ověřují informace přijímané ze svého sociálního okolí (viz. otázka 3).

6.3.1 Výsledky a grafy dotazníkového šetření skupiny číslo jedna

3. Z jakých zdrojů přijímáte informace?

Graf č. 3 - Zdroje přijímaných informací dle první skupiny

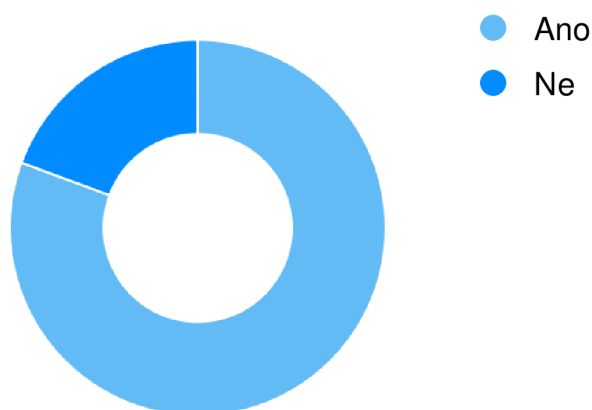


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Hlavní kanál, ze kterého mladší generace čerpá informace, jsou internetová média, mezi která mohou patřit novinky.cz, idnes.cz a další. Jako další frekventovaně užívaný zdroj informací považují respondenti sociální sítě, kterými může být Facebook, Instagram a jiné. Rozhlas a tisk u této skupiny není zdrojem informací. Na rozdíl od toho rodina, přátelé a televizní noviny jsou zastoupeny v poměru tři ku dvěma.

4. Ověřujete si získanou informaci z vícero zdrojů?

Graf č. 4 - Ověřování informací z dalších zdrojů první skupiny



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Více než dvě třetiny respondentů si informace ověřuje z více než jednoho zdroje.

5. Seřadte důvěryhodnost níže uvedených od nejvíce po nejméně důvěryhodné.

Respondenti měli za úkol seřadit zdroje informací podle důvěryhodnosti. Bylo zjištěno následující pořadí:

Tabulka č. 1 - Důvěryhodnost médií dle první skupiny

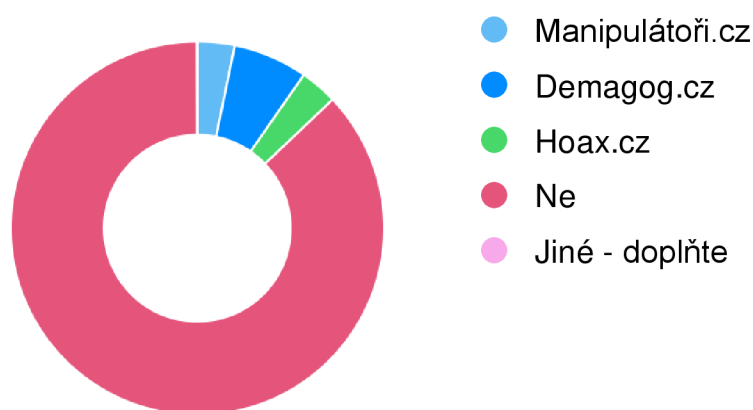
MOŽNOSTI ODPOVĚDÍ	DŮLEŽITOST
Seznam zprávy	4,1
Sputnik	1,6
Česká televize	4,4
Facebook	2,0
Mladá fronta dnes	2,9

Zpracování: tabulku dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Za nejvíce věrohodné médium považují respondenti Českou televizi. Na stupni číslo dva označili Seznam zprávy, poté Mladou frontu dnes a Facebook. Za nejméně věrohodný správně označili Sputnik.

