

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a PR

**Vplyv osobnosti a zvolených médií na vnímanie pandémie
COVID-19**

Magisterská práca

Autor práce: Muhamed Amin El Hadjoine

Študijný program: Strategická komunikace

Vedúci práce: Mgr. Ing. Marek Vranka

Rok obhajoby: 2022

Prehlásenie

1. Prehlasujem, že som predkladanú prácu spracoval samostatne a použil iba uvedené zdroje a literatúru.
2. Prehlasujem, že práca nebola využitá k získaniu iného titulu.
3. Súhlasím s tým, aby práca bola sprístupnená pre študijné a výskumné účely.

V Prahe dňa 1.5.2022

Muhamed Amin El Hadjoine

Bibliografický záznam

EL HADJOINE, Muhamed Amin. *Vplyv osobnosti a zvolených médií na vnímanie pandémie COVID-19* Praha, 2022. 91 s. Diplomová práca (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálných vied, Institut komunikačných štúdií a žurnalistiky. Katedra marketingové komunikace a PR, Strategická komunikace Vedúci diplomovej práce Mgr. Ing. Marek Vranka

Rozsah práce: 109 598 znakov

Anotácia

Predmetom tejto diplomovej práce je problematika šírenia falošných správ o ochorení COVID-19. Cieľom práce je za pomoci kvantitatívneho výskumu, konkrétne dotazníkového šetrenia zmapovať súvis medzi osobnostnými črtami, politickou orientáciou, využívanými zdrojmi informácií a schopnosťou rozlíšiť pravdivé a nepravdivé informácie o ochorení COVID-19.

Teoretická časť práce vysvetľuje kľúčové pojmy súvisiace s falošnými správami, ich charakteristické črty a praktiky šírenia. V nadväznosti na vytýčené ciele predstavuje psychologické faktory, ktoré ovplyvňujú šírenie falošných správ, odôvodňuje náchylnosť značnej časti populácie dôverovať falošným správam a predstavuje koncepty päťfaktorového modelu osobnosti a testovania kognitívnej reflexie.

Praktická časť práce je venovaná výskumu, ktorého cieľom bolo priblížiť faktory vplývajúce na tendenciu považovať falošné správy o ochorení COVID-19 za dôveryhodné. Väčšia pozornosť bola venovaná vplyvu osobnosti jednotlivcov na ich postoje k pandémií. Dáta zbierané formou dotazníkového skúmania signalizujú, že osobnostné charakteristiky opísané v modeli Big Five nemajú výrazný vplyv na dispozíciu uveriť falošným správam. Mierny vplyv majú výsledky v teste kognitívnej reflexie. Výskum však tiež naznačuje, že najvýznamnejší vplyv na vnímanie správ o pandémií COVID-19 má politická identita respondentov.

Annotation

The subject of this diploma thesis is the issue of spreading false reports about the disease COVID-19. The work aims to map the relationship between personality traits, political orientation, used sources of information, and susceptibility to conspiracy theories in the Slovak Republic with the help of quantitative research, specifically a questionnaire survey.

The theoretical part of the thesis explains the key concepts, concepts related to false reports, their characteristics and dissemination practices. Following the set goals, it presents psychological factors that influence the spread of false information, justifies the tendency of a large part of the population to trust false reports, and presents the concepts of a five-factor model of personality and cognitive reflection testing.

The practical part of the work is devoted to research, the aim of which was to present the factors influencing the tendency to consider false reports about the disease COVID-19 to be credible. Greater attention has been paid to the influence of individuals' personalities on their attitudes to pandemics. The data collected in the form of a questionnaire survey suggest that personality characteristics do not have a significant effect on the tendency to believe in false reports. However, research suggests that respondents' political identities have the most significant

impact on perceptions of COVID-19 pandemics.

Klíčové slová

COVID-19, pandémia, zdravotnícka kríza, falošné správy, sociálne médiá, dezinformácie, osobnosť, päťfaktorový model osobnosti, kognitívna reflexia, pomalé myslenie

Keywords

COVID-19, pandemic, health crisis, false news, social media, misinformation, personality, five-factor personality model, cognitive reflection, slow thinking

Title

The influence of personality and selected media on the perception of the COVID-19 pandemic

Pod'akovanie

Na tomto mieste by som rád pod'akoval Mgr. Ing. Marekovi Vrankovi za odborné vedenie, pomoc, ochotu a cenné rady v priebehu tvorby tejto práce.

Obsah

<i>Úvod</i>	5
1. Falošné správy	5
1.1 Definícia falošných správ	5
1.2 Hoax	7
1.3 Propaganda.....	7
1.4 Dezinformácie.....	8
1.5 Významné príklady šírenia falošných správ	9
1.6 Dezinformácie a internet	9
1.6.1 Fact Checking	10
2 Psychológia falošných správ	13
2.1 Prečo ľudia veria falošným správam	13
2.2 Politická motivácia.....	14
2.3 Heuristika	15
2.4 Kognitívna kompetencia (CRT).....	23
2.5 Model Big Five a osobnosť	26
2.6 Ďalšie faktory vplývajúce na zdieľanie falošných správ	31
2.6.1 Altruizmus a zdieľanie falošných správ	31
2.6.2 Zdieľanie falošných správ ako voľnočasová aktivita.....	31
2.6.3 Socializácia a zdieľanie falošných správ	31
2.6.4 Vyhľadávanie informácií a zdieľanie falošných správ	32
3. Pandémia COVID-19 a falošné správy	33
3.1 Sociálne médiá a COVID-19	33
3.2 COVID-19 na území Slovenskej republiky.....	33
3.2.1 Reakcie Európskej únie a Slovenska.....	34
4. Výskumná časť	36
4.1 Metodológia výskumu.....	36
4.1.1 Hlavné ciele	37
4.1.2 Metóda prieskumu a limity	37
4.1.3 Metóda zberu dát.....	38
4.2 Zhrnutie výsledkov prieskumu	39
4.2.1 Analýza a vyhodnotenie dát	50
4.3 Výsledky analýzy.....	51
4.4 Diskusia.....	58
Záver	60

<i>Summary</i>	62
<i>Akademické zdroje</i>	64
<i>Téza diplomovej práce</i>	73
<i>Prílohy</i>	76

Úvod

Od bizarných návrhov, že ľudia dokážu poraziť COVID-19 pitím bielidla až po konšpiračné teórie, podľa ktorých môžu vakcíny zmeniť DNA človeka, vďaka pandémie COVID-19 sa stali výzvy, ktoré predstavujú dezinformácie v oblasti medicíny v digitálnom veku skutočnou hrozbou pre spoločnosť. Napriek nesporným výhodám, ktoré moderné technológie poskytujú, ich čoraz väčšia popularita so sebou prináša aj rýchle a zdanlivo nezastaviteľné šírenie neoverených informácií, ktoré majú vplyv na názory, správanie a v konečnom dôsledku aj zdravotných stav jednotlivcov. Jedným z riešení sú strategické komunikačné aktivity, ktorých cieľom je pomôcť verejnosti porozumieť dôležitosti dôveryhodných zdrojov, ale aj opatrení v časoch krízových situácií, akou je pandémia ochorenia COVID-19.

Hoci falošné správy nie sú ničím novým, v súčasnosti sú znepokojujúce v dôsledku popularity sociálnych médií, ktoré umožňujú šírenie nekontrolovateľných informácií, najmä správam, ktoré prichádzajú z neoverených zdrojov a pochybných autorov. Aj keď zatiaľ nemôžeme s istotou povedať, do akej miery sociálne média pomohli rozmachu konšpiračných teórií, určite zmenili spôsob, akým ľudia k informáciám pristupujú a spôsoby, akými tieto informácie zdieľajú. Jednotlivci v online priestore, v ktorom zdanlivo neexistuje priama zodpovednosť za šírenie potenciálne nebezpečných informácií zdieľajú obsah, ktorý zblízka nepreskúmali, prípadného ho ani nečítali a dôverujú titulkom, ktoré sú často zavádzajúce, fotografiám, ktoré nemajú jasne uvedený zdroj, video-obsahu, ktorý je často vytrhnutý z kontextu a jeho úlohou je najmä podporiť autorovu argumentáciu. (Horváth, 2020)

V dôsledku pandémie sa stalo zrejším, že rýchly a efektívny boj proti dezinformáciám je dôležitý fungovanie spoločnosti v čase krízy. Ak štát a príslušné úrady nedokážu včas zakročiť proti falošným správam a konšpiračným teóriám, môže to mať značný vplyv na verejnú mienku. (Hendrych, 2021) Prienik tzv. fake news, hoaxov, dezinformácií a konšpirácií do bežného života, je na našom území i v zahraničí kritický. V niektorých prípadoch šírenie falošných informácií dospelo až do takého štádia, že sme mali možnosť vidieť politické elity konšpirovať v priamom prenose za účelom zbierania politických bodov. Vzhľadom na to, že čo i len približné pochopenie rizika, ktoré predstavuje COVID-19, je pravdepodobne ústredným prvým krokom zmenám správania potrebných na záchranu životov, je dôležité pochopiť, prečo sa ľudia líšia v názoroch na COVID-19. (Pennycook, et al., 2020)

V rámci tejto práce sa pokúsime odpovedať na otázku, aké faktory vplývajú na vnímanie rizika v kontexte ochorenia COVID-19 na území Slovenska. Cieľom práce je za pomoci kvantitatívneho výskumu, konkrétne dotazníkového šetrenia zmapovať súvis medzi osobnostnými črtami, politickou orientáciou, využívanými zdrojmi informácií a schopnosťou rozlíšiť pravdivé a nepravdivé informácie o ochorení COVID-19. Práca sa opiera o viaceré výskumy z oblasti behaviorálnej vedy, najmä sériu výskumov Randa a Pennycooka. Ďalšie výskumy naznačujú, že ľudia s určitými osobnostnými vlastnosťami uveria v konšpiračné teórie skôr ako iní. Dôkazy súvisiace s pandémiou COVID-19 naznačujú, že najmä extravézia a svedomitosť sú relevantné pre prijatie opatrení odporúčaných na obmedzenie vírusu (Carvalho et al., 2020).

1. Falošné správy

1.1 Definícia falošných správ

V poslednej dekáde sa anglický pojem „fake news“ alebo jeho ekvivalent „falošné správy“ stali všadeprítomnou súčasťou verejného diskurzu. Za posledné roky sa odborníci i orgány v Európe, USA, i v mnohých menej či viac vyspelých častiach sveta si dali za úlohu odpovedať na otázku, ako sa vysporiadať s falošnými správami. Mnohé výskumy sa snažia zmerať vplyv falošných správ na spoločnosť v kontexte politiky (napríklad v prípade dvoch posledných prezidentských volieb v USA), (Rand, Pennycook, 2019) ale aj v kontexte zdravotníckej krízy, ktorú spôsobila pandémia ochorenia COVID-19.

S falošnými správami sa stretávame pri práci s internetom, v našich mailových schránkach, na sociálnych sieťach a v najhoršom prípade i pri debate s našimi blízkymi alebo rodinnými príslušníkmi. Stali sa natoľko rozšírenými, že mnohé technologické firmy čelia spoločenskému a niekedy aj politickému tlaku, aby zasiahli proti šíreniu falošných správ (BBC, 2019). Napriek rozsiahlosti tejto problematiky však neexistuje jasná definícia toho, čo konkrétne pojem fake news predstavuje.

Keďže nič nenaznačuje tomu, že problematika falošných správ v blízkej budúcnosti prestane sužovať informačné prostredie, čoraz väčšia pozornosť sa začína obracať na navrhovanie automatizovaných riešení na detekciu problematickeho online obsahu. Aby však boli odborníci schopní vytvoriť spoľahlivé algoritmy na vyhľadávanie „falošných správ“, budú musieť zájsť za hranice jednoduchých definícií a identifikovať rozlišovacie znaky, ktoré sú dostatočne špecifické pre strojové učenie (Horváth, 2020).

Jednotlivé definície sa líšia najmä v zámere a autenticite správ no ich podstatou ostáva, že falošné správy nie sú jednoducho iba nepravdivé informácie (Molina et al., 2019). Autori štúdie „Fake News“ Is Not Simply False Information ich špecifikovali ako správy, ktoré robia „neplechu“ s pravdou. Prirodzeným miestom, kde začať pri premýšľaní o falošných správach, je predstaviť si ich jednoducho, ako reportovanie nepravdivých informácií. Thomas Fiedler zastáva názor, že falošné správy sú falošné informácie zabalené tak, aby verejnosť uverila, že ich vyprodukovali profesionáli, ktorým nechýba rešpekt k pravde (Rimer, 2017).

Zaujímavým príkladom, na ktorý sa autori zamerali je správa amerického online média Breitbart z roku 2017 o rozruchu, ktorý spôsobila skupina mladých mužov, prevažne prístupovcov v nemeckom meste Dortmund na Silvestra v roku 2016. Podľa správy Breibartu „dav (...) podpálil najstarší kostol v Nemecku“ (Hale, 2017). V jednom ohľade je táto správa priamo nepravdivá. Kostol v skutočnosti nie je najstarším kostolom v Nemecku.

To však nie je na príbehu Breibart to zaujímavé. Pretože pravdou je, že k požiaru skutočne došlo. Petarda vletela do siete, ktorá bola súčasťou lešenia obklopujúceho časť kostola. Sieť sa následne vznietila. Podľa hasičského zboru išlo o malý požiar, ktorý sa dal ľahko uhasiť (Konietzny, 2017).

Vzhľadom na tieto udalosti nie je priamo nepravdivé, že skupina podpálila kostol. Napriek tomu je správa veľmi zavádzajúca, pretože uvádza, že požiar bol založený úmyselne, že bol zapálený aj samotný kostol (a nielen ochranná sieť), a že požiar bol značne veľký. To všetko sú falošné informácie. Článok Breibartu je teda príkladom správy, ktorá nesprávne reprezentuje fakty. Falošné správy sa teda vyznačujú tým, čo môžeme nazvať nedostatkom pravdy: falošné správy skresľujú fakty.

Je dobré si uvedomiť, že nie všetky nepravdivé alebo zavádzajúce správy sú falošnými správami. (Jaster & Lanius, 2018) Nemecké internetové noviny Zeit online napríklad charakterizujú falošné správy ako „falošné reportovanie alebo správy chybné prezentované ako fakty“. (Zeit, 2018) Takéto definície sú však problematické, pretože ignorujú zásadný rozdiel medzi falošnými správami a novinárskymi chybami. Novinárske chyby vznikajú v procese podávania správ o často zložitých záležitostiach. Preto napríklad renomované printové médiá vydávajú opravy svojich chýb. Keď renomované médiá vydávajú nepravdivé alebo zavádzajúce vyhlásenia, zvyčajne to robia neúmyselne.

Čestnému novinárovi, ktorý vydá nepravdivé tvrdenie, sa nepodarilo „dosiahnuť pravdu“. Falošné správy, sú naproti tomu vydávané s úmyslom klamať. Môžu to byť prosté lži, alebo zámerne zavádzajúce fakty. V oboch prípadoch sú zamerané na nepravdivosť, nie na pravdu a teda im chýba pravdivosť. Tento nedostatok pravdivosti odlišuje falošné správy od novinárskych chýb. Bezúhonný, no pomýlený novinár sa snaží nájsť pravdu, kým zástanca falošných správ nie. Nieкто, kto hovorí alebo píše nezmysly, sa teda nestará o pravdu. Jeho cieľom nie je oznamovať fakty. Snaží sa iba formovať presvedčenie a postoje svojho publika. (Jaster & Lanius, 2018)

Falošné správy teda môžeme definovať ako informácie, ktoré boli zámerne vytvorené a šírené s úmyslom oklamať a uviesť do omylu ostatných, aby verili v nepravdy alebo pochybovali

o overiteľných faktoch. Sú to dezinformácie, ktoré sú prezentované ako správy a je viac-menej pravdepodobné, že tak budú aj vnímané. (McGonagle, 2017)

1.2 Hoax

Príbuzný typ nebezpečných správ poznáme pod pojmom hoax. Slovo hoax má pôvod v anglickom jazyku. Anglický filológ Robert Nares (1753-1829) hovorí, že slovo hoax vzniklo koncom 18. storočia ako kontrakcia slovesa hocus, čo znamená "podvádzať", pričom jeho preklad má niekoľko významov. Najčastejšie ako podvod, fäma, podfuk, falošný, podvodný. (Azet, online) Skutočnosť, že hoaxy sú problémom dnešnej doby potvrdzuje napríklad aj fakt, že denník SME už v roku 2017 spustil projekt hoax.sme.sk, ktorý sa zameriava na vyhľadávanie a vyvracanie hoaxov, pričom cielene zachytáva podozrivé texty, ktoré ďalej overujú redaktori. SME definuje tento pojem ako "nepravdivú správu, ktorej cieľom je zvýhodniť nejakú stranu. (hoax.sme, online)

Úlohou hoaxy je informovať o udalosti, ktorá sa nestala alebo o správe ktorá má reálny základ, no je doplnená o polopravdy, nepravdy či interpretácie, ktoré posúvajú význam pôvodnej správy. Štýl písania takýchto správ je často buď šíriaci propagandu, varujúci pred neexistujúcou hrozbou (teda šírenie paniky), nenávisťný, k nenávisti popudzujúci alebo prekrúcajúci fakty ktoré sú často vytrhnuté z kontextu. Teda výsledná správa, ktorá je písaná s úmyslom dezinformovať alebo šíriť hoax, obsahuje fragmenty informácií, ktoré boli úmyselne doplnené tak, aby správa nabrala úplne iný význam. (Míček, 2018) Pre potreby práce môžeme teda definovať hoax ako vedomé šírenie správy, ktorá má vymyslený alebo pozmenený obsah ktorý sa nezhoduje so skutočnosťou, ktorú opisuje.

1.3 Propaganda

V súvislosti s pojmami ako fake news, dezinformácie alebo hoax sa je tiež dôležité spomenúť propagandu, ktorý sa s dezinformáciami neodmysliteľne spája. Slovo propaganda pochádza z latinského výrazu *propagare* - rozširovať. Do moderného slovníka vniesol tento pojem v priebehu 17. storočia Vatikán - propaganda bola v tomto období spájaná s činnosťami katolíckej cirkvi, ktorá sa snažila zabrániť vplyvu reformácie. (Sala, 2020) Propagandu môžeme vnímať ako informácie, myšlienky, názory alebo obrazy, často prezentujúce iba jednu stranu argumentu, ktoré sú vysielané, publikované alebo iným spôsobom šírené s úmyslom ovplyvniť názory ľudí.

(Cambridge, online) Tucker a kol. (2018) definujú propagandu ako informácie, ktoré môžu byť pravdivé, ale používajú sa na „znevažovanie protichodných názorov“.

Pri dôkladnom skúmaní propagandy je možné identifikovať techniky používané na apelovanie na emócie. Nie vždy je však zrejmé, kto materiály obsahujúce propagandu vytvoril. Odborníci na komunikáciu klasifikujú propagandu ako bielu, čiernu alebo sivú v závislosti od transparentnosti zdroja. Určenie zdroja správy je dôležitým nástrojom pri analýze propagandy i zisťovaní pravdivosti správ.

- **Biela propaganda:** V prípade bielej propagandy je tvorca materiálov jasne označený.
- **Čierna propaganda:** Jedna z najklamlivejších foriem propagandy zahŕňa materiály vytvorené jednou skupinou, ale pripisované inej. Čierna propaganda nepravdivo tvrdí, že správu alebo obrázok vytvorila opozícia, aby ju zdiskreditovala.
- **Šedá propaganda:** Informácie a správy, ktoré nemajú jasného producenta, sú považované za sivú propagandu. Materiál neznámeho pôvodu neumožňuje prijímateľovi určiť tvorca alebo motívy správy. (NABB Reserch Center, online)

1.4 Dezinformácie

Pojmy „fake news“, „dezinformácie“ a „propaganda“ sa niekedy používajú zameniteľne a ich definície sa neustále posúvajú a prekrývajú. Všetky tri sa týkajú nepravdivých alebo zavádzajúcich správ šírených pod rúškom „informatívneho obsahu“, či už vo forme priamej komunikácie, online správ, reklamy alebo publikovaných článkov. Na účely tejto práce môžeme definovať dezinformácie ako tvrdenia, ktoré sú v rozpore alebo skresľujú bežné chápanie overiteľných faktov.

Dezinformácie sa koncepčne líšia od fám resp. konšpiračných teórií, ktorých definície nezávisia od pravdivosti súvisiacich faktov. Namiesto toho sa fámy chápu ako tvrdenia, ktorých sila vzniká zo samotného sociálneho prenosu. (Berinsky, 2015). Konšpiračné teórie majú špecifické charakteristiky, ako napríklad presvedčenie, že skrytá skupina mocných jednotlivcov má alebo sa snaží získať kontrolu nad niektorým aspektmi spoločnosti. (Sunstein a Vermeule 2009). Naproti tomu „misinformation“, „misinformácie“ alebo nepravdivé informácie sú z definície nepravdivé.

Tucker a kol. (2018) definujú dezinformácie ako podmnožinu nepravdivých informácií, ktoré sú zámerne šírené.

Nepravdivé informácie sú priame lži, zatiaľ čo misinformácie môžu byť neúmyselné.. Organizované pokusy o šírenie dezinformácií zo strany politických aktérov i nepolitických aktérov – či už domácich alebo zahraničných – sa zvyčajne považujú za dezinformácie. Falošné správy sú teda tiež druhom dezinformácií, vo forme zámerne zavádzajúceho obsahu navrhnutého tak, aby napodobňoval vzhľad a formu, ktoré využívajú skutočné spravodajské organizácie.

1.5 Významné príklady šírenia falošných správ

Falošné správy nie sú žiadnou novinkou. Nepravdivé alebo prekrútené informácie sú jedným z najväčších problémov prebiehajúcej pandémie COVID-19, no história falošných správ siaha do čias pred vznikom tlače. Fámy a nepravdivé príbehy s nami pravdepodobne existujú od čias, keď ľudia žili v skupinách, v ktorých záleží na moci. Schopnosť ovplyvňovať k akým informáciám majú ľudia prístup, a čo si myslia, je obrovskou výhodou, ktorá bola vysoko cenená už pred mnohými storočiami. (Burkhard, 2017)

Dezinformácie a propaganda sú črtami ľudskej komunikácie prinajmenšom od čias rímskej ríše, keď cisár Octavianus viedol propagandistickú kampaň proti Marcusovi Antoniusovi, ktorá mala poškodiť jeho povesť. Vynález Gutenbergovho tlačiarenského listu v roku 1493 dramaticky zosilnil šírenie dezinformácií a propagandy a nakoniec priniesol prvý veľký spravodajský podvod – „The Great Moon Hoax“ z roku 1835. The New York Sun uverejnil šesť článkov o objave život na Mesiaci, doplnený ilustráciami humanoidných netopierích stvorení a fúzatých modrých jednorožcov. (Burkhard, 2017) Konflikty, zmeny režimov a katastrofy sa potom stali znakmi šírenia dezinformácií.

