

# MANIPULÁTOŘI

MGR. ANNA NOVOTNÁ, PH.D. A MGR. KAMIL MATULA

K čemu jim to je?

# SLOVA, SLOVA, SLOVA...

Dezinformace

Misinformace

Fake news

Manipulace

Konspirace

Troll

Hybridní válka

Propaganda

Persvaze

Kyberválka

Polarizace

...atd.

# KDO A PROČ?

## Moc

Politické cíle

Náboženské cíle

Kult osobnosti

Ekolobby

Zájmové skupiny

## Peníze

Nákupní síla

Ovlivňování chování spotřebitelů

Upevňování vztahů se zákazníky

# KDO A PROČ?

## Moc

Politické cíle

Náboženské cíle

Kult osobnosti

Ekolobby

Zájmové skupiny

Cílem je volební hlas nebo vzorec chování.

## Peníze

Nákupní síla

Ovlivňování chování spotřebitelů

Upevňování vztahů se zákazníky

Cílem je finanční zisk.

# VŠECHNO JE MARKETING!

Na jedné straně nám prodávají hry a plenky a pivo...

- Pozitivní emoce
- Větší výběr

Na druhé straně nám podsouvají myšlenky a postoje...

- Negativní emoce
- Menší výběr

# MÝTY

Je to zadarmo.

Nemám co skrývat.

Je to „fake news“. (nebo naše české: „Je to kampaň.“)

Nepotřebuju si ověřovat informace, stačí, když to řekne můj: oblíbenec, kamarád, člen rodiny, dobrý známý, novinář, známá osobnost, politik, učitel...



# MÝTY

---

Pravda neexistuje.

Nemůžeme nikomu věřit.

Instituce nefungují.

Média nám přináší tu pravou realitu.

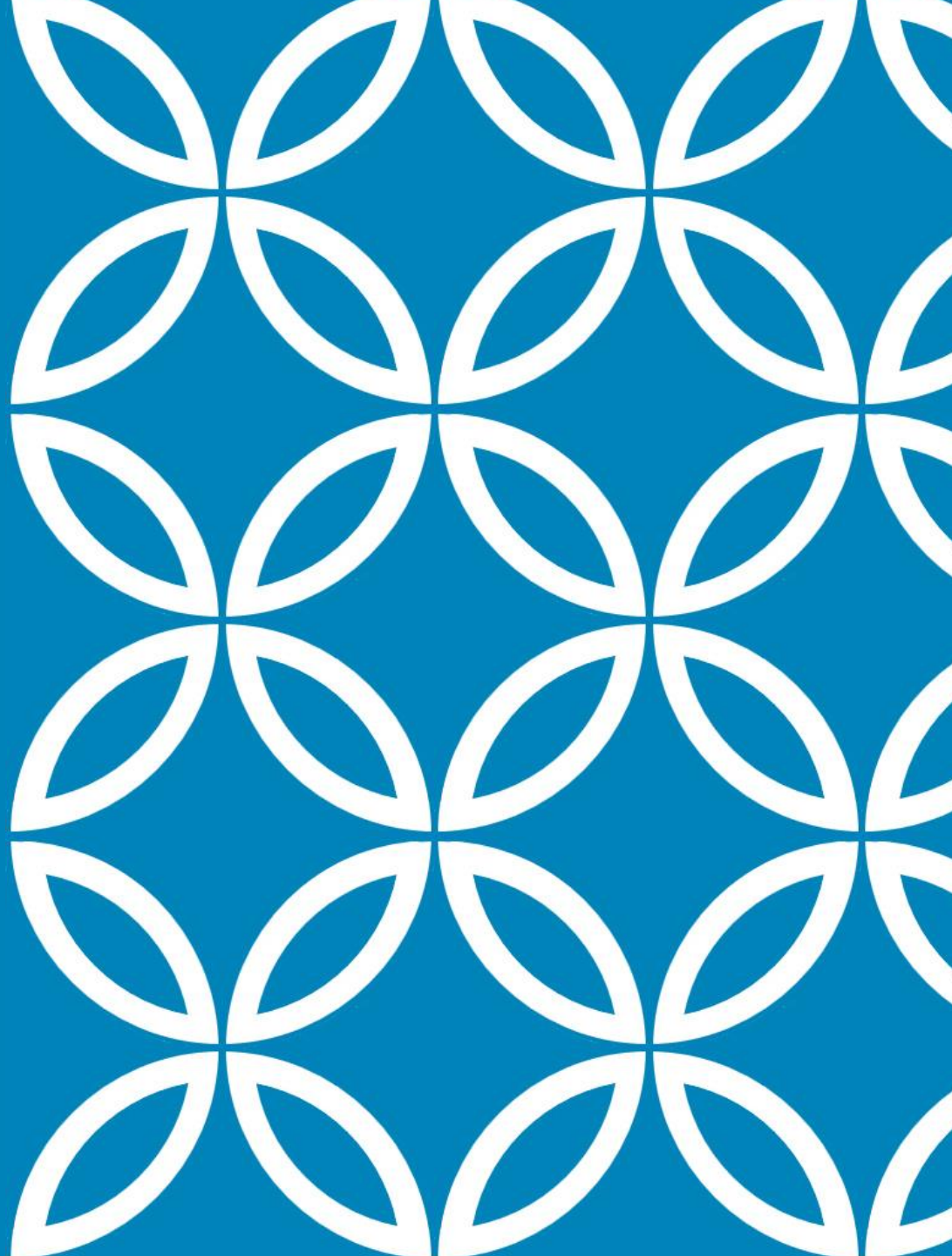
Odborníci nejsou třeba, každý má právo udělat si názor sám.