6. Používáte některý z uvedených webů? Pokud ano, zaškrtněte který.

Graf č. 5 - Užívání ověřovacích webů dle skupiny číslo jedna

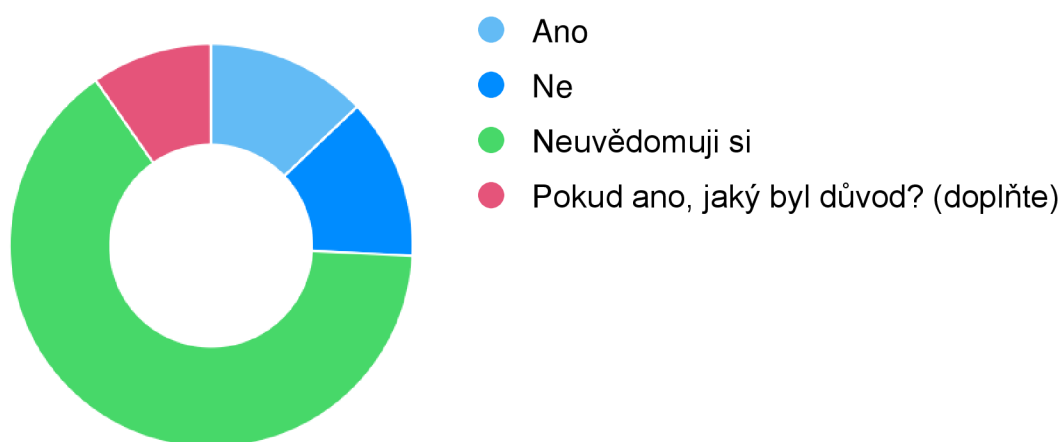


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Většina respondentů žádný z uvedených ověřovacích webů nepoužívá. Jeden z respondentů ověřuje dezinformace na webu manipulátoři.cz, další na webu hoax.cz, a dva dokonce užívají demagog.cz, který je spíše politicky orientovaný.

7. Šířili jste někdy ve svém životě dezinformaci?

Graf č. 6 - Šíření dezinformací první skupiny

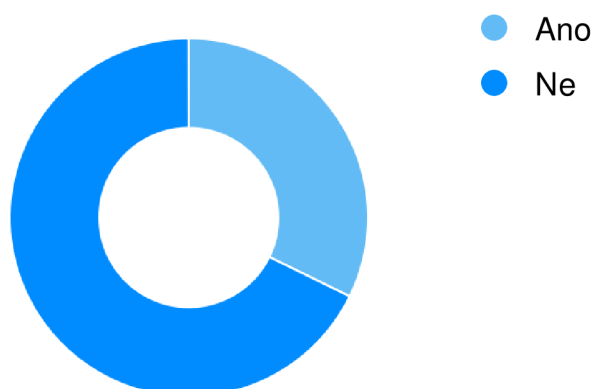


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Největší část respondentů si není vědoma šíření dezinformací a čtyři respondenti nikdy dezinformaci ve svém životě nešířili. Jako důvod k šíření dezinformací byla uvedena nevědomost ve dvou případech, dále strach a úmyslné šíření za účelem zpestření komunikace mezi respondentem a další osobou.

8. Myslíte si, že Česká televize záměrně zatajuje a upravuje sdílené informace?

Graf č. 7 - Zatajování informací Českou televizí dle skupiny číslo jedna



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Z 31 respondentů si 21 nemyslí, že Česká televize zatajuje informace, zbylých 10 z odpovídajících mají pocit záměrného zatajování a upravování informací.

6.3.2 Analýza odpovědí skupiny číslo dvě

3. Z jakých zdrojů přijímáte informace?

Graf č. 10 - Zdroje přijímaných informací druhé skupiny

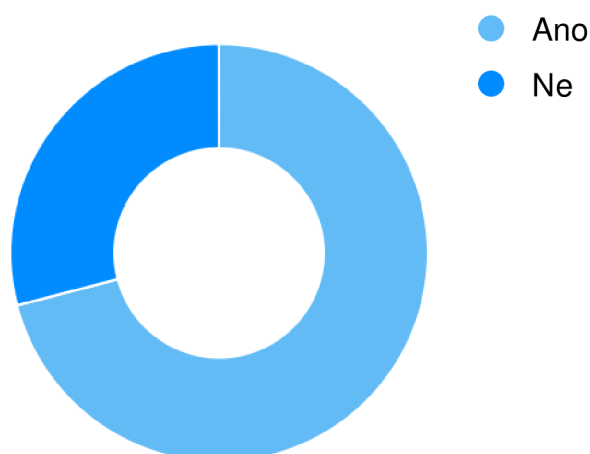


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Dle respondentů je nejčastěji užívaný zdroj informací televizní noviny. Na druhém místě jsou internetová média. Tři respondenti také využívají sociální sítě, jako například Facebook či Instagram. Obdobně jako u první skupiny rozhlas a tisk není zdrojem informací. Do kolonky jiné doplnili respondenti YouTube.

4. Ověřujete si získanou informaci z vícero zdrojů?

Graf č. 11 - Ověřování informací z dalších zdrojů dle druhé skupiny



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Třetina respondentů si informace z žádného dalšího zdroje neověřuje.