1.6 Dezinformácie a internet

Koncom dvadsiateho storočia internet vytvoril nové prostriedky na šírenie falošných správ v oveľa väčšom rozsahu. V dnešnej dobe má vďaka relatívnej dostupnosti technológií prístup k internetu, každý, kto má k dispozícii počítač alebo smartphonu. K januáru 2021 bolo na celom svete 4,66 miliardy aktívnych používateľov internetu – 59,5 percenta svetovej populácie. (Statista, 2021) Sprístupňovanie informácií na internete sa stalo novým spôsobom propagácie produktov a myšlienok. Internet so sebou okrem nesporného množstva výhod priniesol aj dramatický nárast

rizika dezinformácií, nepravdivých informácií, propagandy a hoaxov. Propaganda nie je ničím novým, no nikdy predtým neexistoval lepší prostriedok na jej šírenie. (Guardian, 2018)

Chybný aj podvodný obsah sa dnes šíri od človeka k človeku a spravodajská satira býva často nevedomými používateľmi sociálnych médií nepochopená a opakovane zdieľaná ako pravdivé správy. V dôsledku vzniku a rozšírenia internetu žijeme v informačnom prostredí v ktorom sa vyskytujú „alternatívne“ portály a denníky, cieľená propaganda, štátom sponzorované siete falošných online profilov a armády trollov, ktorých cieľom je aktívne ovplyvňovať názory verejnosti. (Buckhardt, 2017) Dôvera v zdroje informácií sa tak mnohokrát rozdeľuje na základe toho, či sú dané správy v súlade s názormi spotrebiteľov, ktorý majú zdanlivé právo si vybrať alebo tvoriť svoje vlastné „fakty“.

1.6.1 Fact Checking

Sociálne siete boli do istej miery nútené konať proti šíreniu falošných informácií prostredníctvom ich platforiem. Spoločnosť Facebook v reakcii na kritiku vytvorila Fact-Checkingovú službu, ktorej cieľom je upozorňovať na falošné príspevky. Ak systém vyhodnotí obsah ako nepravdivý, sociálna sieť začne tento obsah zobrazovať vo svojom News-Feed na nižších priečkach, čím by sa malo výrazne znížiť jeho šírenie.

Tento systém sa snaží zamedziť šíreniu falošných správ na sociálnej sieti Facebook, znížiť celkový počet ľudí, ktorí by sa mohli s daným obsahom stretnúť a tiež upozorňuje používateľov, ktorí nepravdivý obsah vidia, že daný obsah bol označený za nepravdivý. Program Fact-Checking je súčasťou stratégie, v rámci ktorej chce sociálna sieť Facebook zlepšiť kvalitu a autenticitu obsahu v News Feedoch, a v rámci ktorej Facebook odstraňuje rešpekt a obsah, ktorý porušuje komunitné štandardy a zásady inzercie, a tak šíri nepravdivé informácie. (Facebook, online)

Kritiku prístupu spoločnosti Facebook k informáciám však neutíšil ani Fact-Checkingový program zameraný na dezinformácie týkajúce sa ochorenia COVID-19. Technologický gigant v dôsledku kritiky prisľúbil, že začne proti dezinformáciám týkajúcim sa ochorenia COVID-19 a očkovania proti tomuto ochoreniu, Neziskové centrum boja proti digitálnej nenávisti (CCDH) však verejne kritizovalo prístup spoločnosti Facebook, ktorá svoje prisľuby nepodporila prísnejšími opatreniami. (Živé, 2021). Problémom Fact-Checkingových programov je skutočnosť, že kým zachytia a následne zamedzia neoverené informácie, správy sa môžu rozšíriť medzi tisíce užívateľov.

1.6.2. Mediálna Gramotnosť

Schopnosti mediálnej gramotnosti úzko súvisia najmä so schopnosťou kriticky myslieť. Túto schopnosť jednotlivec nadobúda kladením si vhodných otázok pri získavaní informácií. Prvým

krokom je uvedomiť si, že nie všetky voľne dostupné informácie musia byť pravdivé, a preto je potrebné informácie overovať u viacerých zdrojoch. Zároveň je dôležité, aby si verejnosť uvedomovala, že médiá majú nielen informačnú funkciu, ale aj manipulatívnu funkciu (globalne vzdelávanie, online). Kritické myslenie v kombinácii s mediálnou gramotnosťou a záujmom o zdravotné témy dokáže chrániť verejnosť pred dezinformáciami, ktoré majú potenciál ohrozovať verejné zdravie.

Podľa najnovšej správy Media Literacy Index 2021 (Index mediálnej gramotnosti), ktorú každoročne vydáva medzinárodný Inštitút otvorenej spoločnosti v Sofii, je Česká republika zo skúmaných 35 európskych krajín na 19. mieste a Slovenská republika na 22. mieste. Čo sa týka poklesu v rebríčku, najvyšší pokles za posledné roky zaznamenalo Slovinsko (-5 pozície), Holandsko (-3), Rakúsko (-2), Poľsko (-2), Česká republika (-2), Lotyšsko (-2) a BaH (-2). Z hľadiska poklesu skóre najväčší pokles v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi zaznamenáva Slovensko (-6 bodov), Lotyšsko (-4), Rumunsko (-4), Montenegro (-4), Bosna a Hercegovina (-4) a Slovinsko (-3). Medzi krajinami, ktoré sa umiestnili na prvých miestach vďaka vyššej odolnosti voči konšpiračným teóriám, falošným správam a dezinformáciám patrí Fínsko, Dánsko, Holandsko, Švédsko a Estónsko. (MediaLiteracyIndex, 2021)

Žiakov v Česku i na Slovensku v kontexte mediálnej gramotnosti trápia podobné problémy. V článku Mediálna gramotnosť ako základná zručnosť v digitálnej spoločnosti sú zhrnuté nasledovne:

- Mladá, dospievajúca generácia je technologicky zdatná. Nemá ale dostatočné vedomosti o tom, ako sa tvoria a upravujú mediálne obsahy, ako fungujú mediálne spoločnosti, kto vlastní médiá, ako dochádza k mediálnym manipuláciám, nedokáže rozlíšiť komerčný obsah od spravodajského obsahu. Veľa stredoškolákov nevie, že máme duálny systém televízneho a rozhlasového vysielania, ktoré médiá sú verejnoprávne a ktoré súkromné.
- Stredoškolyáci nevedia odhaliť mediálne manipulácie a konšpiračné teórie.
- Žiaci gymnázií (SŠ) nepoznajú pravidlá, ktoré má novinár dodržiavať a práva, ktoré si môžu uplatňovať voči médiám, napr. právo na odpoveď, opravu, ochranu osobnosti a pod.
- Generácia mladých ľudí na stredných školách je jedným z najzraniteľnejších terčov extrémistov. (Direktor, online)

„Školy sú spoluzodpovedné za podporu alebo prevenciu. Tým, ako ne/rozvíjajú čítanie s porozumením, kritické myslenie, či mediálnu gramotnosť, ale aj prístupom k menšinám, inakosti, či demokratickým princípom vo svojom každodennom fungovaní. A nepochybne aj tým, či

pomáhajú autoritatívne vytvárať poslušných „robotov“ preplnených zbytočnými informáciami, alebo ľudí vedomých si svojich kvalít, s praktickými zručnosťami, schopnosťou komunikovať a kreatívne myslieť. Tí prví zvyknú byť frustrovaní a čakať na „vodcu spasiteľa“, tí druhí majú šancu spoluvytvárať a žiť spokojný život.“ (Plančík, 2019)

Pre spoločnosť je žiadúce, aby sa kritické myslenie stalo súčasťou vzdelávania. Ako riešenie sa ponúkajú hodiny mediálnej gramotnosti mediálnej na stredných školách, v rámci ktorých by boli žiaci vedený k tomu, aby dokázali kriticky analyzovať mediálne informácie. Zároveň je však dôležité aby sa kritické myslenie u žiakov rozvíjalo v rámci všetkých predmetov, nie len v prípade hodín mediálnej gramotnosti.

Učitelia môžu podporovať študentov pri rozvíjaní kritického myslenia a zručností, ktoré im umožňujú efektívne vyhodnocovať obsah z rôznych mediálnych zdrojov. Medzi štyri hlavné prístupy k výučbe mediálnej gramotnosti patrí:

- **Etika:** predstavenie pojmu etika a diskusia o význame mediálnej etiky v žurnalistike.
- **Včasnoscť:** Spojenie mediálnej gramotnosti s aktuálnou udalosťou pomáha študentom pochopiť, ako dešifrovať správy v súvislom kontexte.
- **Hostujúci rečníci:** Školy môžu osloviť expertov alebo novinárov, aby poskytlí svoj pohľad na médiá z prvej osoby.
- **Využitie vedomostí:** Študenti ilustrujú nadobudnuté vedomosti tým, že svoje poznatky využijú v projektoch.

Hoci je mediálna gramotnosť oblasťou, ktorá sa neustále vyvíja, je dôležité poskytnúť verejnosti základné zručnosti, ktoré im pomôžu pochopiť jej dôsledky v ich každodennom živote. (edutopia, online)

2 Psychológia falošných správ

2.1 Prečo ľudia veria falošným správam

Online dezinformácie v dohľadnej dobe pravdepodobne nezmiznú. Je preto nevyhnutné, aby sme pochopili, prečo a ako sa falošné správy tak ľahko a rýchlo šíria. Na objasnenie tejto problematiky je dôležité porozumieť vzťahu medzi ľudskou psychikou a šírením informácií v online priestore. Našťastie vzniká čoraz viac štúdií, ktoré sa snažia odhaliť tieto vzťahy, napríklad pomocou prieskumov a experimentov s použitím falošného i pravdivého obsahu z „reálneho života“. Napriek výzvam spojeným s výskumami v oblasti behaviorálnej vedy, (MacKay, Lepehies, 2018) rozširovanie vedomostí o tejto problematike by malo dokázať identifikovať informované a zmysluplné zásahy, ktoré ovplyvnia kvalitu obsahu, ktorý ľudia zdieľajú na sociálnych sieťach.

Medzi najaktívnejších výskumníkov v tejto oblasti sa radia Pennycook a Rand, ktorí sa vo svojich štúdiách snažia objasniť fenomén šírenia falošných správ skúmaním psychologických profilov jednotlivcov, ktorí majú tendenciu prepadávať falošným správam. Skúmaním tejto problematiky prišli na skutočnosť, že aj jednoduché prečítanie falošného titulku vedie k zvýšeniu vnímanej pravdivosti. Toto zistenie sa zhoduje s výskumom efektu iluzórnej pravdy, v ktorom opakovanie, napríklad, nejasných triviálnych výrokov zvyšuje vnímanie presnosti týchto výrokov. (Stahl, et al., 2009) Dominantným vysvetlením efektu iluzórnej pravdy je, že opakovanie uľahčuje rýchle a plynulé spracovanie informácií, v dôsledku ktorého jednotlivec vníma opakované tvrdenie ako pravdivé. Tieto zistenia naznačujú, že vnímanie pravdivosti falošných správ je ovplyvnené nízkoúrovňovým premýšľaním (rýchle premýšľanie, Systém I), ktoré zjavne nie je prerušované procesmi uvažovania na vyššej úrovni (pomalé premýšľanie, Systém II). (Kahneman, 2011)

V štúdií Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines (Rand, Pennycook, 2018) sa zistilo, že pravdivosť titulok má iba malý vplyv na to, či jednotlivec správu rozošle ďalej, a to napriek tomu, že má veľký vplyv na posúdenie dôveryhodnosti. Táto disociácia naznačuje, že zdieľanie falošných správ na internete nemusí nevyhnutne znamenať vieru v zdieľané falošné správy. Napriek tomu väčšina účastníkov štúdie tvrdila, že je dôležité zdieľať iba pravdivé správy. Výsledky štúdie ukázali, že upriamenie pozornosti na pravdivosť správ, zvyšuje kvalitu správ, ktoré ľudia následne zdieľajú. Ľudia

teda často zdieľajú dezinformácie, pretože ich pozornosť sa sústreďuje na iné faktory ako presnosť - a preto sa im nedarí zdieľať informácie, ktoré sú pravdivé.

2.2 Politická motivácia

Ďalším naratívom, ktorý vysvetľuje prečo majú ľudia tendenciu veriť falošným správam skúma možnosť, že neschopnosť rozlišovať medzi pravdivými a falošnými správami má korene v politických motívoch. Dá sa tvrdiť, že ľudia konzumujú (dez)informácie dobrovoľne – zapájajú sa do „poznávania chrániaceho identitu“, keď čelia obsahu s politickým nábojom. Súvisiaca teória tvrdí, že ľudia uprednostňujú lojalitu k svojej politickej identite pred pravdou – a preto nedokážu rozlíšiť pravdu od klamstva a jednoducho veria ideologicky zhodným informáciám. Tieto štúdie spejú k názoru, že silný vplyv politickej motivácie na presvedčenia je dominantným faktorom vysvetľujúcim, prečo ľudia prepadli falošným správam. (Pennycook, 2021)

Ďalší populárny naratív tvrdí, že neschopnosť rozlišovať medzi pravdivými a falošnými správami má korene v politických motívoch. Napríklad sa tvrdilo, že ľudia sú motivovanými konzumentmi (dez)informácií, (Kahan, 2017) že sa zapájajú do spomínaného „poznávania chrániaceho identitu“, keď čelia politicky hodnotnému obsahu, čo ich vedie k tomu, že príliš veria obsahu, ktorý je v súlade s ich stranickou identitou a sú prehnane skeptický k obsahu, ktorý nie je v súlade s ich politickou identitou (Kahan, 2013)

Jednoznačne platí, že straníckosť je spojená s celkovým presvedčením: Ľudia s väčšou pravdepodobnosťou uveria spravodajskému obsahu, ktorý je v súlade (oproti nesúladu) s ich politickou straníckosťou. Je však dôležité poznamenať, že účinok politickej zhody je zvyčajne oveľa menší ako účinok skutočnej pravdivosti správ. (Pennycook, Rand, 2021) Inými slovami, pravdivým, ale politicky rozporuplným správam sa zvyčajne verí oveľa viac ako falošným, ale politicky zhodným správam – politika neprekoná pravdu.

Navyše, väčšia celková viera v politicky konzistentné správy nemusí nevyhnutne znamenať politicky motivované uvažovanie. Takéto rozdiely by dokonca mohli vychádzať z nezaujatých racionálnych záverov založených na predchádzajúcich faktických presvedčeniach, ktoré sa v jednotlivých stranických líniiach líšia. Väčšia celková viera v politicky zhodné správy

mohla naznačovať, že ľudia sú pri hodnotení politicky zhodných správ nepresnejší – inými slovami, že politická zhoda (a s ňou spojené motivácie) zasahuje do rozlišovania pravdy. (Pennycook, Rand, 2021)

2.3 Heuristické spracovanie informácií

Práce zamerané na schopnosť rozhodovania a úsudku naznačujú, že ľudia pri posudzovaní titulkov správ pravdepodobne použijú heuristiku alebo mentálne skratky. Aké sú teda špecifické črty falošných správ, ktoré ovplyvňujú intuíciu ľudí alebo spôsobujú, že robia chyby pri uvažovaní? Jednou z kľúčových ciest k intuitívnej viere v správy je familiarita (Pennycook, 2021). Na to, aby sa zvýšila pravdepodobnosť, že prijímateľ uverí v falošnú správu, stačí aby bol raz vystavený súvisiacemu titulku. Tento princíp platí aj v prípade, že je titulok mimoriadne nepravdepodobný a nekonzistentný s politickou straníckosťou prijímateľa. Pocit familiárnosti teda pravdepodobne prispieva k zvýšeniu viery v nepravdivé tvrdenia.

Zdroje správ sú dôležitým vodítkom, ktoré možno použiť pri hodnotení správ. Účastníci s väčšou pravdepodobnosťou uveria informáciám zdieľanými ľuďmi, ktorých považujú za dôveryhodných a rozsiahla literatúra z politológie jednoznačne preukázala vplyv elít na verejnú mienku. (Rand, Pennycook, 2020) Okrem toho sociálna spätná väzba poskytovaná platformami sociálnych médií (napr. „páči sa mi to“) tiež zvyšuje vieru v obsah správ, najmä pokiaľ ide o dezinformácie.

S klesajúcou popularitou „tradičných médií“ a znižujúcou dôverou v mediálne inštitúcie sa čoraz viac ľudí obracia na sociálne médiá ako na zdroj správ (Rhodes, 2022). Sociálne siete, ktoré ponúkajú obsah bez redakčného procesu, ktorý odhaľuje nepravdivé informácie, sú bránou, prostredníctvom ktorej sú jednotlivci vystavení falošným a nepravdivým správam (Lazer a kol., 2017).

Sociálne médiá dávajú priestor dvom mocným silám, ktoré podporujú a vytvárajú vhodné podmienky pre rýchle a efektívne šírenie falošných správ (Rhodes, 2022). Jednou z týchto síl sú algoritmicke poháňané sociálne bubliny (filter bubbles), ktoré fungujú na pozadí stránok sociálnych médií. Sú to algoritmy vytvorené tak, aby neustále prinášali používateľovi obsah, ktorý ho zaujme v snahe predĺžiť celkový čas, ktorý strávi na týchto platformách

(Rhodes, 2022). Zároveň však sociálne médiá dávajú používateľom možnosť sledovať podobne zmýšľajúcich jednotlivcov, čo vedie k vytvoreniu vysoko personalizovaných komnát ozvien (echo chambers) (Lazer et al., 2017). Následne toto motivované uvažovanie podporuje a udržuje šírenie falošných správ v chode – dokonca aj po ich oprave alebo v prípade, že sa ich pravdivosť vyvráti (Bullock, 2007; Thorson, 2016).

Keď sú politicky nabité informácie, vrátane nepravdivých informácií, používateľom podsúvané cez sociálne bubliny a opakujú sa v echo komnatách, sú prezentované v homogénnych informačných tokoch. Jedna z výskumných prác zistila, že sa jednotlivci môžu „polarizovať“, keď sa neustále stretávajú s podobne ladenými politickými informáciami (Levendusky, 2013). Tento článok tvrdí, že tieto homogénne informačné toky môžu tiež podporovať nevedomý model myslenia (Systém I), ktorý má prednosť pred vedomým, zámerným (Systém II) spôsobom myslenia pri kódovaní nových informácií (Lodge & Taber, 2013; Taber & Lodge, 2006). Inými slovami, falošné správy môžu „preklíznúť“ cez informačný filter jednotlivca, keď sú prezentované spolu s iným materiálom, ktorý bude používateľovi pravdepodobne vyhovovať (Rhodes, 2022).

Echo komory

Existuje niekoľko definícií pojmu echo chamber resp. komory ozvien. Jedna z známejších definícií hovorí, že je to prostredie, v ktorom sa jednotlivci stretávajú len s názormi a presvedčeniami, ktoré sú im podobné, a preto neuvažujú o alternatívach. (Cinelli, 2021) Echo komory môžu vznikáť všade tam, kde dochádza k výmene informácií, v priamej komunikácii resp. cez internet, no za rozvoj echo komôr je najviac zodpovedný internet a v jeho dôsledku tiež sociálne siete.

Sociálne siete sú pre tvorbu echo komôr najvhodnejšie práve z dôvodu, že sú pre milióny používateľov jedným z hlavných zdrojov informácií. Túto skutočnosť potvrdil aj výskum Pew Research Center, ktorý zistil, že až 62 % dospelých v Spojených štátoch sa dostáva k novým informáciám prostredníctvom sociálnych sietí a až 66 % všetkých používateľov sociálnej siete Facebook využíva túto platformu na zisťovanie najnovších správ (Rhodes, 2022).

Predpokladá sa, že dve sily pomáhajú šíriť falošné informácie na stránkach sociálnych sietí – echo komory a filtračné bubliny. Obe tieto sily fungujú spoločne, aby vytvorili

prispôsobenú používateľskú skúsenosť. Echo komory sú vysoko personalizované komunikačné prostredia postavené na schopnosti používateľov sledovať podobne zmýšľajúcich jednotlivcov (Lazer et al., 2017). Platformy sociálnych sietí majú tendenciu byť politicky homogénne (Conover et al., 2011), čo naznačuje, že sporný materiál je zriedkavo vyvracaná, najmä v prípade, ak je sieť tvorená rovnako zmýšľajúcimi rovesníkmi.

Sociálne médiá však môžu mať aj pozitívny vplyv v prípade šírenia politicky nabitých informácií, najmä v prípade vzdelávania sa o politike, dokonca aj medzi tými, ktorí sa o politiku nezaujímajú (Bode, 2016). Výskumné práce zistili, že používatelia, ktorí „filtrujú“ svoje spravodajské kanály, majú zvyčajne silné politické presvedčenia a patria medzi politicky najaktívnejších jednotlivcov na týchto platformách (Bode, 2016). Tieto vlastnoručne vytvorené echo komory môžu pomôcť vysvetliť, prečo ľudia, ktorí sa značne prikláňajú k určitým ideológiám korelujú s vysokou mierou vystavenia falošným správam (Guess et al., 2017).

Okrem toho, skutočnosť, že sa správy v „komorách ozvien“ často opakujú vplývajú na kognitívnu zaujatosť (cognitive bias) jednotlivcov (Pennycook et al., 2018). Skutočnosť, že niektoré nepravdivé správy sú používateľom už vopred známe má vplyv na ich kognitívne procesy; čím viac príbeh počujú, tým sa stáva známejším a pravdepodobnosť, že bude prijatý za skutočnosť sa zvyšuje s frekvenciou opakovania (Schwarz a kol., 2007) – aj keď ide o úplne vymyslený príbeh (Pennycook a kol., 2018). Hoci sa zdá, že nástroje na kontrolu faktov znižujú zdieľanie sporného materiálu (Pennycook a kol., 2018; Schwarz a kol., 2007), dlhodobé korekcie sa pravdepodobne neprejavujú v prípade, že sa s nimi jednotlivci budú stretávať znova a znova. To značne sťažuje prerušenie takéhoto procesu (Schwarz a kol., 2007).

Sociálne bubliny

To či sa na sociálnych sieťach stretneme s falošnými správami, nie je založené výlučne na „priateľoch, ktorých si vyberieme, alebo na tom, čo títo priatelia uverejnia“ (Bode & Vraga, 2015, s. 620). Ďalším faktorom, ktorému sa Rhodes (2022) venuje sú tzv. filter bubbles alebo sociálne bubliny, algoritmy, ktoré fungujú v pozadí sociálnych sietí. V dôsledku profilovania a personalizácie sú poskytované informácie prispôbované jednotlivým užívateľom. Napríklad, keď sa niekto začne viac zaujímať o novinky z oblasti geopolitiky ako športu a kultúry, prísun informácií sa tomu prispôbí. To však môže viesť k jednostrannému poskytovaniu informácií. Prostredníctvom obrovského množstva zdrojov dostupných na týchto platformách (Lazer et al., 2017, s. 5) sa tieto algoritmy učia preferenciám používateľov

a zobrazujú im čo „najvhodnejší“ obsah v snahe predĺžiť čas strávený na príslušných platformách (Mims, 2017; Pariser, 2011).