Musí to být pravda, četl jsem to na internetu.

# PRVNÍ ZÁKON SPINU

---

„Není důležité jak to je, ale jak to  
vypadá.“





# PILÍŘE SPOLEČNOSTI

Demokracie

Svoboda slova

Nezávislé instituce

Nealternovaná historická fakta

# NÁSTROJE V RUKOU MOCNÝCH

Pochyby a nejistota + strach a hněv = Snazší manipulace

- To, co o nás vědí, je možné snadno zneužít.

Jaké jsou charakteristiky českého národa?

- Nemáme mocenské zájmy.
- Máme rádi pivo a telku.
- Máme rádi to, na co jsme zvyklí.
- Ke světu přistupujeme cynicky.

# JAK FUNGUJE MANIPULACE VE VEŘEJNÉM PROSTORU

100 krát vyslovená lež se stává pravdou.

**Reflexivní kontrola**...v okamžiku, kdy vzniká skandál, odvedeme pozornost jinam.

**Gaslighting**...přece není možné, aby pan prezident měl tak špatný názor...přece není možné, aby byl premiér tak špatný.

**Přiřazení konotace**...přiřadíme subjektivně zabarvené sdělení k nějakému faktu.

# KDO MANIPULACI OTVÍRÁ DVEŘE?



POKLES STANDARDU  
ŽURNALISTICKÉ  
PRÁCE.



MULTIMILIARDÁŘI A  
JEJICH SOUKROMÁ  
MÉDIA.



„VYVÁŽENÉ“  
ZPRAVODAJSTVÍ A  
ALTERNOVÁNÍ FAKTŮ.

# JAK Z TOHO VEN?

Ptejte se: Qui bono?

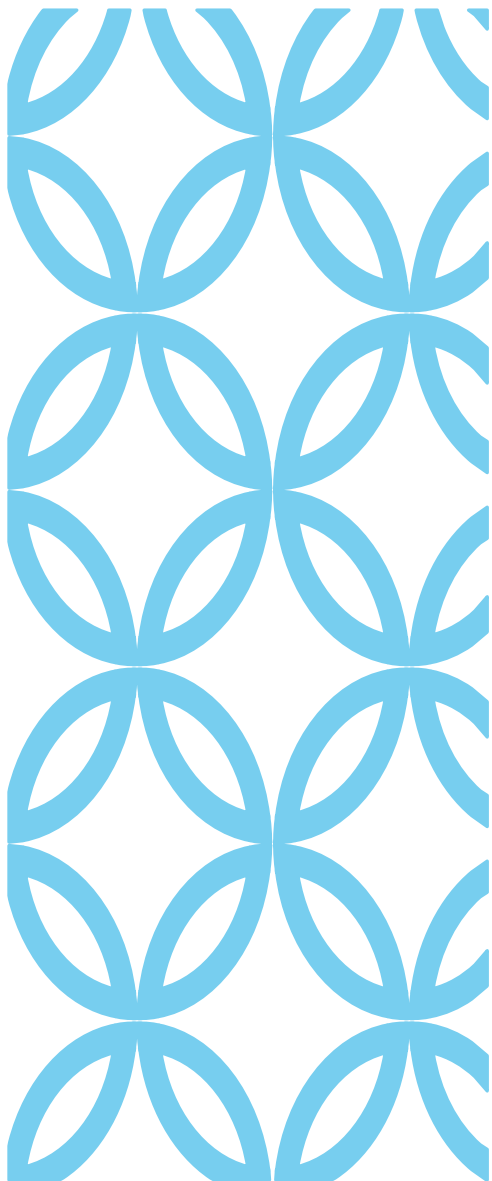
Kdo zprávu publikoval a proč?

Odporuje nějak Vašemu poznání a zkušenosti?

Shoduje se se všemi historickými a vědeckými fakty?

Jaký názor na to mají odborníci?

Žádný názor je také názor!



---

**DĚKUJI ZA POZORNOST!**