5. Seřadte důvěryhodnost níže uvedených od nejvíce po nejméně důvěryhodné.

Respondenti měli za úkol seřadit zdroje informací podle důvěryhodnosti. Bylo zjištěno následující pořadí:

Tabulka č. 2 - Důvěryhodnost médií dle druhé skupiny

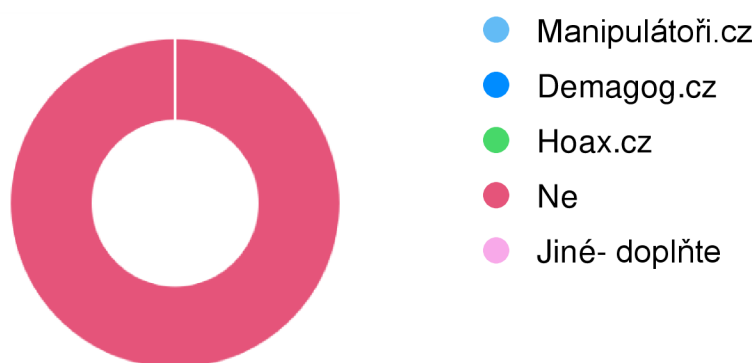
MOŽNOSTI ODPOVĚDÍ	DŮLEŽITOST
Seznam zprávy	4,5
Sputnik	1,7
Česká televize	3,8
Facebook	2,4
Mladá fronta dnes	2,6

Zpracování: tabulku dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Za nejvíce věrohodné médium považují respondenti Seznam zprávy, poté až umístili Českou televizi. Facebook a Mladá fronta dnes je u respondentů zastoupena obdobnou mírou důvěryhodnosti. Dezinformační web Sputnik správně umístili na poslední místo.

6. Používáte některý z uvedených webů? Pokud ano, zaškrtněte který.

Graf č. 12 - Užívání ověřovacích webů dle skupiny číslo dvě



Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Žádný z respondentů skupiny číslo dvě nepoužívá ověřovací ani politické weby.

7. Šířili jste někdy ve svém životě dezinformaci?

Graf č. 13 - Šíření dezinformací druhé skupiny

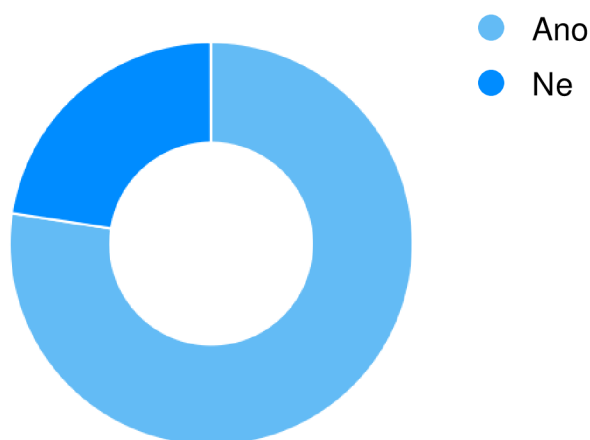


Zpracování: graf dle dat z webové stránky survio.com sestavila autorka

Více než polovina respondentů dezinformaci nešířila a zbylých 14 jedinců si toho není vědomo. Jeden respondent uvedl jako důvod šíření dezinformací obavy.

8. Myslíte si, že Česká televize záměrně zatajuje a upravuje sdílené informace?

Graf č. 14 - Zatajování informací Českou televizí dle skupiny číslo dvě



Zpracování: graf dle dat z webové stránky [Survio.com](https://www.surveymonkey.com) sestavila autorka

Více než dvě třetiny respondentů si myslí, že Česká televize informace záměrně upravuje a zatajuje.