Takto prispôsobený obsah môže pomôcť vysvetliť, prečo sa falošné správy stali tak všadeprítomnými (Lazer et al., 2018). Výskumná práca zistila, že keď sa jednotlivci s informáciami stretávajú na sociálnych médiách, sú zvyčajne absorbované pasívne (Bode, 2016a). Výskum zároveň naznačuje, že ľudia majú tendenciu viac akceptovať informácie, keď sú im vystavení v pasívnom prostredí (Bode, 2016a, s. 29). Pretože tieto algoritmy nerozlišujú medzi kvalitou informácií prezentovaných používateľom, môžu tiež izolovať používateľov v echo komorách, kde sa zriedka vyskytujú správy s ktorými sa používatelia nestotožňujú (Conover et al., 2011).

Sociálne bubliny a echo komory môžu viesť jednotlivcov vystavených politickému obsahu k skratkovitému uvažovaniu, čo „znižuje ich motiváciu overovať si informácie“ (Tappin et al., 2020,). Jednotlivci tak s väčšou pravdepodobnosťou príjmu falošné a nepravdivé informácie, pretože ľudské bytosti majú tendenciu, dôverovať známym zdrojom, ktoré potvrdzujú ich existujúci pohľad na svet (Taber & Lodge, 2006).

Zistilo sa, že motivované uvažovanie je zodpovedné za politickú polarizáciu, selektívne vystavanie sa správam, prijímanie a vybavovanie si iba konkrétnych častí informácií (Gaines et al., 2007) a šírenie dezinformácií aj po ich oprave (Bullock, 2007; Thorson, 2018). Prípadne, keď správy prichádzajú z neznámych miest alebo zdrojov, o ktorých osoba vie, že sú v rozpore s jej predispozíciami, môžu byť ignorované (Sunstein et al., 2016). Sociálne médiá podporujú komunikačný ekosystém, v ktorom vysokokvalitné informácie podložené dôveryhodnými dôkazmi existujú v rovnakom priestore ako osobné názory a nekvalitné údaje (Ennals et al., 2010). Keďže používatelia sú často vystavení súčasne aj vysoko nekvalitným informáciám, pri interpretácii informácií sa vracajú k už existujúcim postojom, čím sa zvyšuje pravdepodobnosť motivovaného uvažovania (Bode & Vraga, 2015).

S označeniami páči sa mi, emotikonmi a emocionálnymi komentármi, ktoré sa často vyskytujú na spravodajských kanáloch sociálnych médií, možno očakávať, že jednotlivci sa pri triedení dostupných informácií spoliehajú na heuristické podnety, ako je dĺžka a tón obsahu (Eagly & Chaiken, 1993).

Heuristika a sociálne siete

V nasledujúcej časti sa pozrieme na to, ako echo komory a sociálne bubliny môžu ovplyvňovať úsudky jednotlivcov v kontexte o sociálnych sieťach a opodstatnenosti viery a presvedčení.

Svedectvo

Jedným z najdôležitejších prvkov v kontexte šírenia informácií na sociálnych sieťach je svedectvo. Mnohokrát sa ocitneme v situácii, keď uveríme informáciám, ktoré nám povie iná osoba bez dodatočného overenia ich pravdivosti. Ak to vysvetlíjeme z hľadiska všeobecnej spoľahlivosti svedectva prostredníctvom skúseností, alebo ak si môžeme spomenúť na situácie, keď sme sami potvrdili to, čo nám bolo neskôr povedané, potom zastávame stanovisko k spoľahlivosti svedectva nazývané redukcionizmus, keďže spoľahlivosť svedectva je vysvetlené inými zdrojmi – vnímaním, pamäťou alebo overenou spoľahlivosťou. (Ivankovic, 2022)

James Van Cleve opisuje redukcionizmus nasledovne: „Svedectvo nám poskytuje oprávnené presvedčenie [...] nie preto, že žiari vlastným svetlom, ale preto, že iné svetlá často odhalili jeho pravdu.“ Opakom redukcionizmu je antiredukcionizmus. Antiredukcionizmus je téza, že človek môže prijať svedectvo, ak proti nemu neexistujú silné argumenty (Giovagnolli, 2019), to znamená, že svedectvo je zdrojom viery, ospravedlnenia a poznania, ktoré nemožno redukovať na iného jednotlivca.

Napríklad, ak mi niekto povie, že sa včera stala dopravná nehoda a ja nemám žiadne dôkazy proti pravdivosti tejto informácie, nemám dôvod tomu neveriť. Jedným z hlavných problémov antiredukcionizmu je, že dôvody veriť svedectvu sú niekedy extrémne slabé, no neexistujú dôkazy proti jeho pravdivosti. Definícia diktuje, že aj vtedy by sme mali veriť takémuto svedectvu (Giovagnolli, 2019).

Ak sa jednotliviec zdržiava na sociálnej sieti, kde, ako sme už zistili, sú skupiny polarizované, môžeme vziať informátorov za slovo? Mali by sme veriť svedectvu, aj keď v dôsledku polarizácie spoločnosti nemáme žiadny prehľad o názoroch iných ľudí? Človek uväznený vo svojej sociálnej bubline sa len veľmi ťažko dostáva do kontaktu s opačnými názormi a dôkazmi, ktoré nepotvrdzujú jeho presvedčenie. (Ivankovic, 2022)

Pre redukcionizmus je jednoduchšie vysvetliť, prečo sú svedectvá Facebooku tak často nespoľahlivé – pretože nie sú potvrdené iným zdrojom. Tento postoj nám diktuje, že musíme stanoviť dôvody, pre ktoré by sme považovali určité svedectvá za spoľahlivé, a na Facebooku kvôli polarizácii skupín takéto dôvody často chýbajú. (Giovagnoli, 2019).

Odborníci

Definíciou odborníkov a ich postavením pri výmene poznatkov v spoločnosti sa v posledných rokoch zaoberajú aj odborníci na sociálne poznávanie. Zaujímavá je najmä diskusia, ktorú inicioval (Goldman, 2001) ktorá poukazuje na ťažkosti laikov vôbec rozoznávať odborníkov. Laici nerozumejú „ezoterickému“ slovníku odborníkov a nerozumejú tematike (Goldman, 2001), takže nedokážu posúdiť, kto má väčšiu dôveryhodnosť, keď sa v názoroch stretnú dvaja odborníci. Goldman si dáva za cieľ nájsť niekoľko užitočných metód, ktoré síce nezaručia výber dôveryhodnejšieho odborníka, no môžu pomôcť laickému úsudku. Tu uvediem niektoré metódy, ktoré navrhuje.

Podľa Goldmana je najspoľahlivejšou metódou overiť si minulé úspešnosť experta pri odpovedaní na podobné otázky (napríklad človeku, ktorý sa tvári ako autorita pre finančné krízy, bude ľahšie dôverovať, ak už v minulosti skúmal finančné krízy a ponúkol dobré riešenia). Navyše, Goldman hovorí, že je jednoduchšie dôverovať odborníkovi, ak nemá nejaký osobný alebo politický dôvod byť zaujatý pri odpovediach na otázky. Nakoniec je ľahšie uveriť, ak je podporovaný inými odborníkmi, alebo ak dokáže lepšie predložiť dôkazy širšiemu publiku, teda vysvetliť, prečo sú niektoré dôkazy v jeho prospech a nie v prospech jeho oponenta.

Filtračné bubliny na sociálnych sieťach sťažujú jednotlivcom schopnosť rozoznať dobrých odborníkov od tých zlých. Ak sa ocitne v bubline, laik bude veľmi pravdepodobne viac vystavený jednému typu názoru, takže keď sa s opačným názorom stretne oveľa menej často, budú mu protichodné informácie pripadať neuveriteľné a okrajové. Zdá sa, že potvrdenie názoru (v tomto prípade odborníkom) prostredníctvom niekoľkých desiatok lajkov môže v jednotlivcoch vážne posilniť pocit, že tento názor je presvedčivejší, teda že opačný názor nedáva zmysel. V podmienkach skupinovej polarizácie na Facebooku, ktorá je ďalej posilnená algoritmi, je pre jednotlivcov ťažké neustranne používať metódy navrhované Goldmanom. Sociálne siete nás môžu do značnej miery odpútať od myšlienky, že existujú „lepšie“ alebo „horšie“ odborníci a priblížiť nám myšlienku, že napríklad tí, ktorí obhajujú bezpečnosť

očkovania, majú „svojich“ odborníkov a ich odporcovia majú „svojich“. To je, samozrejme, veľmi škodlivé pre výmenu skutočne odborných poznatkov a pre schopnosť laika ich rozpoznať. (Ivankovic, 2022)

Dosiahnutie pravdy môže byť problematické, najmä čo sa týka sociálnych sietí. Sociálne siete ako napríklad Facebook nevyklúčujú dôležitosť pravdivosti, ale skúmanie vzťahov jednotlivcov k sociálnym sieťam vyvoláva otázku, či by pravdivosť mala byť vždy najdôležitejšou hodnotou. Je nepochybné, že pravda musí byť prvoradým cieľom napríklad vo vede. (Goldman, 1999) to nazýva „truth-in-evidence“, čo vysvetľuje, ako väčšie množstvo indikatívnych dôkazov slúži aj ako lepší indikátor pravdy. Takáto prax je charakteristická napríklad pre vedecké experimenty.

Na druhej strane, úloha sociálnych sietí nie je priamo poskytovať pravdivé informácie, ale skôr udržiavať používateľov, resp. zákazníkov na platforme čo najdlhšie. Ak vezmeme do úvahy dopady sociálnych bublín, pravdivosť nemusí byť za určitých podmienok dosiahnuteľným cieľom. Alternatívne ciele môžu byť ospravedlnením viery. Totiž viera môže byť oprávnená, ale nemusí byť pravdivá. (Ivankovic, 2022)

Emócie

Nakoniec sa zdá, že hlavnou črtou titulkov falošných správ je, že sú často emocionálne evokujúce. To znamená, že falošné správy sú často zamerané na vyvolanie šoku, strachu, hnevu alebo morálneho pohoršenia. Ľudia, ktorí v prieskumoch uvádzajú, že prežívajú pri čítaní správ emócie (pozitívne alebo negatívne), s väčšou pravdepodobnosťou uveria falošným (ale nie pravdivým) správam; a priame podporovanie alebo povzbudzovanie ľudí v tom, aby sa zamerali na emócie, zvyšuje vieru v nepravdivé (ale nie pravdivé) titulky. (Pennycook, 2021).

Viacere štúdie naznačujú, že ľudské emócie dokážu ovplyvniť úsudok vo všeobecnosti, ako aj vnímanie politických falošných správ (Pennycook, 2020). Rozsiahla literatúra hodnotí rozdielny vplyv konkrétnych emócií na kogníciu a rozhodovanie (napr. Appraisal-Tendency Framework; Lerner a Keltner 2001; Feelings-as-information theory; Schwarz 2011). Napríklad Bodenhausen a kol. (1994) zistili, že hnev vyvoláva väčšie spoliehanie sa na heuristické náznaky, zatiaľ čo smútok podporuje opačné, znížené spoliehanie sa na heuristiku.

Literatúra o vzťahu medzi emóciami a dôverčivosťou zistila, že stav negatívnej nálady vo všeobecnosti zvyšuje skepticizmus, zatiaľ čo stav pozitívnej nálady zvyšuje dôverčivosť a znižuje schopnosť odhaliť podvod (Forgas, 2019). Zistilo sa tiež, že afektívne pocity demonštrujú pružný vplyv na kogníciu; to znamená, že pozitívne aj negatívne emócie môžu zlepšiť kognitívny výkon v závislosti od povahy správy (napr. kreatívna verus analytická) a štýlu spracovania. Konkrétnejšie v kontexte politicky ladených nepravdivých správ sa predpokladá, že hnev podporuje politicky motivovanú vieru v dezinformácie, zatiaľ čo sa predpokladá, že úzkosť zvyšuje vieru v politicky nesúhlasné falošné správy v dôsledku zvýšených všeobecných pocitov pochybností (Weeks, 2015).

Inými slovami, hnev môže podporovať zaujaté, intuitívne, motivované uvažovanie, zatiaľ čo úzkosť môže povzbudiť jednotlivcov, aby zvážili aj protichodné názory a možno dokonca zlepšiť celkovú kvalitu hľadania informácií (Valentino et al., 2008). Tieto hypotézy naznačujú, že skúsenosť a používanie špecifických emócií môže vyvolať odlišné účinky na vnímanie dôveryhodnosti správ. Okrem toho dôkazy naznačujú, že efekt iluzórnej pravdy (t. j. viera v obsah falošných správ po tom, ako je im jednotlivec opakovane vystavené) je do určitej miery poháňaný pocitmi pozitivity naznačujúcimi pravdu (Unkelbach et al., 2011), zatiaľ čo smútok môže znížiť efekt iluzórnej pravdy (Koch a Forgas, 2012). Súvisiaci výskum vo všeobecnosti predpokladá, že tvrdenia budú s väčšou pravdepodobnosťou posúdené ako „pravdivé“, keď jednotlivci zažívajú pozitívne alebo neutrálne emócie, zatiaľ čo negatívne emócie môžu ľudí povzbudiť k väčšej skepse (Forgas, 2019).

2.4 Kognitívna kompetencia (CRT)

Rastúci počet výskumov sa zameriava na spojitosť medzi náchylnosťou na rôzne formy dezinformácií a schopnosťou širšieho „poznávania“. Výskumy, ktoré sa zameraním na štýly myslenia zistili, že u ľudí, ktorí sú viac reflexívni (vyjadrené Testom kognitívnej reflexie, podrobnejšie popísaným nižšie) existuje menšia pravdepodobnosť, že uveria dezinformáciám a vo všeobecnosti lepšie rozlišujú medzi pravdou a klamstvom (Pennycook a Rand, 2019). Základ tohto navrhovaného psychologického vysvetlenia spočíva na dvojprocesových teoretických popisoch ľudského poznávania. Teoretici rozlišujú medzi automatizovanejším, intuitívnejším premýšľaním (Systém I) a reflexívnejším, analytickejším premýšľaním (Systém II) (Obiriri, Bahiyah, 2020).

Test CRT je spôsob testovania kognitívnej reflexie, ktorý snaží popísať mieru sklonu človeka využívať pri premýšľaní intuíciu, a ktorý má vysokú spoľahlivosť (Stagnaro, Pennycook a Rand, 2018). Všetky otázky CRT sú skonštruované tak, aby vyvolali intuitívnu, ale nesprávnu odozvu

Ak bežíte na pretekoch a predbehnete osobu na druhom mieste, na akom mieste ste? Mnohým ľuďom sa vynorí intuitívna odpoveď „prvé miesto“ – to však nie je správne (ak prejdete okolo druhého, predbehnete ho a na druhom mieste ste teraz vy). Správne zodpovedanie problémov CRT je teda spojené s reflexiou vlastného myslenia.

Predpokladá sa, že výkon pri riešení týchto druhov problémov odráža ochotu alebo sklon ľudí myslieť reflexívne a analyticky (Obiriri, Bahiyah, 2020). Ľudia sa často pri robení úsudkov a rozhodnutí vyhýbajú používaniu namáhavejších kognitívnych procesov, ktoré si vyžadujú viac zdrojov a to najmä v prípade, ak sú ich automatické a intuitívne procesy dostatočne dobré pri každodennom rozhodovaní (Obiriri, Bahiyah, 2020).

Nedávno výskumníci spojili dobré výsledky v CR testoch so skepticizmom k podozrivým presvedčeniam (Pennycook, et al., 2015). Pri ľuďoch, ktorí dosahujú lepšie výsledky v CRT, existuje menšia pravdepodobnosť, že budú veriť v paranormálne javy. (Pennycook, Cheyne, Seli, Koehler a Fugelsang, 2012), menšia pravdepodobnosť, že uveria v pravdivosť konšpiračných teórií, lepšie rozlišujú skutočné a falošné správy a je menej pravdepodobné, že budú považovať za presvedčivé pseudo-hlboké výroky (Pennycook, Cheyne, Barr, Koehler & Fugelsang, 2015). Preto v rámci našej štúdie budeme predpokladať,

že jednotlivci ktorý dosiahnu horšie výsledky v testovaní kognitívnej reflexie budú dosahovať horšie výsledky aj pri rozoznávaní nepravdivých správ o pandémií COVID-19.

Značný výskum v posledných desaťročiach sa zamerail na dva kontrastné štýly riešenia problémov a rozhodovania, často formalizované ako odlišné typy alebo systémy uvažovania (napr. Epstein, 1994; Evans, 2008; Kahneman, 2003; Sloman, 1996; Stanovich, 2009). Prvé, niekedy označované ako uvažovanie typu 1 (Systém I), je charakterizované ako intuitívne, rýchle, nevedomé, asociatívne a heuristické. Alternatívne, riešenie problémov a rozhodovanie niekedy prebieha analytickejšim spôsobom, niekedy nazývaným uvažovanie typu 2 (Systém II), ktoré má tendenciu byť časovo náročnejšie a namáhavejšie. Analytický kognitívny štýl zvyčajne zahŕňa širšie hodnotenie problémových prvkov, ako aj skúmanie a kritické hodnotenie intuície.

Počiatkové intuície vznikajúce v kontexte riešenia problémov majú tendenciu byť ľahko dostupnými konvenčnými presvedčeniami (Morewedge & Kahneman, 2010), ktoré sú spojené s pocitom správnosti (Thompson, Prowse Turner a Pennycook, 2011) a zvyknú vyžadovať málo kognitívnych zdrojov (De Neys, 2006). Vzhľadom na vyššie uvedené vlastnosti počiatkové intuície pri riešení problémov často predchádzajú ďalšej analýze (Evans, 2008). Výskumníci skonštruovali množstvo úloh, ktoré predstavujú problematické scenáre, v ktorých sú zdanlivo objektívne informácie v rozpore s veľmi výraznými intuíciami.

Pre našu prácu je dôležité, že existujú podstatné individuálne rozdiely v kognitívnom štýle (niekedy označované ako dispozícia myslenia), teda tendencia kriticky hodnotiť počiatkové zavádzajúce intuície a pretrvávajúce v analytickej spracovaní (Stanovich, 2004). Práca *Analytic cognitive style predicts religious and paranormal belief* (2012) sa zameraila na individuálne rozdiely v spôsoboch uvažovanie v kontexte viery v Boha a paranormálne. javy.

Pennycook et.al (2012) v dvoch štúdiách skúmali asociácie s vierou v Boha, náboženskú angažovanosť (účasť na bohoslužbách, modlitba atď.), konvenčné náboženské presvedčenia (nebo, zázraky atď.) a paranormálne presvedčenia (mimozmyslové vnímanie, levitácia atď.) s mierami výkonu v oblasti kognitívnych schopností a analytickeho kognitívneho štýlu. Analytický kognitívny štýl negatívne predpovedal náboženské aj paranormálne presvedčenia pri kontrole kognitívnych schopností, ako aj náboženskej angažovanosti, pohlavia, veku, politickej ideológie a vzdelania. Pri účastníkoch, ktorí boli

ochotnejší zapojiť sa do analytického uvažovania, existovala menšia pravdepodobnosť, že budú mať nadprirodzené presvedčenia.

Ďalej, súvislosť medzi analytickým kognitívnym štýlom a náboženskou angažovanosťou bola sprostredkovaná náboženskými presvedčeniami, čo naznačuje, že analytický kognitívny štýl negatívne ovplyvňuje náboženskú angažovanosť prostredníctvom nižšej akceptácie konvenčných náboženských presvedčení. Výsledky pre typy viery v Boha naznačujú, že spojenie medzi analytickým kognitívnym štýlom a vierou v Boha je jemnejšie ako obyčajné prijatie a odmietnutie, ale zahŕňa aj prijatie menej konvenčných presvedčení o Bohu, ako je panteizmus alebo deizmus. Štúdia naznačuje, že dvaja ľudia, ktorí zdieľajú rovnaké kognitívne schopnosti, vzdelanie, politickú ideológiu, pohlavie, vek a úroveň náboženskej angažovanosti, môžu získať veľmi odlišné názory na svet, ak sa líšia vo svojom sklone myslieť analyticky.

Ak jednotlivci, ktorí sú menej ochotní zapojiť sa do namáhavejších, reflektívnych kognitívnych procesov, majú tendenciu byť ochotnejší zastávať epistemicky podozrivé presvedčenia, potom tí istí jednotlivci môžu s väčšou pravdepodobnosťou veriť, že pandémia COVID-19 je podvod. Na druhej strane, pri tých istých jednotlivcoch môže existovať menšia pravdepodobnosť, že sa zapoja do užitočného správania, akým je napríklad sociálne dištancovanie alebo pravidelné umývanie rúk, práve preto, že veria, že pandémia je podvod. (Stanley, et al., 2021) Cieľom našej práce je potvrdiť, či aj pri respondentoch na území Slovenska platí, že pri lepších výsledkoch v CRT, existuje menšia pravdepodobnosť, že uveria nepravdivým správam o ochorení COVID-19.

2.5 Model Big Five a osobnosť

Jedným z faktorov, ktorý môže vplývať na sklon zdieľať neoverené informácie je osobnosť jedinca. (Sundermann, et al., 2020) Päťfaktorový model (FFM), nazývaný aj veľká päťka alebo Big Five, predstavuje populárnu metodiku používanú vo výskume osobnosti. Tento model vo svojej podstate definuje päť základných faktorov alebo dimenzií osobnosti. Jedná sa o nasledujúce faktory:

- otvorenosť skúsenosti (nekonvenčný, bystrý, nápaditý)
- svedomitosť (organizovaný, sebadisciplinovaný, usporiadaný)
- ústretovosť (ochotný spolupracovať, priateľský, empatický)
- extravertzia (veselý, spoločenský, asertívny)
- neurotizmus (úzkostný, smutný, neistý)

Otvorenosť skúsenosti (nekonvenčný, bystrý, nápaditý)

Otvorenosť (pre skúsenosť) predstavuje zvedavosť, tvorivosť, fantáziu, mieru zaujatia okolím. Otvorení ľudia sú experimentátori, otvorení novým skúsenostiam a zvyknú byť nekonvenční.

Svedomitosť (organizovaný, sebadisciplinovaný, usporiadaný)

Svedomitosť sa vyznačuje sklonom k poriadku s dôrazom na sebadisciplínu, dochvilnosť a zodpovednosť. Jedná sa predovšetkým o organizáciu a sebakontrolu. Osoby s vysokým skóre sú dochvilné, spoľahlivé, výkonné, usporiadané, cielené.

Ústretovosť (ochotný spolupracovať, priateľský, empatický)

Ústretovosť alebo prívetivosť je charakteristická interpersonálnym správaním. Predstavuje predovšetkým ochotu pomáhať druhým. Prívetivosť vypovedá tiež o tendencii dôverovať druhým ľuďom a vyhľadávanie spolupráce. Zároveň znamená tiež láskavé a vľúdne správanie k druhému. (Hřebíčková, 2004) Osoby s vysokým skóre prívetivosti sú príjemné, vrelé, citlivé a vľúdne.

Extraverzia (veselý, spoločenský, asertívny)

Extraverzia sa zameriava na rozdiely v sociabilite a aktivite ľudí. Osoby s vysokým skóre extravenzie sú spoločenské, komunikatívne, výrečné, priateľské, tiež sebaisté, aktívne, energické, optimistické. Majú radi spoločnosť, navyše sú tiež radi súčasťou skupín a spoločenských udalostí, majú radi vzrušenie a stimulujúce prostredie, udržujú si veselú myseľ. Ľudia s nízkym skóre extravenzie sú považovaní za introvertov.

Neurotizmus (úzkostný, smutný, neistý)

Neurotizmus popisuje, ako jednotlivec prežíva negatívne emócie. Zásadnou súčasťou neurotizmu je tendencia prežívať negatívne citové stavy ako smútok, obavy, vina či hnev. Osoby, ktoré sa prejavujú vysoko v neurotizme, sú úzkostné, temperamentné a náladové. (Hřebíčková, 2004)

Každý z piatich faktorov predstavuje pozitívny a doplnkový negatívny rozmer. Napríklad doplnkový aspekt k neurotizmu je definovaný ako emocionálna stabilita. Každý jednotlivec môže mať naraz kombináciu týchto dimenzií. (Soutter, et al., 2020) Ukázalo sa, že osobnosť ovplyvňuje zdravie a súvisí s dodržiavaním zdravia podporujúceho alebo pseudovedeckého správania. Napríklad dôkazy súvisiace s pandemiou COVID-19 naznačujú, že extravergia a svedomitosť sú relevantné pre prijatie opatrení odporúčaných na obmedzenie vírusu (Carvalho et al., 2020).

Podobne ako pri iných koronavírusoch (napr. MERS-COV), negatívny vplyv COVID-19 a jeho dôsledky sú rozsiahle, vrátane negatívnych dôsledkov na duševné zdravie, so zvýšenými depresívnymi a úzkostnými symptómami, stresovými poruchami, nespavosťou, hnevom a strachom. Okrem toho je známe, že pandémia vyvolávajú sociálne rozvraty. Niekoľko publikácií varovalo pred potrebou kontrolných opatrení väčšinou zameraných na sociálne dištancovanie (definované ako súbor činností zameraných na zastavenie alebo spomalenie šírenia nákazlivej choroby, ako je udržiavanie vzdialenosti od iných ľudí a vyhýbanie sa opusteniu domova) a hygienu rúk (vrátane umývanie rúk mydlom a vodou a dezinfekcia rúk alkoholovými roztokmi). Hoci chýbajú empirické dôkazy, predchádzajúce publikácie tvrdili, že zvyky a trendy správania (napr. večierky, nedodržiavanie noriem) majú vplyv na obmedzujúce opatrenia, pričom sa zdôrazňuje, že individuálne správanie je rozhodujúce pre kontrolu šírenia COVID-19 (Carvalho et al., 2020).

Li a kol. uskutočnili štúdiu v Číne, v ktorej skúmali vplyv správania ľudí na dodržiavanie opatrení na zamedzenie ochorenia COVID-19. Autori sa zamerali na spoločenskú participáciu, preventívne správanie a vnímanú závažnosť, okrem iného správania. Zistenia naznačili, že ľudia majú od vypuknutia COVID-19 tendenciu vyhýbať sa sociálnym, aplikovať preventívne správanie, akým je nosenie rúška na tvári a umývanie rúk a vnímať dopady ochorenia COVID-19 ako vysoko negatívne (napr. vysoká úmrtnosť a negatívny vplyv na spoločenský poriadok a ekonomiku).

Niektoré štúdie teda naznačujú, že ľudia majú sklon dodržiavať obmedzujúce opatrenia v extrémnych situáciách. Ďalším dôležitým krokom je preskúmať úlohu individuálnych rozdielov v osobnosti v kontexte sklonu dodržiavať opatrenia. V štúdií *Personality differences and COVID-19* (2020) autori vychádzajú z predpokladu, že by dodržiavanie pandemických opatrení malo byť pre niektorých ľudí jednoduchšie ako pre iných. Autori očakávali, že individuálne rozdiely v osobnosti dokážu predpokladať predispozíciu zapájať sa do pandemických opatrení. Za cieľ si stanovili preskúmať súvislosť medzi dvoma osobnostnými črtami, extroverzia a svedomitosť v rámci dvoch protipandemických opatrení (sociálny odstup a umývanie rúk). V rámci štúdie bol využitý päťfaktorový model Big-5 ako rámec pre osobnostné črty, keďže je model najbližšie k vedeckému konsenzu. (Carvalho et al., 2020).

Päťfaktorový model Big-5 navrhuje, že osobnosť je najlepšie opísaná v piatich širokých vlastnostiach: extroverzia (alebo extravertzia), príjemnosť, svedomitosť, neurotizmus a otvorenosť. Osobnostná črta je stabilná psychologická charakteristika, ktorá prispieva k určovaniu toho, ako ľudia prežívajú svet, ako aj na vplyv týchto skúseností. Štúdia sa zamerala na rys extroverzie, keďže ľudia, ktorí majú vysoké skóre v rámci tejto vlastnosti sú spoločenský a vo všeobecnosti náchylní na blízkosť a sociálny kontakt; a na svedomitosť, keďže ľudia, ktorí dosahujú vysoké skóre pre túto vlastnosť, sú organizovaní, pedantní a majú tendenciu rešpektovať normy a spoločenské pravidlá. Štúdia predpokladala že, pri extrovertných ľuďoch existuje menšia pravdepodobnosť, že sa zapoja protipandemických opatrení, v porovnaní s vysoko svedomitými ľuďmi.

Výsledky štúdie potvrdili hypotézu, čo naznačuje, že extrovertným jedincom chýba angažovanosť v rámci opatrení na zamedzenie ochorenia COVID-19. Zároveň, svedomití ľudia sú opatrnejší a skôr dodržiavajú všetky odporúčania. Hoci predbežné, tieto zistenia pridávajú empirické údaje do kritickej diskusie o individuálnej zodpovednosť za správanie pri spolupráci pandemických opatreniach, aby sa predišlo ešte horším výsledkom z tejto pandémie.

Svedomitosť úzko súvisí so sklonom k vine. Ľudia s vysokou svedomitosťou cítia vinu ostrejšie, keď sa správajú nevhodne, ale je menej pravdepodobné, že budú konať spôsobom, ktorý vyvoláva pocit viny. Nedávna metaanalýza zistila, že sklon k vine je jedným z najspolahlivejších ukazovateľov prosociálneho správania (Kakkar, Lawson, 2021). Svedomití jednotlivci by teda mali byť menej náchylní na nezodpovedné správanie, akým je zdieľanie falošných správ. Preto aj v rámci nášho výskumu budeme predpokladať, že vysoko svedomití jednotlivci vynaložia väčšie úsilie na rozoznanie pravdivosti správ, čo môže znížiť pravdepodobnosť zdieľania falošných správ.

„Zdá sa, že svedomitosť je skutočne dôležitým faktorom určujúcim vzťah medzi politickou ideológiou človeka a tým, či zdieľa dezinformácie,“ tvrdí Lawson v rozhovore pre Duke's Fuqua School of Business s názvom „Research Pinpoints the Role of Personality in Sharing of ‘Fake News’“. "Toto správanie takmer úplne vymizlo u ľudí s vyššou úrovňou svedomitosti." (Lawson, 2021) Úlohou našej práce je spoznať, či niektorý z piatich základných faktorov resp. dimenzií osobnosti dokáže predpovedať náchylnosť na dôveru vo falošné alebo nepravdivé správy u respondentov.

Konzervatívna ideológia a svedomitosť

Vo viacerých štúdiách sa objavila pozitívna súvislosť medzi konzervatívnou politickou ideológiou a šírením nepravd (Bago a kol., 2020; Bail a kol., 2018; Grinberg a kol., 2019; Guess a kol., 2020; Lazer a kol., 2018; Pennycook a kol., 2018; Pennycook & Rand, 2019b, 2019a, 2019c; Scheufele & Krause, 2019; Vosoughi a kol., 2018). Podobne aj iní zistili, že politickí konzervatívci viac navštevujú pochybné spravodajské stránky častejšie, ako osoby, ktoré sa hlásia liberálnej politickej orientácii. (Kakkar, Lawson, 2020)

Tieto zistenia niektorých akademikov viedli k záveru, že jednotlivci, ktorí sa riadia ku konzervatívcovi sú náchylnější na šírenie dezinformácií. Niektorí kládli dôraz konzervatívcovi na skupinovú lojalitu a presadzovanie dominancie svojej skupiny nad ostatnými, čo môže zvýšiť ich tendenciu zdieľať falošné správy. (Sindermann, et al.,2020) Je dôležité zdôrazniť, že široký systém morálnych hodnôt konzervatívcov tiež rešpektuje autoritu, tradíciu a posvätnosťou inštitúcií. (Sindermann, et al.,2020)

Zdieľanie falošných správ, ktoré sa zvyčajne skúma v politickom kontexte, je pozitívne prepojené s konzervatívnou politickou ideológiou. Takéto rozsiahle zovšeobecnenia však predstavujú riziko zvýšenia už aj tak prebúdajúcej sa politickej polarizácie. Kakkar a Lawson preto ponúkajú zmierlivejšie vysvetlenie – za zdieľanie falošných správ sú vo veľkej miere zodpovední konzervatívci, ktorý v teste osobnosti Big Five vykazujú nízku svedomitosť. Pri osobách liberálnej i konzervatívnej politickej orientácie, ktorých svedomitosť je na vysokej úrovni sa pri skúmaní pravdepodobnosti zdieľania falošných správ nenašiel žiaden významný rozdiel. (Kakkar, Lawson, 2021)

2.6 Ďalšie faktory vplyvajúce na zdieľanie falošných správ

2.6.1 Altruizmus a zdieľanie falošných správ

Altruizmus predstavuje mravný princíp, ktorého základom je nezištná služba ľuďom. Altruistické správanie sa vyskytuje, keď sa jednotlivci delia s ostatnými bez toho, aby očakávali akúkoľvek odmenu. Pokiaľ ide o zdieľanie správ, altruizmus by sa dal opísať ako akt šírenia správ a informácií bez očakávania odmeny za takýto čin (Plume & Slade, 2018). Nedávny výskum zistil, že altruisti majú tendenciu zdieľať informácie, ktoré vnímajú ako nápomocné ostatným bez toho, aby zvažovali, či sú pravdivé alebo nie. (Apuke a Omar, 2021). Ľudia s vyšším altruistickým postojom môžu mať väčšiu tendenciu zdieľať dezinformácie o COVID-19 a zároveň sa snažiť zdieľať informácie, ktoré by mohli pomôcť ostatným.

2.6.2 Zdieľanie falošných správ ako voľnočasová aktivita

Hoci neexistujú žiadne štúdie, ktoré by preukázali, že vyhľadávanie zábavy súvisí so zdieľaním falošných správ o pandémie, Apake a Omar (2021) tvrdia, že vo kontexte povinnej izolácie sa dá predpokladať, že tendencia využívať sociálne médiá za účelom zábavy narastá, mnoho ľudí trávi čas online, monitorovaním situácie ohľadom pandémie, a snaží sa šíriť nové a zaujímavé informácie medzi prvými, čo by mohlo viesť jednotlivcov k zverejňovaniu neoverených informácií.

Zistilo sa, že zaháňanie nudy je významným prediktorom používania sociálnych médií (Kircaburun et al., 2018). V minulosti bolo tiež preukázané prepojenie medzi zdieľaním dezinformácií a zaháňaním nudy (Vicario et al., 2016). To naznačuje, že keďže ľudia využívajú sociálne médiá na zabíjanie času, je menej pravdepodobné, že dôjde k riadnemu overovaniu správ pred ich zdieľaním.

2.6.3 Socializácia a zdieľanie falošných správ

Potešenie zo socializácie, tiež známe ako uspokojenie zo sociálnej interakcie, zahŕňa potrebu prepojenia. Stojí za ňou túžba vytvárať asociácie a spájať sa s ostatnými (Lee & Ma,

2012). Minulé výskumy objavili pozitívnu súvislosť medzi zdieľaním správ a sociálnym uspokojením (Lee et al., 2011). To naznačuje, že ľudia považujú zdieľanie správ za vhodný spôsob zachovania a rozšírenia ich sociálnych vzťahov, keďže im to umožňuje diskutovať a spájať sa s priateľmi prostredníctvom uverejňovania, komentovania, čítania a označovania správ, ktoré sa im páčia, čo zase zvyšuje pocit spolupatričnosti (Lee et al. 2011). Dá sa teda predpokladať, že jednotlivci, ktorí sú hnaní túžbou po sociálnej interakcii, s väčšou pravdepodobnosťou zdieľajú správy, vrátane falošných správ. (Opake, Omar, 2021)

2.6.4 Vyhľadávanie informácií a zdieľanie falošných správ

Štúdia z roku 2014 spája vyhľadávanie informácií na sociálnych sieťach so zdieľaním falošných správ (Chen, 2014). Dôvodom môžu byť tisíce nedôverných správ na sociálnych sieťach, ktoré sú používateľom neustále zobrazované. V dôsledku izolácie a pandémie mohli ľudia vo voľnom čase vyhľadávať a zdieľať informácie bez zváženého toho, či je obsah pravdivý.

Štúdie ukazujú, že používanie platforiem sociálnych médií urýchľuje šírenie falošného obsahu online (McGonagle, 2017). Jedným z možných dôvodov by mohlo byť, že zdieľanie správ na sociálnych médiách sa stalo jednoduchším, keďže ľudia sa môžu podieľať na tvorbe a šírení informácií. V čase pandémie, keď každý chce byť reportérom, je tendencia overovať správy pred zdieľaním iba málo pravdepodobná. (Opake, Omar, 2021)

3. Pandémia COVID-19 a falošné správy

3.1 Sociálne médiá a COVID-19

Sociálne médiá, zohrali počas pandémie COVID-19 dôležitú úlohu. V skutočnosti sa používanie sociálnych médií verejnosťou výrazne zvýšilo aj v minulosti, v prípade iných prírodných katastrof alebo kríz. Je však dôležité zvážiť pozitíva i obmedzenia tohto typu médiá. Existuje niekoľko kľúčových výhod, ktoré sociálne médiá spoločnosti prinášajú v čase krízy. Prvou je skutočnosť, že sociálne médiá výrazne uľahčujú distribúciu nových informácií ľuďom v prvej línii. Už 19. mája 2020, bolo na portáli PubMed dostupných 14 479 článkov o ochorení COVID-19, takže bolo takmer nemožné držať krok s najnovšou literatúrou v tejto oblasti. (Gottlieb, Sean, 2020)

Je však rovnako dôležité zvážiť aj niektoré obmedzenia sociálnych médií. Jedným z hlavných dôsledkov obrovského množstva informácií zdieľaných prostredníctvom sociálnych médií sú ťažkosti s filtrovaním. Šírenie dezinformácií pravdepodobne dosiahlo počas pandémie COVID-19 vrchol a vytvorilo „infodémiu“, ktorá vážne ohrozila verejné zdravie a blahobyť. Online médiá môžu poskytnúť rýchly a kriticky dôležitý prístup k správam o verejnom zdraví zvyšovaním povedomia a podporou pozitívneho zdravotného správania, čo môže pomôcť znížiť prenos vírusu. Na druhej strane však online médiá, najmä sociálne siete, môžu byť zdrojom protichodných a rýchlo sa šíriacich dezinformácií súvisiacich s COVID-19, ktoré zhoršujú zmätok verejnosti a ovplyvňujú duševný i zdravotný stav jednotlivcov. (Gao et al., (2020)

3.2 COVID-19 na území Slovenskej republiky

Podľa online vedeckej publikácie Our World in Data sa nakazilo ochorením COVID-19 do januára 2022 338 miliónov ľudí, pričom počet úmrtí presahuje 5,57 milióna ľudí. (OWD, online) Najviac zasiahnuté krajiny sú podľa portálu Statista (online) Spojené štáty Americké, India, Brazília, Spojené kráľovstvo, Francúzsko, Rusko, Taliansko, Španielsko a Nemecko – tieto krajiny boli v januári 2022 na vrchole rebríčka podľa počtu nakazených ľudí. Treba však mať na pamäti, že tieto krajiny patria medzi najľudnatejšie krajiny na svete. Ak sa však

pozrieme na krajiny s najvyšším počtom nakazených na 1 milión obyvateľov, rebríček vyzerá inak. Medzi krajinami s najvyššími počtami úmrtí nájdeme aj Českú republiku a Slovensko.

Úmrtia na COVID-19 na obyvateľa podľa krajín.

Krajina	Potvrdené prípady	Potvrdené úmrtia	Počet obyvateľov	Úmrtia na milión obyv.
Peru	2,668,224	203,645	32.51 mil.	6,263.99
Bulhársko	841,785	32,338	6.98 mil	4,635.77
Bosna a Hercegovina	321,034	13,888	3.3 mil.	4,207.21
Maďarsko	1,355,084	40,601	9.77 mil.	4,155.7
Moldavsko	393,423	10,462	2.66 mil.	3,936.58
Severné Macedónsko	247,663	8,139	2.08 mil.	3,906.48
Gruzínsko	1,006,864	14,512	3.72 mil.	3,900.67
Česko	2,624,121	36,910	10.67 mil.	3,459.33
Chorvátsko	826,380	13,212	4.07 mil.	3,248.19
Slovensko	1,421,125	17,398	5.45 mil.	3,189.91

(Statista, 2022)

3.2.1 Reakcie Európskej únie a Slovenska

Už v roku 2015 bola vytvorená pracovná skupina East StratCom, ktorá vznikla v dôsledku výzvy Európskej rady na riešenie pretrvávajúcej otázky dezinformačných kampaní, ktoré mala na svedomí Ruská federácia. V reakcii na šírenie dezinformácií bola touto Komisiou vytvorená osobitná internetová stránka, ktorá sa venovala problematike dezinformácií o ochorení COVID-19. Jej cieľom bolo prinášať dôveryhodné informácie a reakcie príslušných úradov v reálnom čase. Zároveň tiež bola spustená osobitá sekcia, ktorá sa venuje vyvracaniu najčastejších mýtov a dezinformácií o novom koronavíruse vo všetkých dvadsiatich štyroch jazykoch EÚ.

Komisia dostala za úlohu dlhodobo monitorovať opatrenia, ktoré online platformy

prijímajú v kontexte Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií – samoregulačný záväzok online platforiem, popredných sociálnych sietí, inzerentov a reklamného priemyslu v záujme boja proti šíreniu dezinformácií a falošných správ na internete. (ec.europa, online)

V čase, keď mnohí odporcovia očkovania umierajú na covidových oddeleniach a Slovenské nemocnice riešia čoraz viac prípadov otráv ivermektínom, prišlo Ministerstvo spravodlivosti so zmenou legislatívy, ktorá by mala riešiť aj šírenie medicínskych dezinformácií. V rámci novely Trestného zákona, ktorý predniesla ministerka Kolíková, by mal pribudnúť nový paragraf. Tvorcovia dezinformácií by mohli byť na základe neho potrestaní odňatím slobody na jeden až päť rokov. V prípade škôd veľkého rozsahu bude páchatel'ovi hroziť štyri až desať rokov. (sme, 2021)

V dôsledku čoraz väčšieho počtu úmrtí odporcov očkovania na covidových oddeleniach slovenských nemocníc a stúpajúceho počtu prípadov otravy ivermektínom Slovenské Ministerstvo spravodlivosti prinieslo zmenu legislatívy, ktorej cieľom malo byť zamedzenie šírenia medicínskych dezinformácií. Na základe novely Trestného zákona, ktorú pripravil kabinet ministerky spravodlivosti Kolíkovej, by mohli byť osoby, ktoré sa aktívne podieľajú na tvorbe dezinformácií potrestané odňatím slobody na dobu jedného až piatich rokov. V závažnejších prípadoch by mohol páchatel'ovi hroziť trest odňatia slobody na štyri až desať rokov. (sme, 2021)

4. Výskumná časť

4.1 Metodológia výskumu

Pre náš výskum sme si zvolili kvantitatívnu metódu s cieľom získať údaje od respondentov pomocou dotazníka. Celkovo na dotazník reagovalo 507 respondentov. Na otázky v dotazníku mohol odpovedať ktokoľvek, kto mal záujem. Dotazník sa šírila prostredníctvom internetu, pričom najväčšiu časť (59%) respondentov tvoria muži pričom ženy tvorili menšiu časť (41%). 183 respondentov (36,7%) vníma konzervatívne strany ako názorovo bližšie, pričom 149 (29,6%) vníma ako názorovo bližšie strany liberálne. Až 170 respondentov (33,7%) sa na základe svojich odpovedí o politiku nezaujíma.

V rámci výskumu sme následne využili všetky získané dáta, ktoré sme transformovali do jednotnej podoby. Respondenti v úvode dotazníka odpovedali na sériu štandardizovaných otázok osobnostného testu Big Five, prostredníctvom ktorých sme sa snažili vytvoriť si obraz o piatich dimenziách ich osobnosti. Na jednotlivé tvrdenia mali respondenti možnosť odpovedať na škále od 1 do 5, pričom 1 predstavuje najvyššiu mieru nesúhlasu a 5 predstavuje najvyššiu mieru súhlasu. V nasledujúcej časti mali respondenti možnosť zodpovedať tri otázky, ktoré sa snažia odhaliť mieru sklonu človeka využívať pri premýšľaní intuíciu. Všetky tri otázky testu CRT (Cognitive Reflection Test) boli skonštruované tak, aby vyvolali intuitívnu, ale nesprávnu odozvu. Tretia časť dotazníka sa venovala mylným predstavám o ochorení COVID-19, všetky tvrdenia v tejto časti dotazníka boli nepravdivé. Respondenti mohli vyjadriť súhlas (áno) alebo nesúhlas (nie) s tvrdeniami.

Štvrtá časť dotazníka sa venovala titulok správ o ochorení COVID-19. Nepravdivé titulky boli vybrané zo stránky fact checkingovej agentúry AFP. Pravdivé titulky boli vybrané zo stránok Ministerstva zdravotníctva Českej republiky, Ministerstva zdravotníctva Slovenskej republiky alebo Denníka N. Pod jednotlivými titulkami bola zobrazená päťstupňová škála, pomocou ktorej účastníci určovali subjektívnu dôveryhodnosť správ. Respondenti mali na výber z možností určite pravdivý, skôr pravdivý, skôr nepravdivý, určite nepravdivý a neviem. V poslednej časti sme sa zamerali na využívané zdroje informácií a demografické údaje o respondentoch. V rámci výskumu sme celkovo položili 43 otázok.

4.1.1 Hlavné ciele

Hlavným cieľom diplomovej práce je na základe výsledkov výskumu spoznať, či osobnosť resp. jednotlivé dimenzie päťfaktorového modelu osobnosti a kognitívne schopnosti jednotlivcov vplývajú na ich schopnosť odhaliť falošné správy o ochorení COVID-19. V rámci výskumu sa venujeme viacerým kľúčovým faktorom, ktoré môžu pomôcť vysvetliť rozdiely v postojoch a presvedčeniach o ochorení COVID-19: Politická straníckosť, kognitívna sofistikovanosť, osobnostné črty (Big 5) a zdroje informácií a správ.

Výskumná otázka

Aký vplyv majú vybrané psychologické faktory na vnímanie pandémie ochorenia COVID-19?