Tabulka č. 3 – Shrnutí zjištěných výsledků z obou skupin

Ot.č.	Znění otázky	Odpovědi	Skupina č.1	Skupina č.2
1.	Jaké je Vaše pohlaví?	Muž	10	14
		Žena	21	17
2.	Jaký je Váš věk?	18-25	31	0
		65+	0	31
3.	Z jakých zdrojů přijímáte informace?	Internetová média	17	12
		Sociální sítě (Facebook, Instagram,...)	8	3
		Rodina, přátelé	4	2
		Televizní noviny	2	13
		Jiné	0	1
4.	Ověřujete si získanou informaci z vícero zdrojů?	Ano	26	28
		Ne	5	3
5.	Seřadte důvěryhodnost níže uvedených od nejvíce po nejméně důvěryhodné?	Česká televize	4,4	3,8
		Seznam zprávy	4,1	4,5
		Mladá fronta dnes	2,9	2,6
		Facebook	2	2,4
		Sputnik	1,6	1,7
6.	Používáte některý z uvedených webů? Pokud ano zaškrtněte, který?	Ne	27	31
		Hoax.cz	1	0
		Demagog.cz	2	0
		Manipulátoři.cz	1	0
7.	Šířili jste někdy ve svém životě dezinformaci?	Neuvědomuji si	21	14
		Ano	6	1
		Ne	4	16
8.	Myslíte si, že Česká televize záměrně zatajuje a upravuje sdílené informace?	Ne	21	6
		Ano	10	25

Zpracování: graf dle dat z webové stránky [survio.com](https://www.surveymonkey.com) sestavila autorka

6.4 Shrnutí empirické části

Jak můžeme z grafů vyčíst, v mladší generaci jsou nejvíce dostupným zdrojem informací internetová média, jako další hojně užívanou sociální sítě. U starší generace převládají taktéž internetová média spolu s televizními novinami. Myslím si, že důvodem, proč jsou častěji užívané sociální sítě u mladší generace, může být vliv globalizace, která ovlivňuje především jejich návyky. Dalším důvodem může být nedostupnost pokročilých technologií, popřípadě nevědomost jejich užívání ve starší generaci. I přes odlišné zdroje informací si obě skupiny informace z větší části ověřují a jejich poměr hodnot je téměř totožný. Toto zjištění beru za uspokojivé, jelikož vypovídá o jisté míře kritického myšlení a mediální gramotnosti, které je důležité implementovat do společnosti. Skupina vysokoškoláků označila za nejdůvěryhodnější médium Českou televizi, naproti tomu starší generace Seznam zprávy. Zároveň považuji za zajímavé zjištění míru nedůvěry starší generace v informace sdělované Českou televizí, jelikož více než dvě třetiny respondentů ji považuje za médium, které svůj obsah záměrně zatajuje a upravuje. Myslím si, že jistá nedůvěra může být spojena s vlivem zkušeností s informováním v době před rokem 1989, která mohla ovlivnit respondenty z druhé skupiny. Mladší generace v této době nevyrostala a proto není tolik poznamenána silnou propagandou a cenzurou, které jsou s tímto režimem spojené. To může být jedním z důvodů, proč se výsledky obou skupin odlišují. Zároveň určitá část starší generace nepoužívá weby určené k ověřování dezinformací, a tím snáze podlehnou dezinformátorům, mezi které může patřit téměř každé médium či jim blízká osoba. Proto pokládám za důležité implementovat do jejich povědomí existenci webů určených k ověřování dezinformací. Navrhuji začlenit do programů domovů pro seniory různé přednášky či workshopy, které mohou být i součástí univerzit třetího věku. Jako důležité považuji i implementaci takovýchto workshopů a přednášek na střední a vysoké školy, protože je těžké se umět v dezinformačním světě orientovat, a to v obou věkových kategoriích. Většina dotazovaných ze skupiny dvě dezinformaci nešířila vůbec, či si toho nejsou vědomi. To stejné platí i u skupiny jedna, která si taktéž není vědoma šíření dezinformací, ačkoliv tři respondenti uvedli konkrétní důvody, které je přiměly k šíření dezinformací. Patřila mezi ně nevědomost, že se o dezinformaci jedná, dále také strach a úmyslné šíření za účelem zpestření komunikace s další osobou. Je třeba brát v potaz, že výsledky nejsou zobecnitelné na celou populaci. Účelem bylo pouze poukázat na určitý mezigenerační rozdíl, který byl v dané době zachytitelný.

Závěr

Dezinformace představují zásadní výzvu pro současnou společnost. Jejich šíření a dopad nejsou omezeny pouze na sféru médií, ale zasahují i do osobních životů jednotlivců. Kromě základních opatření, jako je posílení kritického myšlení a mediální gramotnosti, je nezbytné také zkoumat hlubší kořeny dezinformací a identifikovat systémové nedostatky, které umožňují jejich šíření a účinnost. To zahrnuje analýzu ekonomických a politických faktorů, které mohou být spojeny se záměrem šířit dezinformace a ovlivnit veřejné mínění. Dále je důležité, aby vládní instituce a regulační orgány přijaly účinná opatření k omezení šíření dezinformací a trestání těch, kteří je úmyslně šíří. To však musí být provedeno s ohledem na základní principy svobody projevu a ochrany demokratických hodnot.