Hypotéza 1

Nízke výsledky v CRT budú pozitívne korelovať s vierou vo falošné správy a nepravdivé tvrdenia.

Hypotéza 2

Nízka svedomitosť bude pozitívne korelovať s vierou vo falošné správy a nepravdivé tvrdenia.

4.1.2 Metóda prieskumu a limity

Údaje využité v praktickej časti práce boli zozbierané prostredníctvom prieskumu resp. dotazníka, ktorý bol zvolený ako výskumná metóda pre túto štúdiu. Dotazník obsahuje test osobnosti (BIG 5), test kognitívnej reflexie (CRT), výroky a titulky týkajúce sa ochorenia COVID-19 a otázky zisťujúce demografické údaje. Kvantitatívny výskum nám umožnil uskutočniť prieskum medzi rôznymi kategóriami ľudí. Podľa Kumara a Thirumoorthiho (2019) je vzorkovanie proces výberu niekoľkých ľudí (vzorka) z väčšej skupiny (vzorková populácia) v našom prípade osoby zväčša na území Slovenskej republiky, ktorá sa stane základom pre odhad alebo predpovedanie prevalencie neznámej informácie, skutočnosti alebo výsledku. Inými slovami, vzorka je podskupina populácie, ktorá nás v rámci výskumu zaujíma. „Pravidlo“ na výpočet veľkosti vzorky poskytol Roscoe (1975), ktorý uviedol, že veľkosť vzorky 30 až 500 je najpriateľnejšia pre výskumnom vyšetrení. Je však dôležité zohľadniť, že výsledky nie sú reprezentatívne, pretože sa používa dostupnostný výber

respondentov – zúčastniť sa môže ktokoľvek, kto má záujem. Ako nástroj merania miery vnímanej pravdivosti pri titulkách pravdivých i nepravdivých správ bude použitá škála a možnosť neviem.

Výhody tejto metódy sú: možnosť získavania informácií od veľkého počtu respondentov – prieskum ako výskumná metóda neobmedzuje počet účastníkov, ako aj zabezpečenie vysokej úrovne masového prieskumu. Dotazníky sú nákladovo efektívne a operatívne – existujú aj ďalšie výhody umožňujúce efektívne využitie tejto metódy. Na vytvorenie dotazníka sme využili jednoduchý softvér na správu prieskumov Google Forms. Formuláre Google sú dostupné vo forme webovej aplikácie, ktorá umožňuje vytvárať a upravovať prieskumy online a zároveň spolupracovať s ostatnými používateľmi v reálnom čase. Zobierané informácie je možné automaticky zadať do tabuľky a neskôr s nimi pracovať v rámci analýzy.

4.1.3 Metóda zberu dát

Zber dát prebiehal dva dni a to od 13.04.2022 do 15.4.2022. Respondentov sme oslovovali prostredníctvom príspevku na slovenskom online denníku Topky.sk. Titulok správy pokladal čitateľom otázku, ktorá mala nabádať k otvoreniu článku a následnému vyplneniu dotazníka: Aký je postoj Slovákov? Podel'te sa o svoj názor na pandémiu ochorenia COVID-19. K článku bol vytvorený nasledujúci popis - Pandémia ochorenia COVID-19 v rozdelila celú spoločnosť. Zo začiatku na mladých s lepšími vyhlídkami a starších, ktorí patrili do rizikovej skupiny. Rozdelila ju však aj názoroch a prístupoch k vzniknutej situácii. Spoločnosť sa však nedelí iba na odmietačov a podporovateľov očkovania, spektrum skúseností a názorov o pandémii je oveľa pestrejšie. Čo vlastne stojí za rozdielnymi postojmi? Na to sa pokúša odpovedať výskum fakulty Strategickej komunikácie. Zapojte sa aj vy do celonárodného výskumu o prístupe k pandémii. Podel'te sa o svoj názor o ochorení COVID-19 a pomôžte odhaliť dôvody, pre ktoré sa prístup k pandémii u verejnosti tak výrazne líši. Cieľom dotazníka je zmapovať najmä súvislosť medzi povahovými črtami a postojom k pandémii ochorenia COVID-19.

- **Anonymný dotazník môžete vyplniť na tomto odkaze: COVID-19 názory**

Výsledky výskumu sa dozvieme už prvého mája. V prípade záujmu o bližšie informácie kontaktujte emailovú adresu **priamo v dotazníku**.

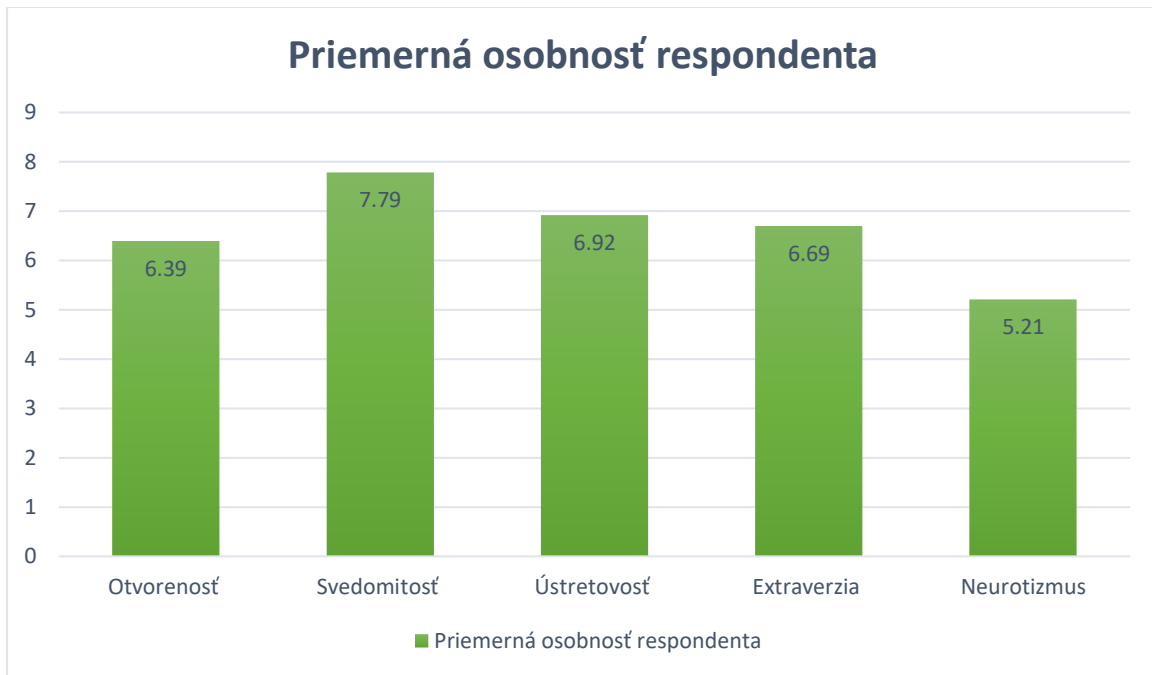
Článok si celkovo otvorilo 5479 ľudí, pričom 507 z nich následne vyplnilo dotazník. Dotazník teda vyplnilo 9,25% čitateľov. V tele článku boli pripravené tri meracie prekliky na dotazník, zobrazené hrubším písmom. Na meranie počtu preklikov bola využitá online služba Bit.ly. Celkovo na odkaz smerujúci na dotazník bolo kliknuté 1887 krát, z toho si dotazník prezrelo 515 osôb a vyplnilo celkovo 507 osôb. Dotazník vyplnilo 26,86% ľudí, ktorí na odkaz klikli.

4.2 Zhrnutie výsledkov prieskumu

Prvú časť dotazníka tvorili otázky zamerané na osobnosť respondentov. Test osobnosti Big Five patrí medzi najpoužívanejšie testy osobnosti, ktoré sa dnes vyžívajú vo vedeckých výskumoch. Big Five Inventory (BFI) bol skonštruovaný koncom osemdesiatych rokov (John, Donahue, & Kentle, 1991). Z dôvodu skrátenia doby zodpovedania a prístupnosti resp. zjednodušenia výskumu pre respondentov sme sa rozhodli využiť skrátený osobnostný dotazník navrhnutý v roku 2007 v štúdií *Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German* (Rammstedt, B., & John, O. P., 2007).

V priemere zachytáva skrátená verzia osobnostného dotazníka škály BFI-10 70 % úplného rozptylu 40 otázkovej verzie BFI a zachováva si 85 % spoľahlivosti opakovaného testu. Diskriminačná a štruktúrna validita však zostáva v podstate rovnaká. Aby sme vedeli bližšie nahliadnuť na osobnosť respondentov položili sme im v rámci výskumu celkovo 10 otázok zameraných na ich osobnosť, pričom dve z nich sú boli vždy zamerané na jednotlivé dimenzie osobnosti Big Five, ktoré tvoria konkrétne neurotizmus, extravézia, otvorenosť, prívetivosť, a svedomitosť. Respondenti hodnotili na koľko sú s charakteristikami stotožnení na stupnici od 1 (určite nie) do 5 (určite áno).

Priemerný respondent dosiahol na stupnici od 1 do 10 pri jednotlivých dimenziách nasledujúce skóre:



Otvorenosť	6,39
Svedomitosť	7,79
Ústretovosť	6,92
Extraverzia	6,69
Neurotizmus	5,21

Druhá časť dotazníka sa venovala testu CRT. Na odhalenie tendencie respondenta využívať pomalé myslenie sme využili CRT (Cognitive Reflection Test), čiže test kognitívnej reflexie. Tento test meria tendenciu nepodľahnúť prvej, zdanlivo jasnej odpovedi, ale naopak hlbšie sa zamyslieť nad daným problémom. V rámci výskumu využívame tri nasledujúce otázky:

Pálka a loptička stoja spolu 1,10 eura. Pálka stojí o 1 euro viac ako loptička. Koľko stojí loptička?

Intuitívna odpoveď pri tejto otázke je 10 centov, v tom prípade by však pálka bola drahšia iba o 90 centov. Správnou odpoveďou je teda 5 centov.

Ak výroba 5 skrutiek trvá 5 strojom 5 minút, ako dlho by 100 strojom trvalo vyrobiť 100 skrutiek?

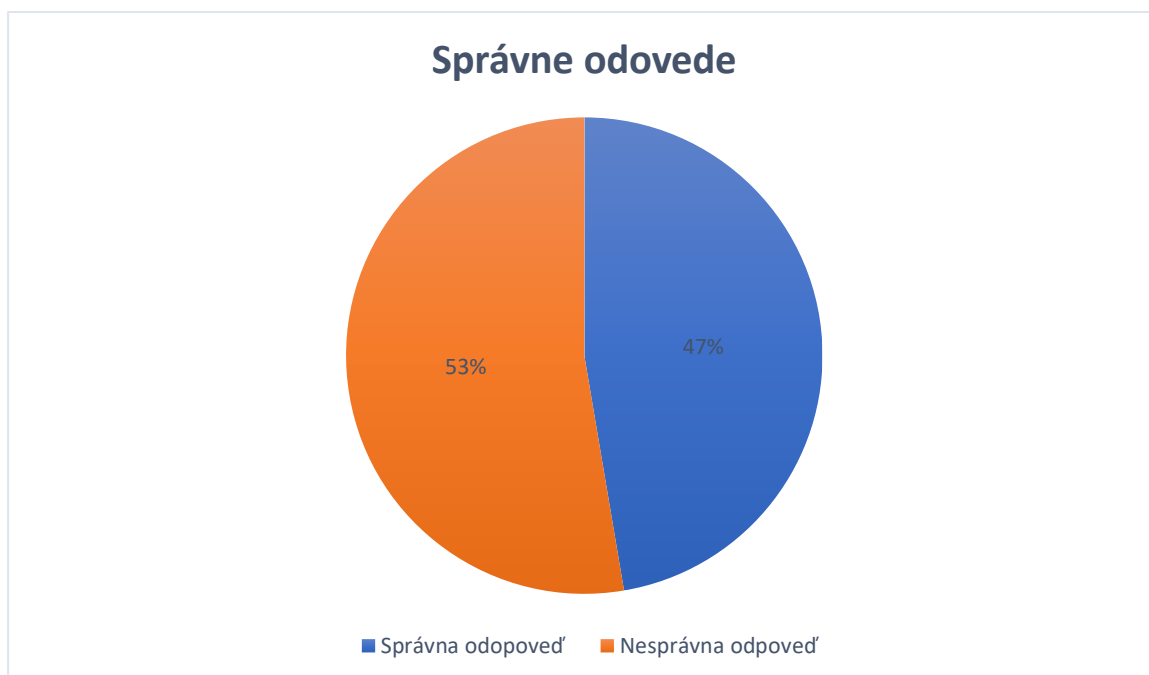
Intuitívna odpoveď pri tejto otázke je 100 minút. Správna odpoveď je 5 minút - stroj

pracuje na jednom výrobku 5 minút, nezáležiac od počtu strojov, či požadovaných výrobkov.

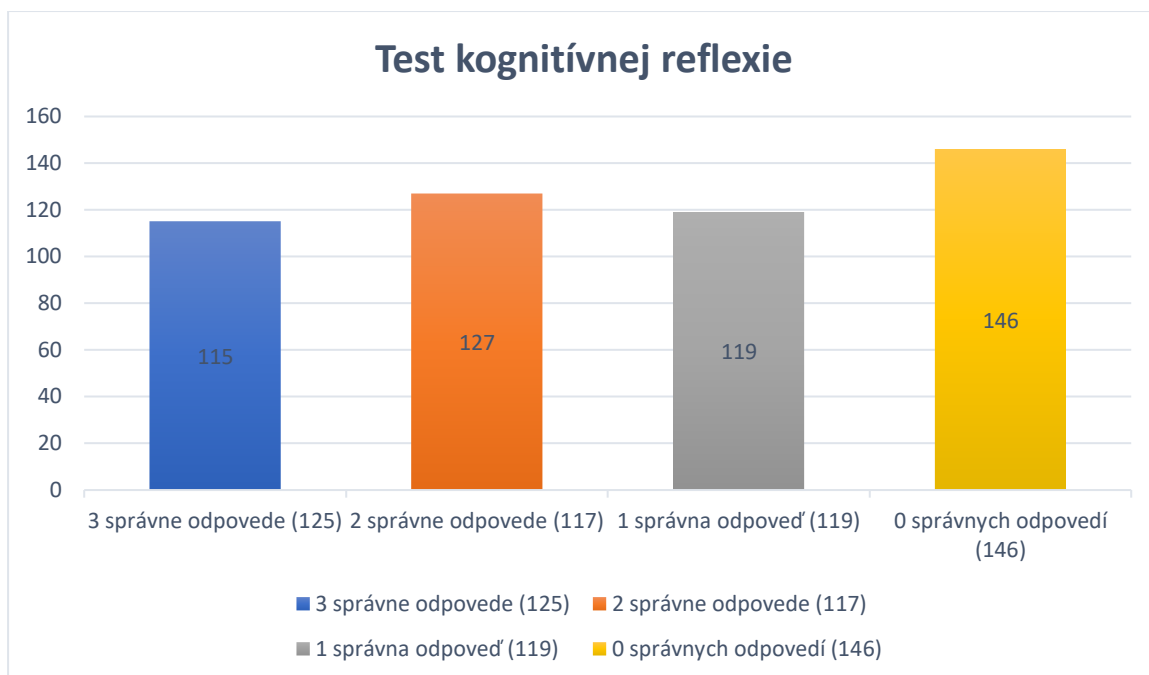
V jazere je niekoľko lekien. Každý deň sa počet lekien zdvojnásobí. Ak trvá 48 dní, kým pokryjú celé jazero, ako dlho by trvalo, kým pokryjú polovicu jazera?

Intuitívna odpoveď pri tejto otázke je 24 dní. Správna odpoveď je 47 dní.

Respondentom boli celkovo položené tri otázky, pričom priemerný respondent odpovedal správne na 1,42 otázky z 3. V prieme boli odpovede nesprávne v 53% prípadov.



Na všetky tri otázky odpovedalo správne celkovo 115 z respondentov. V jednom prípade z troch sa pomýlilo 127 respondentov. Dva krát pochybilo 119 respondentov a vo všetkých troch pochybilo 146 respondentov z celkového počtu 507 respondentov.



V ďalšej časti výskumu sme sa venovali mylným predstavám o ochorení COVID-19. Pokiaľ ide o mylné predstavy, vytvorili sme pomerne rozsiahly zoznam nepravdivých informácií, ktoré sa o COVID-19 šíria na základe rôznych správ a overovania faktov. Mylné predstavy, ktoré sme objavili, sa vo všeobecnosti zaraďujú do štyroch možných kategórií ale pre zjednodušenie sa zameriame na celkovú mieru mylných predstáv. Hoci každému klamstvu neveril obzvlášť veľký podiel jednotlivcov (až na niekoľko výnimiek), väčšina účastníkov mala aspoň jednu mylnú predstavu.

		Áno
Optimistické tvrdenia	Sezónna chrípka je rovnako nebezpečná ako koronavírus.	45,7%
	Koronavírus môžete šíriť iba vtedy, ak sa cítite chorí.	9,5%
	Príznaky koronavírusu sú krátkodobé.	33,9%
	Teplé počasie účinne bráni šíreniu koronavírusu.	55,8%
	Či ste sa nakazili koronavírusom, zistíte takmer okamžite (do	5%

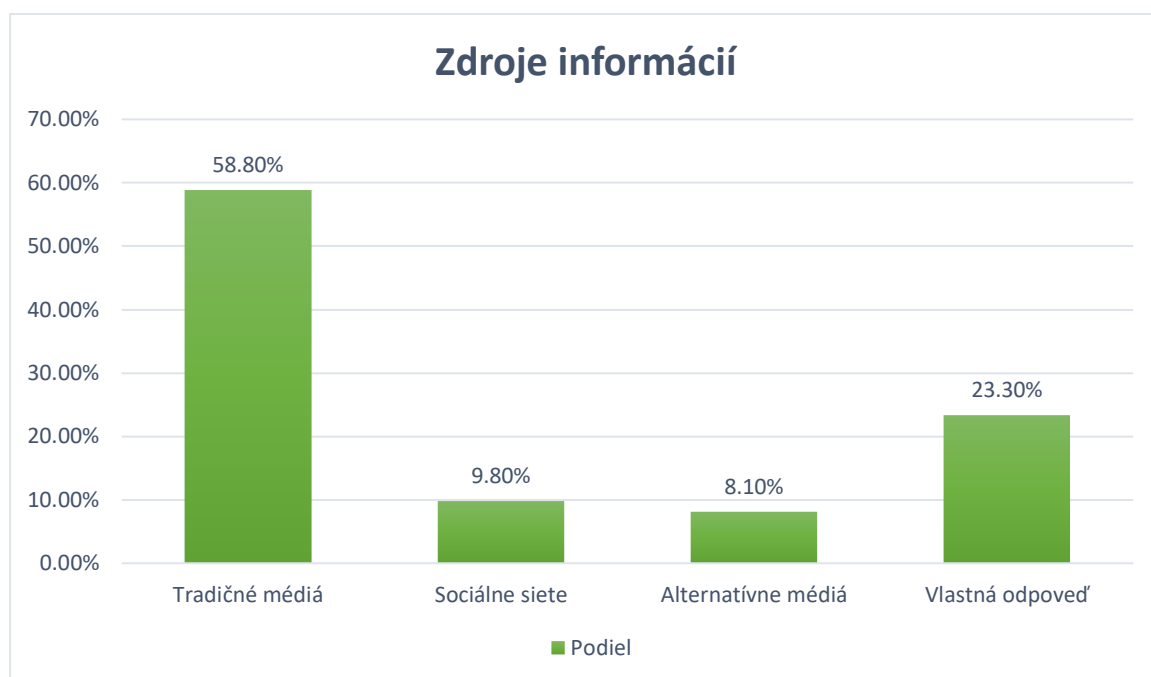
	jedného dňa).	
	Vírus je pomerne veľký, takže ho dokáže odfiltrovať akýkoľvek typ masky.	4%
	Koronavírus sa nešíri vzduchom.	15,5%
Pesimistické tvrdenia	Drvivá väčšina ľudí, ktorí sa nakazia koronavírusom, bude musieť byť hospitalizovaná.	1,2%
	Koronavírus zabije väčšinu ľudí, ktorí sa ním nakazia.	1%
Magické tvrdenia	Vitamín C dokáže vyliečiť koronavírus.	15,3%
	Zadržanie dychu na 10 sekúnd bez nepohodlia je účinný spôsob, ako otestovať, či máte koronavírus.	2,8%
	Jedenie cesnaku lieči koronavírus.	11,3%
	Ak človek kloktá teplou vodou a soľou alebo octom, eliminuje koronavírus.	6,2%
Konšpiračné tvrdenia	Dlhodobé nosenie rúška spôsobuje nedostatok kyslíka v krvi.	42%

V nasledujúcej časti dotazníka sme respondentom predstavili 10 titulkov, pričom 5 titulkov pochádzalo z dôveryhodných zdrojov a 5 zo zdrojov, ktoré zbierajú a vyvracajú nepravdivé správy.

Dôveryhodnosť jednotlivých tituliek respondentmi v priemere hodnotili nasledovne:

Pravdivé titulky	Určite pravdivý/ Skôr pravdivý	Skôr nepravdivý Určite nepravdivý	Neviem
Vedci pomocou novej techniky prišli na to, že covid spôsobuje skryté poškodenia pľúc.	65%	18,4%	16,6%
Drvivá väčšina hospitalizovaných pacientov na Slovensku nie je zaočkovaná.	57,3%	30%	7,7%
Ivermektin proti covidu nefunguje. Chválili ho nekvalitné alebo podvodné štúdie.	44,5%	39,3%	18,2%
Očkovanie proti COVID-19 funguje, dva týždne po druhej dávke sa nakazilo len 0,06 % osôb.	40,8%	43,5%	15,6%
Dobre nasadený respirátor dokáže znížiť riziko infekcie z 90 percent na menej ako 1%	56,2%	37,4%	8,5%
Nepravdivé titulky	Určite pravdivý/ Skôr pravdivý	Skôr nepravdivý Určite nepravdivý	Neviem
Japonská spoločnosť Kowa tvrdí, že ivermektín je v tretej fáze skúšok účinný proti omikronu.	24,5%	48,4%	27,1%
Vakcíny proti covidu obsahujú grafénové „nanožiletky“, ktoré „rozrezávajú cievy a orgány.	6,2%	81,6%	12,3%
83% pacientov v nemocniciach je plne zaočkovaných.	19,3%	69%	11,7%
Smrtnosť ochorenia COVID-19 je nižšia ako smrtnosť chrípky.	21,2%	65%	12,8%
Krajiny nakupovali testy na COVID-19 už v roku 2018.	14,3	66%	20,8%

V nasledujúcej časti dotazníka sme sa respondentov pýtali aké zdroje informácií najčastejšie využívajú na vyhľadávanie aktuálnych informácií. Na výber mali zo štyroch predpripravených odpovedí. Konkrétne Sociálne siete (Facebook, Instagram, Twitter), Tradičné médiá (SME, Denník N, Aktuality, Trend), Alternatívne médiá (Postoj, Hlavné správy, Slobodný vysielateľ, Prúd) a Denná tlač. **Respondenti mali tiež možnosť zvoliť si vlastnú odpoveď¹.**

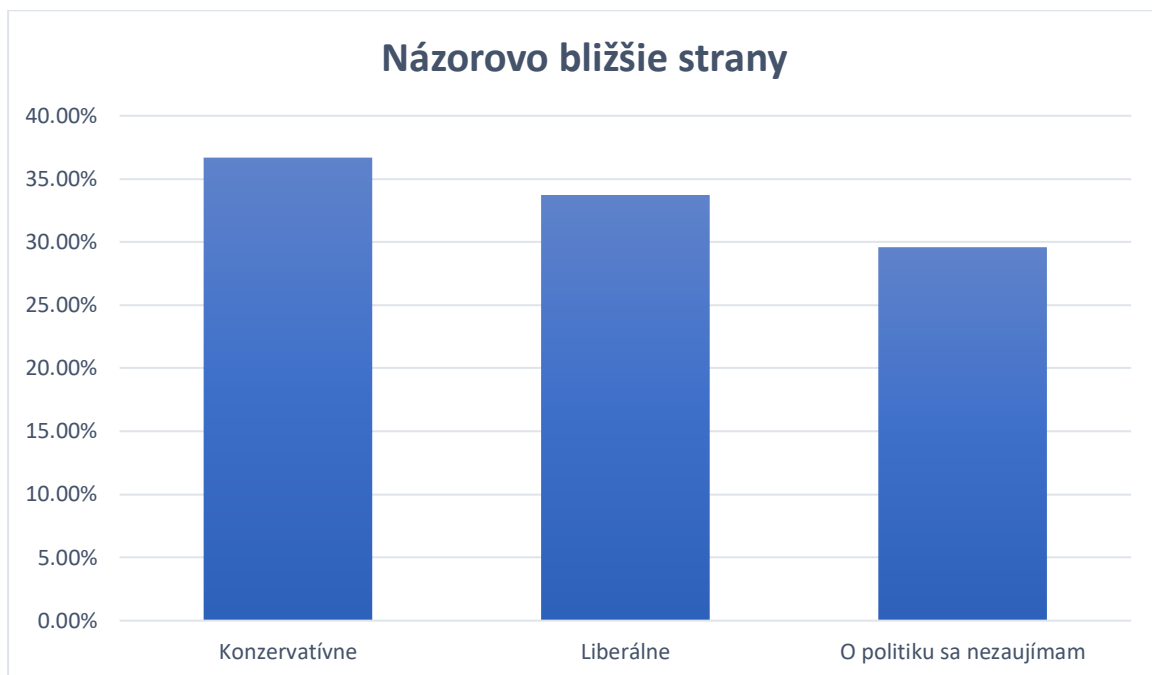


Tradičné médiá	58,8%	215
Sociálne siete	9,8%	47
Alternatívne médiá	8,1%	39
Vlastná odpoveď	23,3%	112

Následne sme sa respondentov pýtali na ich približnú politickú orientáciu. Vybrať si

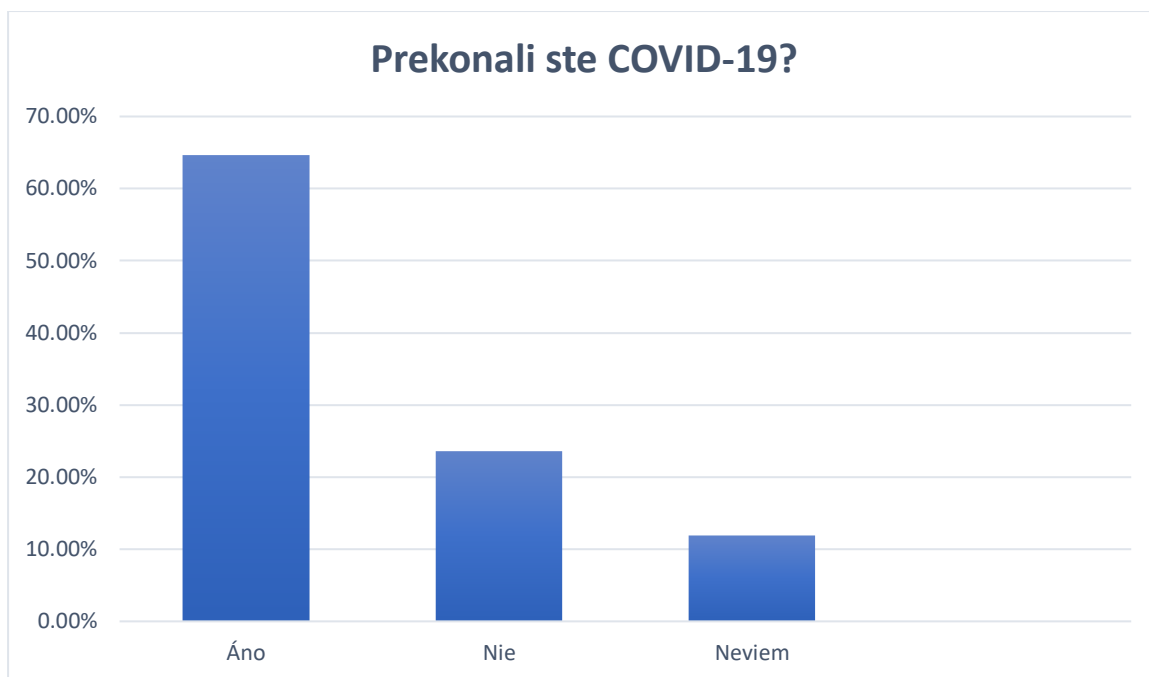
¹Ďalšie odpovede boli napríklad: Ben Shappiro, Joe Rogan atď (americké podcasty), Celosvetové médiá rôznych krajín, Čítam všetko, Dajte tu aj normálnu odpoveď lebo bludy píšu ako tradičné tak aj zahraničné médiá, Domáce aj zahraničné médiá a štúdie, Hľadám diskusie na fórach a zahraničné články, Hlavné správy, Infovojna.

mohli z troch možností. Na politickú orientáciu sme sa pýtali otázkou: Ktoré strany sú vám názorovo bližšie? Na výber mali respondenti z 3 možností: Liberálne, Konzervatívne alebo O politiku sa nezaujímam. Najväčšiu časť respondentov tvorili konzervatívni voliči (185) a najmenšiu liberálni voliči (149), rozdiely v celkovom zastúpení jednotlivých skupín však neboli výrazné.



Konzervatívne	36,7%	185
Liberálne	33,7%	149
O politiku sa nezaujímam	29,6%	170

Respondentov sme sa tiež pýtali, či niekedy prekonali ochorenie COVID-19. Väčšina (64,6%) si ochorenie vyskúšala na vlastnej koži.

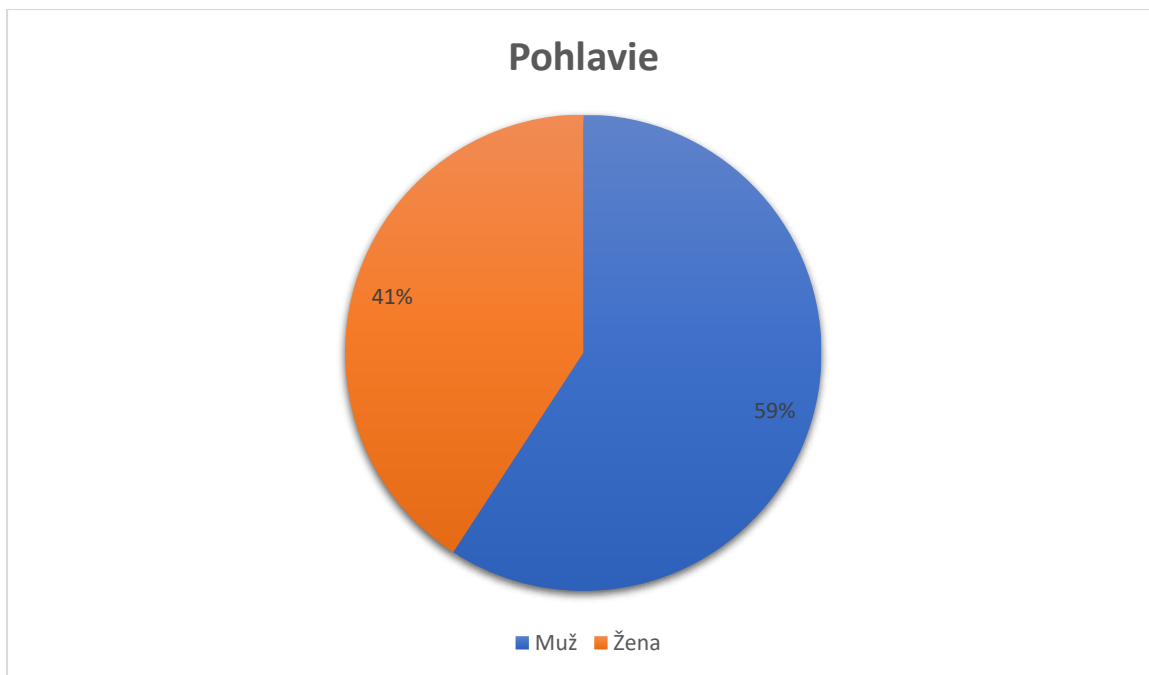


Áno	64,6%	326
Nie	23,6%	119
Neviem	11,9%	60

Ďalej sme od respondentov zisťovali demografické údaje, medzi nimi pohlavie, miesto bydliska a vzdelanie.

Pohlavie

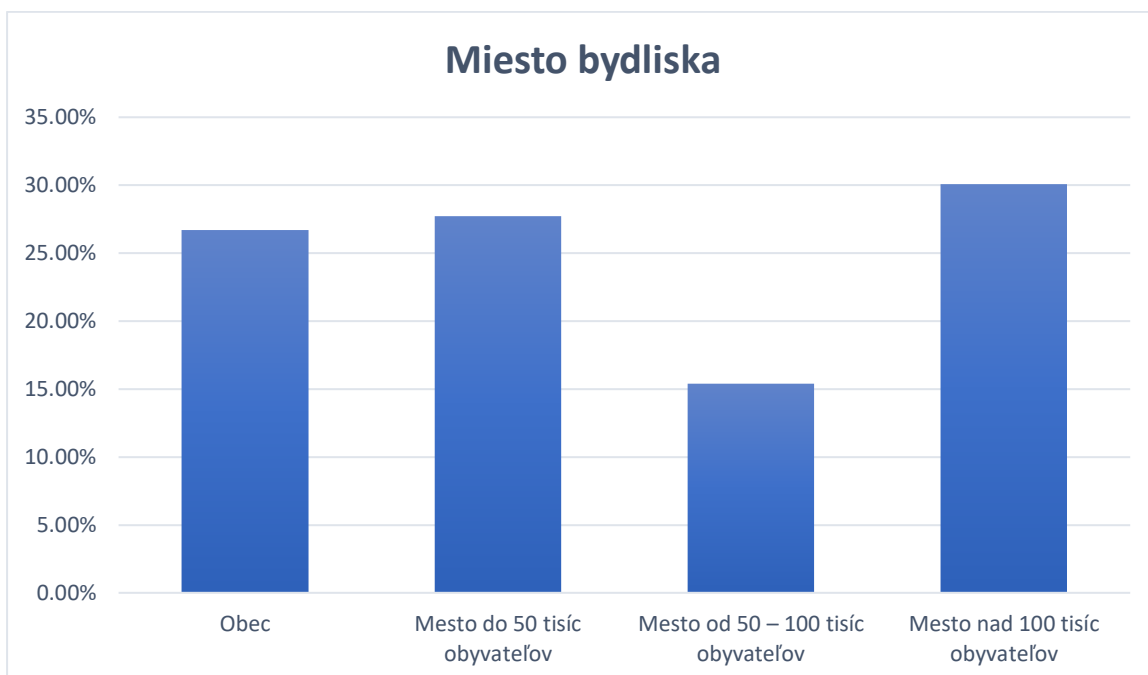
Väčšinu respondentov (59,2%) tvorili muži.



Muž	59,2%	299
Žena	40,8%	206

Miesto bydliska

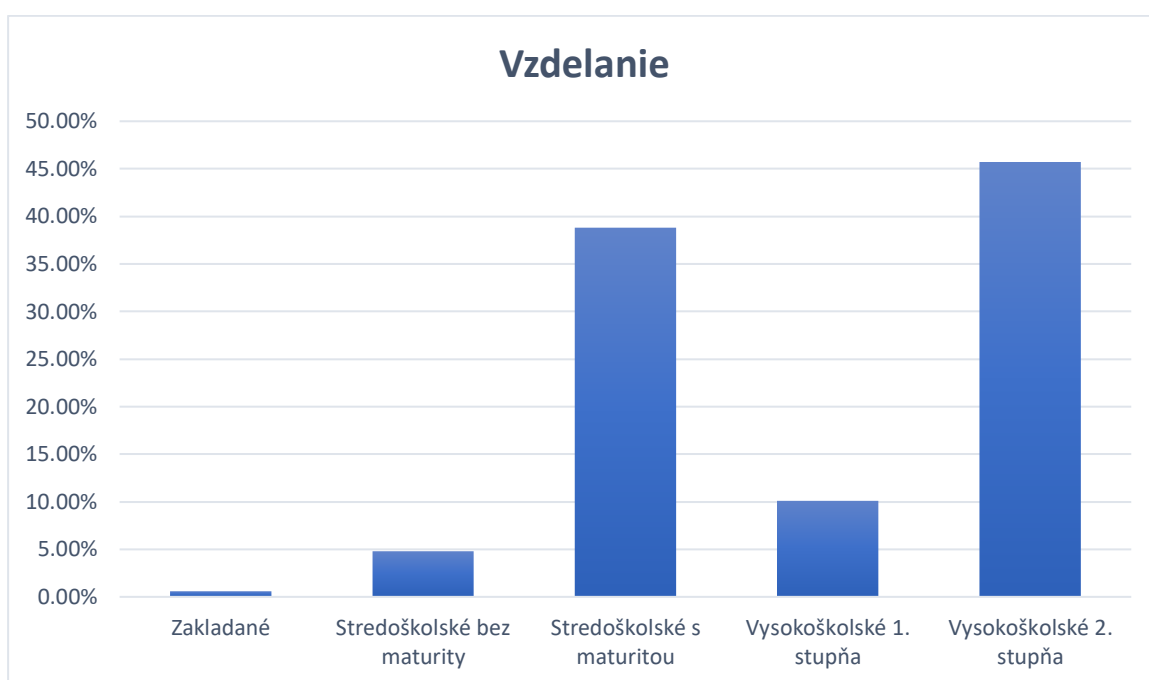
Najpočetnejšiu skupinu respondentov tvorili ľudia žijúci v mestách, ktoré majú viac ako 100 tisíc obyvateľov.



Obec	26,7%	135
Mesto do 50 tisíc obyvateľov	27,7%	140
Mesto od 50 – 100 tisíc obyvateľov	15,4%	78
Mesto nad 100 tisíc obyvateľov	30,1%	152

Vzdelanie

Najpočetnejšiu skupinu respondentov tvorili absolventi druhého stupňa vysokoškolského vzdelania.



Zakladané	0,6%	3
Stredoškolské bez maturity	4,8%	24
Stredoškolské s maturitou	38,8%	196
Vysokoškolské 1. stupňa	10,1%	51
Vysokoškolské 2. stupňa	45,7%	231

4.2.1 Analýza a vyhodnotenie dát

Všetky odpovede sme zakódovali tak, aby správna odpoveď predstavovala hodnotu 0 a chybná odpoveď predstavovala hodnotu 1. V prípade odpovede neviem, ktorá bola možná v časti dotazníka, v ktorej respondenti označovali dôveryhodnosť titulkov správ, sa odpoveď započítala hodnotou 0, resp. odpoveď nebola považovaná za nesprávnu.

V rámci analýzy sme sa zamerali na test kognitívnej reflexia (CRT) a na päť dimenzií osobnostného dotazníka Big Five, ktoré sme korelovali s celkovým skóre respondenta v dotazníku resp. so schopnosťou odhaliť nepravdivé správy o ochorení COVID-19. Na overenie hypotéz sme využili regresnú analýzu, do ktorej sme zahrnuli dáta získané od všetkých 507 respondentov. V rámci analýzy sme zisťovali najmä vplyv všetkých 5 dimenzií osobnostného testu Big5 a vplyv výkonu v teste kognitívnej reflexie na celkový výkon v dotazníku resp. schopnosť odhaliť nepravdivé správy.

V prípade korelačnej analýzy korelácia znázorňuje štatistickú závislosť dvoch kvantitatívnych veličín resp. meria vzájomný vzťah dvoch premenných. Dve veličiny sú korelované, ak určité „hodnoty jednej premennej majú tendenciu sa vyskytovať spoločne s určitými hodnotami druhých premenných.“ (Lichner, 2020) V prípade regresívnej analýzy sa jedná o štatistickú metódu, ktorá nám umožňuje preskúmať vzťah medzi dvoma premennými - tzv. nezávislou premennou X a tzv. závislou premennou Y. Pomáha nám pochopiť, ako sa zmení hodnota závislej premennej v nadväznosti na zmenu jednej z nezávisle premenných (zatiaľ čo ostatné nezávisle premenné zostávajú konštantné).

4.3 Výsledky analýzy

Individuálne pôsobenie charakterových vlastností a kognitívnej reflexie

	Nepravdivé tvrdenia	Nepravdivé titulky	Pravdivé titulky	Celkové skóre
Otvorenosť	-0,092 (p = 0,108)	-0,094 (p = 0,17)	-0,187 (p = 0,131)	-0,286 (p = 0,016)
Svedomitosť	0,113 (p = 0,027)	0,228 (p < .001)	0,341 (p = 0,002)	0,286 (p = 0,007)
Ústretovosť	0,057 (p = 0,312)	-0,058 (p = 0,402)	-0,117 (p = 0,345)	-0,145 (p = 0,220)
Extraverzia	0,088 (p = 0,06)	0,145 (p = 0,012)	0,234 (p = 0,021)	0,283 (p = 0,004)
Neurotizmus	-0,146 (p = 0,001)	-0,114 (p = 0,041)	-0,260 (p = 0,008)	-0,399 (p < 0,001)
CRT	0,230 (p = 0,003)	1,23 (p < 0,001)	1,46 (p < 0,001)	0,361 (p = 0,023)

Pri porovnaní pôsobenia individuálnych kovariátov na schopnosť odlíšiť pravdivé tvrdenia o COVID-19 od nepravdivých vidíme najväčšie pôsobenie pri úspešnosti v teste kognitívnej reflexie (0,23)². Úspech v CRT teda predpovedá mierne vyššiu šancu, že respondent nebude súhlasiť s nepravdivými tvrdeniami. Zároveň na základne regresívnej analýzy vidíme, že osoby, ktoré dosiahli vyššie skóre v oblasti neurotizmu dokážu skôr rozlíšiť nepravdivé tvrdenia (-0,146). Svedomitosť má v prípade nepravdivých tvrdení opačný efekt, ako predpokladala hypotéza. Pri osobách ktoré skórujú v oblasti svedomitosti existuje tiež väčšia pravdepodobnosť, že budú súhlasiť s nepravdivými tvrdeniami o ochorení (0,113).

Pri schopnosti odhaliť nepravdivé titulky správ vidíme opäť najsilnejšie pôsobenie pri úspešnosti v teste kognitívnej reflexie (0,23). Ak respondent odpovedal správne v teste kognitívnej reflexie, s väčšou pravdepodobnosťou tiež dokázal odhaliť nepravdivé titulky o ochorení COVID-19. Sila pôsobenia na schopnosť odhaliť nepravdivé titulky je väčšia pri

² Celkový počet bodov v CRT predstavuje celkový počet chybných odpovedí v teste kognitívnej reflexie. Vyššia hodnota pri CRT teda predstavuje menšiu pravdepodobnosť, že respondent uverí nepravdivým informáciám.

porovnaní s nepravdivými titulkami pri svedomitosti (0,228) a extroverzii (0,145).

Pôsobenie na schopnosť odhaliť pravdivosť tituliiek z dôveryhodných zdrojov je pri úspechu v teste kognitívnej reflexie o niečo silnejšie (1,46). O niečo viac v porovnaní s nepravdivými titulkami správ na skóre v tejto časti dotazníka pôsobila svedomitosť (0,341) a extroverzia (0,234).

Pri pôsobení na celkové skóre v dotazníku v porovnaní individuálnych kovariantov vidíme najvyšší vplyv pri teste kognitívnej reflexie (0,361). Tento výsledok naznačuje, že respondenti, ktorým sa darilo lepšie v CRT sa bude o niečo lepšie dariť aj pri rozoznávaní falošných a nepravdivých tvrdení o ochorení COVID-19. V prípade ľudí, ktorí skórujú vyššie v oblasti neurotizmu (- 0,399) existuje predpoklad, že dokážu lepšie odhaliť nepravdivé správy a tvrdenia od pravdivých. O niečo horšie sa darilo ľuďom, ktorí skórovali vyššie v oblasti extravenzie (0,283) a svedomitosti (0,286)

Pôsobenie osobnostných faktorov na schopnosť odhaliť nepravdivé tvrdenia

R	R²
0.227	0.0514

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	3.2808	0.7585	4.326	< .001
Extraverzia	0.0414	0.0502	0.824	0.410
Ústretovosť	-0.1046	0.0578	-1.810	0.071
Neurotizmus	-0.1459	0.0472	-3.090	0.002
Otvorenosť	-0.0456	0.0577	-0.790	0.430
Svedomitosť	0.0452	0.0562	0.804	0.422
CRT	0.2252	0.0771	2.920	0.004

Pri regresívnej analýze vzájomného pôsobenia osobnostných charakteristík a úspechu v teste kognitívnej reflexie vidíme najväčšie pôsobenie pri CRT (0,2252). Na schopnosť rozoznať nepravdivé tvrdenia má tiež mierny vplyv dosiahnuté skóre v oblasti neurotizmu (-0.1459), pričom vyšší výsledok v oblasti neurotizmu predpovedá väčšiu schopnosť neuveriť nepravdivým tvrdeniam, V prípade väčšiny zvyšných premenných je p-hodnota príliš vysoká

na to, aby sme si vedeli vyvodit' dôveryhodné závery.

Pôsobenie osobnostných faktorov na schopnosť odhaliť nepravdivé správy

R	R ²
0.603	0.364

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	3.2808	0.7585	4.326	< .001
Extraverzia	0.0414	0.0502	0.824	0.410
Ústretovosť	-0.1046	0.0578	-1.810	0.071
Neurotizmus	-0.1459	0.0472	-3.090	0.002
Otvorenosť	-0.0456	0.0577	-0.790	0.430
Svedomitosť	0.0452	0.0562	0.804	0.422
CRT	1.2252	0.0771	15.887	< .001

Pri regresívnej analýze vzájomného pôsobenia osobnostných charakteristík na schopnosť rozoznať nepravdivé titulky má najväčšie pôsobenie úspešnosť v teste CRT (1,225) a mierne pôsobí tiež skóre v oblasti neurotizmu (-0,1459).