Teoretická část bakalářské práce přinesla poznatky týkající se faktorů, vlivem kterých je jedinec snáze ovlivnitelný vůči přijímání a působení dezinformací. Mezi takovéto faktory může spadat oslovování emocí, které spolu s extravertizací a nízkou mírou emoční inteligence vyvolají v jedinci negativní emoce, vlivem kterých může dezinformátorům snáze podlehnout, dokonce se i dezinformátorem sám stát.

Empirická část bakalářské práce naznačuje určité mezigenerační rozdíly v přístupu k přijímání a ověřování informací. Zjistila jsem, že mladší generace preferuje moderní zdroje informací, jako jsou internetová média a sociální sítě, zatímco starší generace se spoléhá spíše na tradiční média, jako je televize. Cenné je i zjištění, že starší generace má tendenci nedostatečně využívat webové zdroje k ověřování dezinformací, což naznačuje potřebu zlepšení mediální gramotnosti a povědomí o dostupných zdrojích pro ověřování informací. Tato zjištění podporují potřebu implementace vzdělávacích programů a workshopů zaměřených na kritické myšlení a mediální gramotnost pro obě věkové skupiny v práci dotazované.

Závěrem lze říci, že boj proti dezinformacím je komplexním a dlouhodobým procesem, který vyžaduje spolupráci mezi různými aktéry, včetně vládních institucí, médií, občanské společnosti a jednotlivců. Prostřednictvím vysoké vzdělanosti občanů, profesionalitou mediálních pracovníků a samotných politiků, kteří významně ovlivňují důvěru veřejnosti v informační prostředí, lze minimalizovat šíření a dopady záměrně šířených nepravdivých informací. Zároveň je nezbytné, aby každý jednotlivec přijal zodpovědnost za ověřování a kritické hodnocení informací, které přijímá, a aktivně se zapojoval do boje proti dezinformacím ve svém osobním i profesním životě. S tímto

proaktivním postojem souvisí sebezpoznání jedince včetně zvědomení (alespoň částečného) některých psychologických mechanismů, které jsou v bakalářské práci popsány a jejich „neznalost“ je jednou z překážek podlehnutí dezinformacím.

Mezi rizikové faktory snižující odolnost vůči dezinformacím v bakalářské práci řadím například sugestibilitu, extravertu, silnou impulzivitu, či nekritickou otevřenost vůči přijímaným informacím.

Dezinformace se do mentálních procesů mohou prolínat prostřednictvím oslovování emocí, zejména těch negativních jako je strach, hněv, obavy, či pocit nejistoty. Také kognitivní disonancí, která je způsobena omezenou racionalitou, kdy věříme jen souznějícím informacím, či prostřednictvím myšlenkových a sociálně-percepčních chyb.

Aby byl jedinec imunní vůči dezinformacím je důležité rozvíjet své kritické myšlení spolu s mediální gramotností. To vyžaduje jistou míru schopnosti textu porozumět, pochopit jej a následně aktivně řešit.

Zároveň jsem si vědoma, že otázky v dotazníku by bylo třeba hlouběji promyslet a lépe formulovat ve vztahu k cíli.

Seznam použitých zdrojů

Internetové zdroje

BBC: *Coronavirus: The Seven Types Of People Who Start And Spread Viral Misinformation* [online]. [cit. 12.11.2023]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-52474347>

BROMOVÁ, Renata. *Kritické čtení – inspirace pro rozvoj čtenářské gramotnosti v hodinách anglického jazyka I. - teoretický úvod* [online]. [cit. 5.12.2023]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/g/16695/KRITICKE-CTENI---INSPIRACE-PRO-ROZVOJ-CTENARSKE-GRAMOTNOSTI-V-HODINACH-ANGLICKEHO-JAZYKA-I---TEORETICKY-UVOD.html>

Calvillo, D. P., Garcia, R. J. B., Bertrand, K., & Mayers, T. A. (2021). *Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news. Personality and Individual Differences*. [online]. [cit. 20.1.2024]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110666>

Cornell university: *Technology-Enabled Disinformation: Summary, Lessons, And Recommendations* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: <https://arxiv.org/abs/1812.09383>.

Eset: *Phising* [online]. [cit. 18.12.2023]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/phishing/>

FESTINGER, Leon. *A theory of cognitive dissonance* [online]. Stanford, California: Stanford University Press, 1962. [cit. 22.11.2023]. Dostupné z: https://archive.org/stream/FestingerLeonATheoryOfCognitiveDissonance1968StanfordUniversityPress/Festinger%2C%20Leon%20-%20A%20theory%20of%20cognitive%20dissonance%20%281968%2C%20Stanford%20University%20Press%29_djvu.txt

FILO, Jakub, Petr IVANČIČ a Stanislava LUPPOVÁ. *Myslíme kriticky o médiách* [online]. Slovenské centrum pre komunikáciu a rozvoj, Bratislava 2011. [cit. 13.11.2023]. ISBN: 978-80-970163-3-3. Dostupné z: https://globalnevzdelavanie.sk/wp-content/uploads/2019/08/myslime_kriticky_o_mediach.pdf

GIEREŁO-KLIMASZEWSKA, Katarzyna. Political Fact-Checking in the Czech Republic on the Example of demagog.cz and manipulatori.cz Portals [online]. *Mediatization Studies*, 2019. [cit. 13.12.2023]. Dostupné z: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_17951_ms_2019_3_115-135/c/8364-6861.pdf

JACOBY L. Larry et al. *Becoming Famous Overnight* [online]. American Psychological Association, 1989. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/psyifp/aeechterhoff/wintersemester2011-12/seminarsozialekognitionundattribution/jacoby_famous-overnight_1989.pdf

Kevinhogan.com: *Mind Access: Read their Body Language and Know their Unconscious Mind* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://www.kevinhogan.com/mindaccessebook.pdf>

KTD: *Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=file&file_name=base-list

Manipulátoři.cz: *Dunning-Krugerův efekt: Proč hlupák zůstává hlupákem* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/dunning-krugeruv-efekt-proc-hlupak-zustava-hlupakem/>

Manipulátoři.cz: *Psychologie propagandy I.- Co je to propaganda?* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/psychologie-propagandy-i-co-je-propaganda/>

MAYER D. John, Peter SALOVEY and David R. CASURO. *Emotional intelligence: Theory, Findings and Implication*. [online]. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2004. [cit. 12.12.2023]. Dostupné z: <https://aec6905spring2013.files.wordpress.com/2013/01/mayersaloveycaruso-2004.pdf>

Mbaknol.com: *The Four Branch Model of Emotional Intelligence* [online]. 2021. [cit. 13.12.2023]. Dostupné z: <https://www.mbaknol.com/modern-management-concepts/the-four-branch-model-of-emotional-intelligence/>

MCGRATH, April. *Dealing with dissonance: A review of cognitive dissonance reduction* [online]. *Social & Personality Psychology Compass*, 2017. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/spc3.12362>

Mindset.cz: *“Big 5” Pět hlavních vlastností vaší osobnosti* [online]. [cit. 20.1.2024]. Dostupné z: <https://www.mindset.cz/prispevky/10591-5-hlavnich-vlastnosti-vasi-osobnosti/>

Mvcr.cz: *Definice dezinformací a propagandy* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

Nakladatelství.portal.cz: *Manipulace v médiích* [online]. [cit. 15.1.2024]. Dostupné z: <https://nakladatelstvi.portal.cz/casopisy/psychologie-dnes/101757/manipulace-v-mediich>

NELSON D. Todd and Michael A. OLSON. *The psychology of prejudice* [online]. Third edition. New York: The Guilford Press. [cit. 22.11.2023]. ISBN: 9781462553235. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=92PjEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=the+psychology+of+prejudice&ots=DPqnxw2QIL&sig=m6XXp59z-qqpFf1egVAs9AeG-w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

NZIP.cz: *Infodemie* [online]. [cit. 8.11.2023]. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/rejstrikovy-pojem/1598>

Oed.com: *Disinformation* [online]. [cit. 11.11.2023]. Dostupné z: https://www.oed.com/dictionary/disinformation_n

Policie.cz: *Diskriminace*. [online]. [cit. 5.12.2023]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/diskriminace.aspx>

PROROK, Vladimír. *Konspirační teorie – podstata a efekty*. [online]. 2016. [cit. 18.10.2023] Dostupné z: https://aa.ecn.cz/img_upload/b397cb5367c764a2f19867d8032c9d0c/kt_Prorok.doc