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	3.4460	0.7638	4.511	< .001
Extraverzia	0.0390	0.0502	0.776	0.438
Ústretovosť	-0.1075	0.0578	-1.859	0.064
Neurotizmus	-0.1470	0.0472	-3.114	0.002
Otvorenosť	-0.0376	0.0578	-0.650	0.516
Svedomitosť	0.0436	0.0562	0.776	0.438
CRT:				
1-0	0.9108	0.2470	3.688	< .001
2-0	2.1415	0.2512	8.526	< .001
3-0	3.6415	0.2438	14.936	< .001

Ak sa v tom istom porovnaní pozrieme bližšie na pôsobenie úspešnosti v testovaní kognitívnej reflexie vidíme, že horšia úspešnosť CRT predpovedá tiež slabšiu schopnosť rozoznať nepravdivé titulky správ. Pričom respondenti, ktorí odpovedali v testovaní nesprávne tri krát si viedli v rozoznávaní falošných tituliek správ najhoršie (3,6315).

Pôsobenie osobnostných faktorov na tendenciu dôverovať pravdivým správam

R	R²
0.428	0.183

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	6.5617	1.5169	4.326	< .001
Extraverzia	0.0828	0.1005	0.824	0.410
Ústretovosť	-0.2093	0.1157	-1.810	0.071
Neurotizmus	-0.2918	0.0944	-3.090	0.002
Otvorenosť	-0.0912	0.1154	-0.790	0.430
Svedomitosť	0.0904	0.1124	0.804	0.422
CRT	1.4504	0.1542	9.403	< .001

Pri regresívnej analýze vzájomného pôsobenia osobnostných charakteristík na tendenciu dôverovať pravdivým správam resp. správam z dôveryhodných zdrojov opäť vidíme najväčšie pôsobenie pri faktore úspešnosti v teste CRT (1,45) – mierne vyššie ako v prípade nepravdivých titulkov správ a mierne viac pôsobí tiež skóre v oblasti neurotizmu (-0,2918).

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	6.8919	1.5277	4.511	< .001
Extraverzia	0.0780	0.1005	0.776	0.438
Ústretovosť	-0.2149	0.1156	-1.859	0.064
Neurotizmus	-0.2940	0.0944	-3.114	0.002
Otvorenosť	-0.0753	0.1157	-0.650	0.516
Svedomitosť	0.0872	0.1124	0.776	0.438

CRT:				
1-0	0.8216	0.4940	1.663	0.097
2-0	2.2831	0.5024	4.545	< .001
3-0	4.2829	0.4876	8.783	< .001

Ak sa v tom istom porovnaní pozrieme bližšie na pôsobenie úspešnosti v testovaní kognitívnej reflexie vidíme, že horšia úspešnosť CRT predpovedá tiež väčšiu pravdepodobnosť, že respondent nebude dôverovať pravdivým titulkom správ o ochorení COVID-19. Pričom respondenti, ktorí odpovedali v testovaní nesprávne tri krát si viedli v odhaľovaní pravdivých tituliek správ najhoršie (4,2829).

Pôsobenie osobnostných faktorov na celkovú úspešnosť v dotazníku

Prediktor	Estimate	SE	t	p
Intercept	7.403	1.5529	4.767	< .001
Extraverzia	0.177	0.1029	1.716	0.087
Ústretovosť	-0.274	0.1184	-2.318	0.021
Neurotizmus	-0.374	0.0967	-3.864	< .001
Otvorenosť	-0.163	0.1182	-1.378	0.169
Svedomitosť	0.107	0.1151	0.926	0.355
CRT	0.341	0.1579	2.162	0.031

Aj v prípade celkovej úspešnosti môžeme vidieť, že zo skúmaných faktorov najviac pôsobí na schopnosť odhaliť falošné správy výsledok v teste kognitívnej reflexie (0,341), pričom z osobnostných faktorov Big Five najviac pôsobí na celkovú úspešnosť neurotizmus (-0,374).

Širšie porovnanie

Regresná štatistika	
Multiple R	0,492534652
R Square	0,242590383
Adjusted R Square	0,228735329

Standard Error	3,533110531
----------------	-------------

ANOVA	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	9	1967,081334	218,5645927	17,50916193	3,14982E-25
Residual	492	6141,572052	12,48287003		
Total	501	8108,653386			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	8,559	1,490	5,744	0,000	5,631	11,486	5,631	11,486
Extraverzia	0,181	0,093	1,933	0,054	-0,003	0,364	-0,003	0,364
Ústretovosť	-0,251	0,107	-2,343	0,020	-0,462	0,041	-0,462	0,041
Neurotizmus	-0,337	0,088	-3,830	0,000	-0,510	0,164	-0,510	0,164
Otvorenosť	-0,220	0,108	-2,044	0,042	-0,432	0,008	-0,432	0,008
Svedomitosť	0,064	0,107	0,595	0,552	0,147	0,275	0,147	0,275
CRT	0,336	0,144	2,326	0,020	0,052	0,619	0,052	0,619
Pohlavie Ž	1,064	0,342	3,110	0,002	0,392	1,737	0,392	1,737
Nezáujem	-1,109	0,387	-2,868	0,004	-1,869	0,349	-1,869	0,349
Liberál	-3,639	0,401	-9,072	0,000	-4,428	2,851	-4,428	2,851

Hypotéza 1 sa nepotvrdila, intenzita pôsobenia je príliš nízka. Náš predpoklad, že nízka svedomitosť bude mať značný vplyv na schopnosť vyhodnotiť pravdivosť správ o ochorení COVID-19 sa nepotvrdil. Vplyv na úspešnosť pri odhaľovaní správ je 0,064, sám o sebe pomerne malý no hypotéza sa navyše nepotvrdila z dôvodu privysokej P-hodnoty (0,552), ktorá naznačuje, že odhalený vplyv je čisto náhodný.

Hypotéza 2 sa potvrdila iba mierne, nemôžeme vylúčiť, že úspešnosť v teste kognitívnej reflexie má vplyv na schopnosť odhaliť pravdivosť správ o ochorení COVID-19. Vplyv na celkový výkon však nie je taký intenzívny ako sme očakávali. Koeficient pri teste kognitívnej reflexie sa rovná 0,366 pričom P-hodnota 0,020 naznačuje, že výsledok je pomerne dôveryhodný. Ľudia naprieč celým vzdelávacím spektrom robili v označovaní nepravdivých správ prešľapy. Výsledky analýzy naznačujú, že najvýraznejší vplyv na schopnosť odhaliť nepravdivé správy má politická orientácia. Ženám sa celkovo v dotazníku darilo o niečo lepšie ako mužom.

Pri skúmaní osobnostných dimenzií v rámci Big Five vieme na základe P-hodnôt a za dôveryhodné označiť výsledky týkajúce sa prívetivosti resp. ústretovosti (-0,25, P-hodnota 0,02), neurotizmu (-0,337, P-hodnota 0,00) a otvorenosti (-0,22, P-hodnota 0,04). Vplyv kognitívnej reflexie na celkový výsledok má hodnotu 0,336 a P-hodnotu 0,02.

Ďalším faktorom bolo pohlavie respondentov, pričom ženám sa darilo v odhaľovaní falošných správ o niečo lepšie (1,06, P-hodnota 0,002). V odhaľovaní falošných správ sa darilo o niečo lepšie ľuďom, ktorí v dotazníku označili možnosť O politiku sa nezaujímam (1,09, P-hodnota 0,004) a tým, ktorí v dotazníku označili, že sú im názorovo bližšie liberálne strany (3,63, P-hodnota 0,00).

4.4 Diskusia

10% percent respondentov, ktorý dosiahli najlepšie výsledky

47 respondentov neodpovedalo nesprávne ani raz alebo iba jeden krát. V nasledujúcej časti sa pozrieme bližšie na ich v skóre v porovnaní osobnostných charakteristík, výkonu v test kognitívnej reflexie a ich demografické údaje.

Medzi priemernými respondentmi a 10% najlepších respondentov nie sú v porovnaní osobnostných dimenzií výrazné rozdiely, Medzi najúspešnejšími respondentmi je však mierne zvýšená miera neurotizmu a skórujú o niečo nižšie v oblasti svedomitosti. Respondentom, ktorým sa darilo pri odhaľovaní falošných správ o ochorení COVID-19 sa tiež darilo lepšie v testovaní kognitívnej reflexie v porovnaní s respondentmi s nadpriemernými i priemernými výsledkami. Správne odpovedali v 2,69 prípadov z 3.

Medzi respondentmi, ktorým sa darilo najviac sa najčastejším zdrojom informácií javia byť tradičné médiá, pričom žiaden z respondentov neoznačil za zdroj informácií alternatívne médiá. V porovnaní s priemernými odpoveďami sú u veľmi úspešných respondentov menej populárne aj sociálne siete.

V porovnaní s priemerným respondentom sú najúspešnejších 10% menej populárne konzervatívne ladené strany, zatiaľ čo liberálne ladené strany sú bližšie takmer 60% respondentov. Takmer štvrtina z nich tvrdí, že sa o politiku nezaujíma. Viac ako tretina najúspešnejších respondentov býva v mestách, ktoré majú viac ako 100 tisíc obyvateľov. Takmer dve tretiny označili pri otázke ukončeného vzdelania Vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa.

10% respondentov, ktorým sa darilo najhoršie – najslabšie výsledky

Z celkového počtu 507 respondentov 55 odpovedalo na otázky zamerané na schopnosť posúdiť pravdivosť správ o ochorení COVID-19 nesprávne aspoň 13 krát. Najvyšší počet nesprávnych odpovedí u jedného respondenta bol 21. V nasledujúcej časti sa bližšie pozrieme na ich osobnostné charakteristiky, výsledky v teste kognitívnej reflexie a demografické údaje. Správne odpovedali v 0,82 prípadov z 3. Správne neodpovedalo ani na jednu z otázok v teste kognitívnej reflexie 42,05% respondentov v kategórií 10% najmenej úspešných. Na jednu alebo dve otázky však správne odpovedala viac ako tretina.

Medzi najobľúbenejšie zdroje informácií sa zaradili alternatívne médiá, označilo ich

30,25% respondentov najmenej populárne sú sociálne siete, na ktorých vyhľadáva aktuálne informácie 13,25% opýtaných v tejto kategórii. Respondentom, ktorým sa pri odhaľovaní falošných správ o ochorení COVID-19 darilo najmenej sú názorovo najbližšie konzervatívne strany, označilo ich 54,87% vzorky. O politiku sa podľa výsledkov nezaujíma 36,92% najmenej populárne sú liberálne orientované strany, ktoré si získali iba 8,71% vzorky.

Aj v tomto prípade tvoria na základe odpovedí najpočetnejšiu časť vzorky vysokoškolsky absolventi druhého stupňa vysokoškolského vzdelania. Najpočetnejšiu časť respondentov, ktorý sa ocitli medzi 10% najmenej úspešných tvoria obyvatelia miest nad 100 tisíc obyvateľov, tvoria 54,87% vzorky. Najmenšiu časť tvoria obyvatelia miest do 50 tisíc obyvateľov, tvoria iba 12,82% vzorky.

Vplyv osobnosti na vnímanie pandémie COVID-19

Z výsledkov štúdie môžeme vyhodnotiť, že osobnostné črty nehrajú mimoriadne dôležitú úlohu vo vnímaní falošných správ o ochorení COVID-19. Výsledky tiež naznačujú, že kognitívne schopnosti robia ľudí mierne menej náchylnými na falošné správy spojené s ochorením COVID-19. Úspech v testovaní kognitívnej reflexie však celkom spoľahlivo predpovedal schopnosť odhaliť falošné správy a tendenciu dôverovať alebo nedôverovať falošným, správam. Na základe odpovedí respondentov však vidíme, že v niektorých prípadoch aj ľudia, ktorým sa v testovaní kognitívnej reflexie darilo môžu mať konšpiračné presvedčenia.

Zdá sa teda, že dimenzie osobnosti ani kognitívna reflexia, dva faktory, ktoré môžeme považovať za súčasť osobnosti respondenta neovplyvujú na výsledné skóre v dotazníku natoľko výrazne aby sme ich mohli označiť za jednoznačný dôvod, vďaka ktorému majú jednotlivci tendenciu dôverovať falošným alebo nepravdivým informáciám. Viac na výsledné skóre pôsobila politická orientácia. Je preto možné, že ľudia uprednostňujú lojalitu k svojej politickej identite pred pravdou – a preto nedokážu rozlíšiť pravdu od klamstva a jednoducho veria ideologicky zhodným informáciám.

Nevýhody tejto metódy výskumu sú: počet respondentov vo vzorke je ťažké regulovať; úprimnosť a dôveryhodnosť odpovedí je otázná; nízka motivácia respondentov zúčastniť sa – v oboch nevýhodách je hlavným problémom skutočnosť, že dotazník bol doručený cez internet.

Záver

Táto práca sa zameriava na problematiku šírenia falošných správ o ochorení COVID-19. Cieľom práce je za pomoci kvantitatívneho výskumu, konkrétne dotazníkového šetrenia zmapovať súvis medzi osobnostnými črtami, politickou orientáciou, využívanými zdrojmi informácií a náchylnosťou na konšpiračné teórie na území Slovenskej republiky. V rámci teoretickej časti práce sme si najskôr predstavili koncepty dôležité pre skúmanie faktorov ovplyvňujúcich vnímanie správ a informácií o prebiehajúcej pandémie. V úvodnej časti sme vymedzili pojmy súvisiace s falošnými správami, popísali ich charakteristické črty, praktiky ich šírenia, ciele a význam v globálnom kontexte. Ich komunikácia bola následne spomenutá v kontexte nedávnych historických udalostí, pri ktorých zohrali významnú úlohu. Pozornosť bola venovaná šíreniu falošných správ v kontexte internetového prostredia ako dôležitej súčasti modernej spoločnosti.

Druhá polovica teoretickej časti sa venovala psychologickým faktorom, ktoré ovplyvňujú šírenie falošných správ a odôvodňovala tendenciu značnej časti populácie dôverovať falošným správam. Predstavili sme si štúdie z najaktívnejších výskumníkov v tejto oblasti a ich závery. Na ich základe sme popísali vplyv heuristiky, familiarity a emócií na vieru v nepravdivé informácie. Práca sa mierne odklonila od pôvodnej tézy, vzhľadom na to, že sa počas výskumu kognitívna reflexia ukázala ako jeden z dôležitých faktorov pri schopnosti odhaliť falošné správy a informácie. V snahe pochopiť faktory, ktoré menia správanie skúmame, či individuálne rozdiely v analytickom kognitívnom štýle predpovedajú rozdielne postoje jednotlivcov predstavujeme spôsob testovania kognitívnej reflexie, ktorý snaží popísať mieru sklonu človeka využívať pri premýšľaní intuíciu a päťfaktorový model (FFM), nazývaný aj veľká päťka alebo Big Five, ktorý predstavuje populárnu metodiku používanú vo výskume osobnosti. V závere teoretickej časti sa venujeme dôsledkom šírenia falošných správ, ktoré sa prejavilo na vysokom počte úmrtí v súvislosti s ochorením COVID-19 a krokom, ktoré boli alebo mohli byť podniknuté za účelom spomalenia ich šírenia.

V praktickej časti boli najskôr vytýčené a špecifikované ciele výskumu. Následne sme si predstavili predmet výskumu – Vplyv osobnosti na vnímanie pandémie COVID-19. Výskumná časť sa ďalej venovala opisu metodológie, v rámci ktorej bol špecifikovaný výskumný súbor a spôsob získavania respondentov. Neskôr bola objasnená metóda zberu a analýzy dát. V závere metodologickej časti práce boli uvedené argumenty o dosiahnutí

reliability a validity výskumu. Praktická časť práce bola uzatvorená prezentáciou výsledkov výskumu. V rámci limitov práce je dôležité počítať s možnosťou, že niektorí respondenti mohli nechcane alebo cíelenie podceňovať alebo preceňovať svoje postoje, správanie, dosiahnuté vzdelanie alebo osobnostné črty.

Výskum ukázal, že osobnostné črty ani výkon v teste kognitívnej reflexie nehrajú mimoriadne dôležitú úlohu vo vnímaní falošných správ o ochorení COVID-19. Výsledky výskumu ukazujú, že aj „inteligentní“ ľudia môžu mať konšpiračné presvedčenia, pretože si ich dokážu dobre zdôvodniť. Najväčší vplyv na schopnosť odhaliť falošné správy mala na základe nášho prieskumu politická orientácia. Tá podobne ako viera závisí od prostredia v ktorom žijeme. Jednotlivci zväčša preberajú hodnoty najmä od rodiny a neskôr rovesníkov, ktorí zdieľajú podobné hodnoty. Značná časť zodpovednosti stojí na technologických firmách, ktoré musia vynaložiť veľké úsilie na to, aby obmedzili šírenie potenciálne nebezpečných falošných správ a tiež zavedených vzdelávacích systémoch, ktoré musia upriamiť svoju pozornosť na oblasť mediálnej gramotnosti. Rovnako dôležitá je však schopnosť jednotlivcov kriticky premýšľať o svojich postojoch a nepodceňovať dôležitosť empatie a otvoreného myslenia.

Náhľad na vplyv osobnosti na šírenie falošných správ, ktorý sa táto práca snaží priniesť, môže tvoriť základ ďalších diskusií o šírení falošných správ na našom území a skúmaní a meraní príčin a dôsledkov ich šírenia, ktoré je nevyhnutné pre zlepšenie fungovania spoločnosti. Táto práca predstavuje jeden z krokov na ceste, ktorá vedie za efektívnejšou komunikáciou, ktorej cieľom je prispieť k zlepšeniu postojov i verejného zdravia, dôležitého pre prospech celej spoločnosti.

Summary

This work focuses on the issue of spreading misinformation about COVID-19. The work aims to map the relationship between personality traits, political orientation, used sources of information, and susceptibility to conspiracy theories in the Slovak Republic with the help of quantitative research, specifically a questionnaire survey. In the theoretical part of the work, key concepts were first introduced to further investigate the factors influencing the perception of news and information about the ongoing pandemic. In the introductory part, we defined the terms related to fake news, and described their characteristics, their distribution practices, goals, and significance in a global context. Their communication was subsequently mentioned in the context of recent historical events, in which they played an important role. Attention was paid to the dissemination of false news in the context of the Internet environment as an essential part of modern society.

The second half of the theoretical part dealt with the psychological factors that influence the spread of false reports and justified the tendency of a large part of the population to trust false reports. We imagined the studies of the most active researchers in this field and their conclusions. Based on them, we described the influence of heuristics, familiarity, and emotions on the belief in false information. In order to understand the factors that change behavior, we examine whether individual differences in analytical cognitive style predict different attitudes of individuals through the Big Five, which is a popular methodology used in personality research. At the end of the theoretical part, we deal with the consequences of the spread of false reports, which resulted in a high number of deaths due to COVID-19 and the steps that were or could have been taken to slow down their spread.

In the practical part, we first set and specified the research objectives. Subsequently, the subject of research - The influence of personality on the perception of the COVID-19 pandemic was introduced. The research part continued with a detailed description of the methodology, which specified the research set and the method of obtaining respondents. Later, the method of data collection and analysis was introduced. The methodological part was concluded by an argument about achieving the validity and reliability of the research. The practical part of the work was closed by the presentation of research results. Within the limits of work, it is important to take into account the possibility that some respondents may have inadvertently or purposely underestimated or overestimated their attitudes, behaviors, educational attainment, or personality traits.

Research has shown that personality traits and performance in the cognitive reflection test do not play a particularly important role in perceiving false reports of COVID-19 disease. So even highly intelligent people can have conspiracy beliefs because they can justify them well. According to our survey, political partisanship had the most significant impact on the ability to detect false reports.

Similarly to faith, political partisanship depends on the environment in which we live. Individuals usually inherit values mainly from family and later peers who share similar values. Much of the responsibility lies with technology companies, which have to make a great effort to limit the spread of potentially dangerous deceptions, as well as established education systems, which need to focus on media literacy. Equally important, however, is the ability of individuals to think critically about their attitudes and not underestimate the importance of empathy and open thinking.

However, the insight into the influence of personality on the perception of false news, which this work has brought, can provide a basis for further discussion on the spread of false news in our territory as well as research and measurement of the causes and consequences of their spread, which is necessary to improve the functioning of society. Therefore, this work can be viewed as a first step on the long road to more effective communication, which can significantly contribute to improving attitudes and public health,

Akademické zdroje

Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475.

Apuke, Oberiri & Omar, Bahiyah. (2020). Modelling the antecedent factors that affect online fake news sharing on COVID-19: the moderating role of fake news knowledge. *Health Education Research*. 35. 490–503. 10.1093/her/cyaa030.

Ayodhya, A. S., Lamani, V. T., Thirumoorthy, M., & Kumar, G. N. (2019). NOx reduction studies on a diesel engine operating on waste plastic oil blend using selective catalytic reduction technique. *Journal of the Energy Institute*, 92(2), 341-350.

Bago, B., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2020). Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines. *Journal of experimental psychology: general*, 149(8), 1608.

BBC. (2019). Facebook bows to Singapore's 'fake news' law with post 'correction'. BBC News. Retrieved February 3, 2022, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-50613341>

Berinsky, A. J. (2015). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science*, 47(2), 241–262. www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science/article/rumors-andhealth-care-reform-experiments-in-political-misinformation/8B88568CD057242D2D97649300215CF2

Best, R. de. (2022). *COVID-19 deaths per capita by country*. Statista. Retrieved February 1, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/1104709/coronavirus-deaths-worldwide-per-million-inhabitants/>

Bodenhausen, G. V., Sheppard, L. A., & Kramer, G. P. (1994). Negative affect and social judgment: The differential impact of anger and sadness. *European Journal of Social Psychology*, 24, 45–62.

Boj Proti Dezinformáciám Týkajúcich sa Koronavírusu. Európska komisia - European Commission. (2022, January 27). Retrieved February 2, 2022, from https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation/tackling-coronavirus-disinformation_sk

Bullock, J. G. (2007). Experiments on partisanship and public opinion: Party cues, false beliefs, and bayesian updating [PhD diss]. Stanford University.

Burkhardt, J. M. (2017). History of fake news. *Library Technology Reports*, 53(8), 5-9.

Carvalho, L. D. F., Pianowski, G., & Gonçalves, A. P. (2020). Personality differences and COVID-19: are extroversion and conscientiousness personality traits associated with engagement with containment measures?. *Trends in psychiatry and psychotherapy*, 42, 179-184.

Chen, X. (2014). The Influences of Personality and Motivation on the Sharing of Misinformation on Social Media. 1–11. <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/89327>.

Cuprik, R. (2021, December 1). *Klamstvá o covide sú UŽ Hrozbou, koliková chce trestat šírenie dezinformácií*. domov.sme.sk. Retrieved February 3, 2022, from <https://domov.sme.sk/c/22794338/klamstva-o-covide-su-uz-hrozbou-kolikova-predstavil-novelu-trestneho-zakona.html>

Dechêne, Alice & Stahl, Christoph & Hansen, Jochim & Wänke, Michaela. (2009). The Truth About the Truth: A Meta-Analytic Review of the Truth Effect. *Personality and social psychology review : an official journal of the Society for Personality and Social Psychology*, Inc. 14. 238-57. 10.1177/1088868309352251.