Psycholog-sykora.cz: *Emoce a jejich vliv na lidské tělo* [online]. [cit. 20.11.2023]. Dostupné z: <http://www.psycholog-sykora.cz/clanky/emoce-a-jejich-vliv-na-lidske-telo>

Russian Information Warfare: Implications For Deterrence Theory, Media, Ajir, and Bethany Vaillant. [online]. Strategic Studies Quarterly, 2018. [cit. 13.11.2023]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/26481910>

SHAH K. Anuj and Daniel M. OPPENHEIMER. *Easy does it: The role of fluency in cue weighting* [online]. Princeton University, 2007. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/5140633_Easy_Does_It_The_Role_of_Fluency_in_Cue_Weighting

Smithlawoffice.com: *Do Most Drivers Really Think They Are Above Average?* [online]. [cit. 2.12.2023]. Dostupné z: <https://www.smithlawco.com/blog/2017/december/do-most-drivers-really-think-they-are-above-aver/>

Stem: *Dezinformace ohroží naši bezpečnost, myslí si Češi. Většina souhlasí s omezováním dezinformačních zdrojů* [online]. [cit. 14.1.2024]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/dezinformace-ohrozuj-nasi-bezpecnost-mysli-si-cesi-vetsina-souhlas-i-s-omezovanim-dezinformacnich-zdroju/>

WHITTLESEA W. A. Bruce, L. Larry JACOBY and Krista GIRARD. *Illusions of Immediate Memory: Evidence of an Attributional Basis for Feelings of Familiarity and Perceptual Quality* [online]. Journal of Memory and Language, 1990. [cit. 30.11.2023]. Dostupné z: [https://www.larryjacoby.ca/images/whittlesea%2C%20jacoby%2C%20%26%20girard%20\(1990\).pdf](https://www.larryjacoby.ca/images/whittlesea%2C%20jacoby%2C%20%26%20girard%20(1990).pdf)

Literární zdroje

ALLPORT, Gordon Willard. *O povaze předsudků*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2004. ISBN: 80-7260-125-3

BITTMAN, Ladislav. *Mezinárodní dezinformace a černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6

ELDER, Linda and Richard PAUL. *The miniature guide to critical thinking*. 4. vyd. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking, 2006. ISBN 09-445-8310-5

EYSENCK Hans Jürgen and Sybille Bianca Giulietta EYSENCK. *Personality structure and measurement. First edition*. R. R. Knapp, 1969. ISBN: 0912736089

GOLEMAN, Daniel. *Emoční inteligence: Proč může být emoční inteligence důležitější než IQ*. 1. vyd. Praha: Columbus, 1997. ISBN 80-85928-48-5

GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* 1. vyd. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4

HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. první opravené vyd. Praha, Česko: Portál, 2009. ISBN: 978-80-7367-569-1

HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie*. 4. vyd. Přeložila Irena ŠTĚPANÍKOVÁ. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-283-6

KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení: rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil, 2012. ISBN: 978-80-87270-42-4

KENNY, A. David. *Interpersonal perception: A social relations analysis*. 1st ed. Guilford Press, 1994. ISBN: 0898621143

KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. *Vzpouza deprivantů*. 2. vyd. Praha: Galén, 2006. ISBN: 9788072624102

KOUKOLÍK, František a Jana DRTILOVÁ. *Základy stupidologie. Život s deprivanty II*. 1. vyd. Praha: Galén, 2002. ISBN 80-726-2089-4

KOUKOLÍK, František. *Nejspanilejší ze všech bohů*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2013. ISBN: 978-80-246-2354-2

MCINTYRE, Lee C. *Post-truth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2018. MIT Press essential knowledge series. ISBN 978-026-2535-045

MCRANEY, David. *You are not so smart: why you have too many friends on Facebook, why your memory is mostly fiction, and 46 other ways you're deluding yourself*. New York: Gotham Books/Penguin Group, 2011. ISBN: 9781592407361

MLEZIVA, Emil. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 80-702-1391-4

MYERS G. David. *Sociální psychologie*. 1. vyd. Praha: Edika, 2016. ISBN: 978-80-266-0871-4, s. 337

NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0525-0

NUTIL, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0716-2

PAULÍK, Karel. *Psychologie lidské odolnosti*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2017. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5646-2

PEČENKA, Marek a kol. *Encyklopedie špionáže*. 1. vyd. Praha: Libri, 1993. ISBN 80-901-5791-2

ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno : Paido - edice pedagogické literatury, 1998. ISBN 80-85931-48-6bo

SCHULZE, Ralf and Richard D. ROBERTS. *Emoční inteligence: přehled základních přístupů a aplikací*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-229-4

SCHWARTZ, Barry. *The paradox of choice: why more is less*. New York: HarperCollins, 2004, ISBN: 9780060005696

STUHLÍKOVÁ, Iva. *Základy psychologie emocí*. vyd. 2. Praha, Česko: Portál, 2007. ISBN: 978-80-7367-282-9

SUTHERLAND, Stuart. *Irrationality: Why We Don't Think Straight*. 1. ed. New Brunswick: Rutgers University Press, 1994. ISBN: 0813521505

ŠOLCOVÁ, Iva. *Vývoj resilience v dětství a dospělosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2947-3

TÁBORSKÝ, Jiří. *V síti (dez)informací: proč věříme alternativním faktům*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2014-7

TAQUIRI, Renato. *The Handbook of Social Psychology*. 2nd ed. Massachusetts: Addison-Wesley, 1968. OCLC: 54980671

VYBÍRAL, Zdeněk. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN: 978-80-7367-429-8

VYBÍRAL, Zdeněk. *Psychologie lidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2000. ISBN 80-7178-291-2

VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Emoce v marketingu: Jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN: 978-80-247-4843-6

ZIMBARDO, Philip a Nikita D. COULOMBE. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN: 978-80-247-5797-1

Seznam použitých obrázků, grafů, tabulek

Graf č. 1 - Pohlaví respondentů první skupiny

Graf č. 2 - Rozmezí věku 18-25 let

Graf č. 3 - Zdroje přijímaných informací dle první skupiny

Graf č. 4 - Ověřování informací z dalších zdrojů první skupiny

Graf č. 5 - Užívání ověřovacích webů dle skupiny číslo jedna

Graf č. 6 - Šíření dezinformací první skupiny

Graf č. 7 - Zatajování informací Českou televizí dle skupiny číslo jedna

Graf č. 8 - Pohlaví respondentů druhé skupiny

Graf č. 9 - Věkové rozmezí 65+

Graf č. 10 - Zdroje přijímaných informací druhé skupiny

Graf č. 11 - Ověřování informací z dalších zdrojů dle druhé skupiny

Graf č. 12 - Užívání ověřovacích webů dle skupiny číslo dvě

Graf č. 13 - Šíření dezinformací druhé skupiny

Graf č. 14 - Zatajování informací Českou televizí dle skupiny číslo dvě

Tabulka č. 1- Důvěryhodnost médií dle první skupiny

Tabulka č. 2 - Důvěryhodnost médií dle druhé skupiny

Tabulka č. 3 – Shrnutí zjištěných výsledků z obou skupin

Seznam použitých příloh

Vliv dezinformací na prožívání a chování člověka a možnosti eliminace (*Dotazníkové šetření*)

Instrukce: Žádám Vás o anonymní vyplnění krátkého dotazníku, jehož účelem je sběr materiálu pouze pro mou bakalářskou práci, která se věnuje problematice dezinformací.

Definice pojmu dezinformace:

Dezinformace je chápána jako záměrné šíření určitého sdělení založeného na směsici pravdivých či nepravdivých informací.

1) Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

2) Jaký je Váš věk?

- 18-25
- 65+

3) Z jakých zdrojů přijímáte informace?

- Rodina, přátelé
- Internetová média (novinky.cz, idnes.cz,...)
- Televizní noviny
- Rozhlas
- Tisk
- Sociální sítě (Facebook, Instagram,...)
- Jiné - doplňte

4) Ověřujete si získanou informaci z vícero zdrojů?

- Ano
- Ne

5) Seřadte důvěryhodnost níže uvedených od nejvíce po nejméně důvěryhodné.

- Seznam správy
- Sputnik
- Česká televize
- Facebook
- Mladá fronta dnes

**6) Používáte některý z níže uvedených webů? Pokud ano, zaškrtněte který.
(možnost více odpovědí)**

- Manipulátoři.cz
- Demagog.cz
- Hoax.cz
- Ne
- Jiné - doplňte

7) Šířili jste někdy ve svém životě dezinformaci?

- Ano
- Ne
- Neuvědomuji si

Pokud ano, jaký byl důvod? (volná odpověď)

8) Myslíte si, že Česká televize záměrně zatajuje a upravuje sdílené informace?

- Ano
- Ne