Double trouble: Resilience to fake news at the time of ... (n.d.). Retrieved February 2, 2022, from https://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf

Forgas, J. P. (2019). Happy believers and sad skeptics? Affective influences on gullibility. *Current Directions in Psychological Science*, 28, 306–313.

Frederick, Shane. (2005). Cognitive Reflection and Decision Making. *Journal of Economic Perspectives*. 19. 25-42. 10.1257/089533005775196732.

Gao, Junling & Zheng, Pinpin & Jia, Yingnan & Chen, Hao & Mao, Yimeng & Chen, Suhong & Wang, Yi & Fu, Hua-Hua & Dai, Jun. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLOS ONE*. 15. e0231924. 10.1371/journal.pone.0231924.

Giovagnoli, R. (2019.) „Indirect” Information: The Debate on Testimony in Social Epistemology and Its Role in the Game of “Giving and Asking for Reasons”, *Information*, <https://pdfs.semanticscholar.org/3db3/c642f055be8f299bf4b4c505fd27824272eb.pdf>.

Goldman, A. I. (1999.) *Knowledge in a Social World*, Oxford: Clarendon Press.

Goldman, A. I. (2001.) “Experts: Which Ones Should You Trust?”, *Philosophy and Phenomenological Research*, sv. 63(1): 85 – 110.

Gordon Pennycook, David G. Rand (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning, *Cognition*,

Gottlieb, Michael & Dyer, Sean. (2020). Information and Disinformation: Social Media in the COVID-19 Crisis. *Academic Emergency Medicine*. 27. 10.1111/acem.14036.

Guardian News and Media. (2018). In this age of propaganda, we must defend ourselves. here's how | Natalie Nougayrède. *The Guardian*. Retrieved February 1, 2022, from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/31/propaganda-defend-russia-technology>

Hale, V. (2017). «Revealed: 1,000-Man Mob Attack Police, Set Germany’s Oldest Church Alight on New Year’s Eve», *Breitbart News*, available online: <http://www.breitbart.com/london/2017/01/03/dortmund-mob-attack-police-churchalight/>

Hřebíčková, M. (2004). NEO osobnostní inventář (podle NEO-PI-R P. T. Costy a R. R. McCrae). Praha: Testcentrum.

Johnson, J. (2021). Internet users in the world 2021. Statista. Retrieved February 1, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

Kahan, D.M. (2013). Ideology, motivated reasoning, and cognitive reflection. *Judgm. Decis. Mak.* 8, 407–424

Kahan, D.M. (2017). Misconceptions, misinformation, and the logic of identity-protective cognition. SSRN Electron. J. Cultural Cognition Project Working Paper Series No. 164, Yale Law School, Public Law Research Paper No. 605, Yale Law & Economics Research Paper No. 575. Published online May 24, 2017. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2973067>

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş.B., Griffiths, M.D., (2018). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*

Koch, A. S., & Forgas, J. P. (2012). Feeling good and feeling truth: The interactive effects of mood and processing fluency on truth judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48, 481–485.

Konietzky, B. (2017). «1000-Mann-Mob zündet Kirche an»: US-Fake-News verunsichern Dortmund», NTV, available online: <https://www.n-tv.de/politik/US-Fake-News-verunsichernDortmund-article19476011.html> (Last visited on April 5, 2018).

Lawson, M. & Kakkar, Hemant. (2020). Of Pandemics, Politics, and Personality: The Role of Conscientiousness and Political Ideology in Sharing of Fake News. 10.31234/osf.io/ves5m.

Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., & Mattsson, CA. (2017). Combating fake news: An agenda for research and action. In *Combating fake news conference*. Harvard University.

Lee, C.S., Ma, L., (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior* 28 (2), 331–339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>.

Lee, C.S., Ma, L., Goh, D.H.L., (2011). Why do people share news in social media? *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* 6890 LNCS, 129–140. https://doi.org/10.1007/978-3-642-23620-4_17.

Lepenes, Robert & MacKay, Kathryn & QUIGLEY, MUIREANN. (2018). Three challenges for behavioural science and policy: the empirical, the normative and the political. *Behavioural Public Policy*. 2. 1-9. 10.1017/bpp.2018.18.

Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers? *American Journal of Political Science*, 57(3), 611–623. <https://doi.org/10.1111/ajps.12008>

Lichner, Vladimír. (2020). *Základy štatistiky v sociálnych vedách I. Teoretické východiská a deskriptívna analýza*.

Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive research: principles and implications*, 5(1), 1-20.

McGonagle, T., 2017. “Fake news”: False fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights* 35 (4), 203–209. <https://doi.org/10.1177/>

McGonagle, Tarlach. (2017). “Fake news”: False fears or real concerns?. *Netherlands Quarterly of Human Rights*. 35. 203-209. 10.1177/0924051917738685.

Mediálna Gramotnosť Ako Základná zručnosť V digitálnej spoločnosti. (2020). Direktor. Retrieved February 2, 2022, from <https://www.direktor.sk/sk/casopis/manazment-skoly-v-praxi/medialna-gramotnost-ako-zakladna-zrucnost-v-digitalnej-spolocnosti.m-693.html>

Miček, Jaroslav: Fenomén “HOAX” v prostredí internetu (2018). Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta; Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy .
Školiteľ: PhDr. Ivana Bulanda, PhD. Nitra

Molina, Maria & Sundar, S. Shyam & Le, Thai & Lee, Dongwon. (2019). “Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*. 65. 000276421987822. 10.1177/0002764219878224.

Nares, R. A glossary; or, Collection of words ... which have been thought to require illustration, in the works of English authors. London: R. Triphoo, 1822.

Pennycook, G., Bear, A., Collins, E. T., & Rand, D. G. (2020). The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings. *Management Science*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>

Pennycook, Gordon & Cheyne, James & Barr, Nathaniel & Koehler, Derek & Fugelsang, Jonathan. (2015). On the reception and detection of pseudo-profound bullshit. *Judgment and decision making*. 10. 549-563.

Pennycook, Gordon & Cheyne, James & Seli, Paul & Koehler, Derek & Fugelsang, Jonathan. (2012). Analytic cognitive style predicts religious and paranormal belief. *Cognition*. 123. 335-46. 10.1016/j.cognition.2012.03.003.

Pennycook, Gordon & Rand, David. (2020). The Cognitive Science of Fake News. 10.31234/osf.io/ar96c.

Pennycook, Gordon. (2018). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*. 188. 10.1016/j.cognition.2018.06.011.

Pennycook, Gordon. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*. 25. 10.1016/j.tics.2021.02.007.

Plume, Cherniece & Slade, Emma. (2018). Sharing of Sponsored Advertisements on Social Media: A Uses and Gratifications Perspective. *Information Systems Frontiers*. 20. 10.1007/s10796-017-9821-8.

Propaganda. Cambridge Dictionary. (n.d.). Retrieved February 1, 2022, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>

Duke's Fuqua School of Business. (2021). *Research pinpoints the role of personality in sharing of 'fake news'*. Research Pinpoints the Role of Personality in Sharing of 'Fake News' | Retrieved February 2, 2022, from <https://www.fuqua.duke.edu/duke-fuqua-insights/hemant-kakkar-research-pinpoints-role-personality-sharing-%E2%80%98fake-news%E2%80%99>

Rimer, S. (2017). «Fact-Checking «Fake News» Stories is a Waste of Time», World Economic Forum, available online: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/why-fact-checking-fakenews-stories-is-a-waste-of-time> (Last visited on April 5, 2018).

Ritchie, H., Mathieu, E., Rodés-Guirao, L., Appel, C., Giattino, C., Ortiz-Ospina, E., Hasell, J., Macdonald, B., Beltekian, D., & Roser, M. (2020). *Coronavirus (COVID-19) cases*. Our World in Data. Retrieved February 1, 2022, from <https://ourworldindata.org/covid-cases>

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* [by] John T. Roscoe.

Schwarz, N. (2011). Feelings-as-information theory. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 1, 289–308.

Sindermann, C., Schmitt, H., Rozgonjuk, D., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Which factors influence the evaluation of fake and true news? Ability versus non-ability traits. OSFPreprints.

Sindermann, Cornelia & Schmitt, Helena & Rozgonjuk, Dmitri & Montag, Christian. (2020). Which factors influence the evaluation of fake and true news? Ability versus non-ability traits.. 10.31219/osf.io/8ur7b.

Soutter, A. R. B., Bates, T. C., & Möttus, R. (2020). Big Five and HEXACO personality traits, proenvironmental attitudes, and behaviors: A meta-analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 15(4), 913-941.

Stagnaro, M.N. & Pennycook, Gordon. (2018). Performance on the cognitive reflection test is stable across time. *Judgment and Decision Making*. 13. 260-267.

Stanley, M. L., Barr, N., Peters, K., & Seli, P. (2021). Analytic-thinking predicts hoax beliefs and helping behaviors in response to the COVID-19 pandemic. *Thinking & Reasoning*, 27(3), 464-477.

Sú školy zodpovedné za rastúce sympatie mladých K (politickému) extrémizmu? (2019). Indicia. Retrieved February 2, 2022, from <https://www.indicia.sk/novinky/su-skoly-zodpovedne-za-rastuce-sympatie-mladych-k-politickemu-extremizmu-201911>

Sunstein, C. R., & Vermeule, A. (2009). Conspiracy theories: Causes and cures. *Journal of Political Philosophy*, 17(2), 202–227. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2008.00325.x>

The colors of Propaganda. Omeka RSS. (n.d.). Retrieved February 1, 2022, from <https://libapps.salisbury.edu/nabb-online/exhibits/show/propaganda/what-is-propaganda/the-colors-of-propaganda> the National Academy of Sciences of the United States of America 113 (3), 554–559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>.

Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359 (6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Tucker, J., Guess, A., Barberá, P. et al. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. Hewlett Foundation report, March. <https://hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf>

Unkelbach, C., Bayer, M., Alves, H., Koch, A., & Stahl, C. (2011). Fluency and positivity as possible causes of the truth effect. *Consciousness and Cognition*, 20, 594–602.

Globálne vzdelávanie. (n.d.). Retrieved February 2, 2022, from <https://globalnevezdelavanie.sk/myslime-kriticky-o-mediach/>.

Valentino, N. A., Hutchings, V. L., Banks, A. J., & Davis, A. K. (2008). Is a worried citizen a good citizen? Emotions, political information seeking, and learning via the internet. *Political Psychology*, 29, 247–273.


Vicario, M. Del, Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H.E., Quattrociocchi, W., 2016. The spreading of misinformation online. *Proceedings of Weeks, B. E. (2015). Epistemic beliefs' role in promoting misperceptions and conspiracist ideation. PLoS ONE*, 12, e0184733.

Yahoo! (n.d.). A brief and Catholic history of one of the 21st Century's favorite words: Propaganda. Yahoo! Retrieved February 1, 2022, from <https://yahoo.com/brief-catholic-history-one-21st-120051295.html>

ZEIT ONLINE 2018 «fake news», ZEIT ONLINE, available online: www.zeit.de/thema/fake-news (Last visited on April 5, 2018).

Téza diplomovej práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačných štúdií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČASŤ VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Bc. Muhamed Amin El Hadjoine	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021	
E-mail diplomantky/diplomanta: 62123776@fsv.cuni.cz	
Studijní obor/forma studia: Strategická komunikace/ prezenční	
Název práce v češtině: Vplyv osobnosti a zvolených médií na vnímanie pandémie Covid-19	
Název práce v angličtině: The influence of personality and selected media on the perception of the Covid-19 pandemic	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2021/2022	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Pandemie ochorenia Covid-19 poukázala na mnohé problémy, s ktorými sa spoločnosť od vzniku digitálnych médií nestihla vysporiadať. Rýchlosť, ktorou sa dnes šíria informácie po celom svete je niečo, s čím sme sa pri rozsiahlych epidémiách v minulosti nemuseli vyrovnávať. Medzi hlavné problémy tejto pandémie patrí aj skutočnosť, že si ľudia často mýlia informácie s pravdou. Aj keď zatiaľ nemôžeme s istotou povedať, nakoľko sociálne médiá pomohli rozmachu konšpiračných teórií, určite zmenili spôsob, akým ľudia k informáciám pristupujú a spôsoby, akými tieto informácie zdieľajú. Niektoré výskumy naznačujú, že ľudia s určitými osobnostnými vlastnosťami uveria v konšpiračné teórie skôr ako iní. Práca sa zameria na súvis medzi osobnostnými črtami, využívanými zdrojmi informácií a náchylnosťou na konšpiračné teórie na území Českej a Slovenskej republiky. Vedecký výskum v oblasti šírenia informácií a konšpiračných teórií sa v posledných rokoch stáva čoraz rozšírenejším, preto sa práca môže opierať o relevantné zdroje.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cieľom tejto diplomovej práce je pomocou kvantitatívneho výskumu odhaliť súvislosť medzi osobnosťou jedinca, sledovanými zdrojmi informácií a vnímaním pandémie Covid-19. Prostredníctvom dotazníka sa pokúsime zozbierať dáta o dvoch faktoroch, ktoré môžu pomôcť vysvetliť rozdiely v postojoch a presvedčeniach o COVID-19: typ osobnosti (Big Five model) a využívané zdroje informácií (sociálne a ďalšie médiá). V rámci výskumu sa zameriame na tri závislé premenné: 1) mylné predstavy o COVID-19, 2) vnímanie rizika COVID-19 a 3) zmeny správania v reakcii na COVID-19. V rámci práce sa pokúsime odpovedať na otázku: Má osobnosť jednotlivcov vplyv na ich vnímanie priebehu pandémie COVID-19?	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):	
1. Úvod <ul style="list-style-type: none"> o - Vymedzenie témy o - Cieľ práce 2. Zhrnutie súčasného výskumu v kontexte témy <ul style="list-style-type: none"> o - Kľúčové pojmy a ich definícia o - Uvedenie do problematiky o - Osobnostné rysy a ich vymedzenie 	

- - Faktory ovplyvňujúce osobnosť
- - Sociálne médiá a zdroje informácií
- 3. Vplyv osobnosti na vnímanie pandémie
 - - Osobnostné charakteristiky a model Big Five
 - - Úloha osobnosti vo vnímaní COVID-19
 - - Ďalšie faktory vplyvajúce na postoje
- 4. Metodológia
- 5. Vyhodnotenie
 - Diskusia
- 6. Záver
- 7. Zdroje
- 8. Prílohy

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):
Odpovede respondentov, výskumné práce, online príspevky

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitatívny výskum

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Pennycook, G., McPhetres, J., Bago, B., & Rand, D. G. (2020). Predictors of attitudes and misperceptions about COVID-19 in Canada, the UK, and the USA. *PsyArXiv*, 10, 1-25.

Táto štúdia sa zaoberá rozdielmi vo vnímaní pandémie u jednotlivcov. Tieto rozdiely skúma v kontexte politickej ideológie a kognitívnej vyspelosti. Štúdia skúma respondentov z troch západných krajín: Spojených štátov amerických, Spojeného kráľovstva a Kanady.

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.

V rámci štúdie sa autori snažia odpovedať na otázku: Prečo ľudia veria falošným správam (fake news)? Štúdia hľadá súvis medzi analytickým myslením (reprezentované kognitívnym reflexívnym testom) a schopnosťou identifikovať falošné správy.

Stein RA, Omata O, Pachtman Shetty S, Katz A, Popitiu MI, Brotherton R. (2021) Conspiracy theories in the era of COVID-19: A tale of two pandemics. *International journal of clinical practice*, e13778

Táto štúdia sa zaoberá problematikou rýchleho šírenia konšpiračných teórií a dezinformácií prostredníctvom sociálnych médií v období pandémie ochorenia Covid-19 a problémom, ktoré vznikajú v spojitosti so šírením dezinformácií.

Goreis, A, Voracek M. (2019). A Systematic Review and Meta-Analysis of Psychological Research on Conspiracy Beliefs: Field Characteristics, Measurement Instruments, and Associations With Personality Traits. *Department of Applied Psychology*, ISSN 1664-1078

Táto štúdia skúma ďalšie štúdie z oblasti psychológie, ktoré sa zaoberajú konšpiračnými teóriami. Jej súčasťou je analýza spojitosti medzi osobnostnými faktormi tzv. veľkej päťky a konšpiračnými presvedčeniami.

Romer D, Hall Jamieson K. (2020). Conspiracy theories as barriers to controlling the spread of COVID-19 in the U.S. *Social Science & Medicine*, ISSN 0277-9536.

Štúdiá predpokladá, že akceptovanie konšpiračných teórií, ktoré kolovali v mainstreamových a sociálnych médiách na začiatku pandémie COVID-19, bude mať negatívny dopad na preventívne správanie a očkovanie, keď bude vakcína k dispozícii.

Douglas, K. M., Sutton, R. M. and Cichočka, A. (2017) 'The Psychology of Conspiracy Theories', *Current Directions in Psychological Science*, 26(6):538-542

Štúdiá sa zaoberá hľadáním odpovede na otázku: Aké psychologické faktory ovplyvňujú popularitu konšpiračných teórií? Prostredníctvom dát zozbieraných zo skorších štúdií skúma motívy, ktoré pohánajú vieru v konšpiračné teórie.

Douglas, Karen and Sutton, Robbie M. (2011) Does it take one to know one? Endorsement of conspiracy theories is influenced by personal willingness to conspire. *British Journal of Social Psychology*, 50 (3). pp. 544-552. ISSN 0144-6665.

Štúdiá skúma súvis medzi vieru v konšpiračné teória a osobnou ochotou konšpirovať, pričom sa domnieva, že jednotlivci používajú sociálno-kognitívny nástroj projekcie pri sociálnom posudzovaní ostatných.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalárskych, magisterských a doktorských prací, ktoré byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

JASŠKOVÁ, Magdaléna: *Dimenzie osobnosti Big Five vo vzťahu s dimenziami konštruktívneho myslenia*. Univerzita Komenského v Bratislave. Filozofická fakulta; Katedra psychológie. Školiteľka: Doc. PhDr. Milica Schrageová,

BOHAL, Vít. *"The Grand Conspiracy: A Lacanian Reading of Contemporary Conspiracy Theories"*. 2015. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ustav anglofonních literatur a kultur. Vedoucí práce Armand, Louis.

Datum / Podpis studenta/ky

14.8.2021

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Mgr. Ing. Marek Vanka

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Prílohy

Dotazník

Section 1 of 5

Vplyv osobnosti na vnímanie Covid-19

Dotazník je úplne anonymný a jeho vyplnenie trvá približne 10 minút.

Prostredníctvom dotazníka sa snažíme odhaliť, či existuje súvislosť medzi vybranými psychologickými faktormi a vnímaním ochorenia pandémie COVID-19.

V prípade záujmu o výsledky výskumu ma prosím kontaktuje na tejto adrese: hadjoine@gmail.com.

Krátky osobnostný dotazník

Označte prosím možnosť, s ktorou sa najviac stotožňujete.

Považujem sa za človeka, ktorý je mlčanlivý

Určite nie 1 2 3 4 5 Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý má vo všeobecnosti dôveru v ostatných

Určite nie 1 2 3 4 5 Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý má tendenciu byť lenivý

Určite nie 1 2 3 4 5 Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý má málo umeleckých alebo kultúrnych záujmov

Určite nie 1 2 3 4 5 Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý je uvoľnený, dobre znáša stres

Určite nie 1 2 3 4 5 Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý má tendenciu nachádzať na iných nedostatky

	1	2	3	4	5	
Určite nie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý je sebavedomý, spoločenský

	1	2	3	4	5	
Určite nie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý je v práci usilovný

	1	2	3	4	5	
Určite nie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určite áno

Považujem sa za človeka, ktorý sa ľahko rozčúli

	1	2	3	4	5	
Určite nie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určite áno

Považujem sa za človeka, má živú predstavivosť

	1	2	3	4	5	
Určite nie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určite áno

After section 1 Continue to next section



Koronavírus môžete šíriť iba vtedy, ak sa cítite chorí.

- Áno
- Nie

Príznaky koronavírusu sú krátkodobé.

- Áno
- Nie

Teplé počasie účinne bráni šíreniu koronavírusu.

- Áno
- Nie

Či ste sa nakazili koronavírusom, zistíte takmer okamžite (do jedného dňa).

- Áno
- Nie

Vírus je pomerne veľký, takže ho dokáže odfiltrovať akýkoľvek typ masky.

- Áno
- Nie

Koronavírus sa nešíri vzduchom.

- Áno
- Nie

Jedenie cesnaku lieči koronavírus.

- Áno
- Nie

Drvivá väčšina ľudí, ktorí sa nakazia koronavírusom, bude musieť byť hospitalizovaná.

- Áno
 Nie

Koronavírus zabije väčšinu ľudí, ktorí sa ním nakazia.

- Áno
 Nie

Vitamin C dokáže vyliečiť koronavírus.

- Áno
 Nie

Zadržanie dychu na 10 sekúnd bez nepohodlia je účinný spôsob, ako otestovať, či máte koronavírus.

- Áno
 Nie

Ak človek kloktá teplou vodou a soľou alebo octom, eliminuje koronavírus.

- Áno
 Nie

After section 3 Continue to next section



Section 4 of 5

Prezrite si prosím nasledujúce titulky článkov, označte pravdepodobnosť ich pravdivosti:

Description (optional)

Japonská spoločnosť Kowa tvrdí, že ivermektín je v tretej fáze skúšok účinný proti omikronu.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Vedci pomocou novej techniky prišli na to, že covid spôsobuje skryté poškodenia pľúc.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Drvivá väčšina hospitalizovaných pacientov na Slovensku nie je zaočkovaná.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Vakcíny proti covidu obsahujú grafénové „nanožiletky“, ktoré „rozrezávajú cievny a orgány.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

83% pacientov v nemocniciach je plne zaočkovaných.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Smrtnosť ochorenia COVID-19 je nižšia ako smrtnosť chripky.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Krajiny nakupovali testy na COVID-19 už v roku 2018.

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Ivermektin proti covidu nefunguje. Chválili ho nekvalitné alebo podvodné štúdie

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Očkovanie proti Covid-19 funguje, dva týždne po druhej dávke sa nakazilo len 0,06 % osôb

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

Dobre nasadený respirátor dokáže znížiť riziko infekcie z 90 percent na menej ako 1%

- Určite pravdivý
- Skôr pravdivý
- Skôr nepravdivý
- Určite nepravdivý
- Neviem

After section 4 Continue to next section

Section 5 of 5

Z akých zdrojov sa najčastejšie dozvedáte o aktuálnych informáciách?

Description (optional)

Zdroje informácií

- Sociálne siete (Facebook, Instagram, Twitter)
- Tradičné médiá (SME, Dennik N, Aktuality, Trend)
- Alternatívne médiá (Postoj, Hlavné správy, Slobodný vysielateľ, Prúd)
- Denná tlač
- Other...

Ktoré strany sú vám názorovo bližšie?

- Konzervatívne
- Liberálne
- O politiku sa nezaujímam

Pohlavie

- Muž
- Žena

Prekonali ste niekedy Covid-19?

- Áno
- Nie
- Neviem

Miesto bydliska

- Obec
- Mesto do 50 tisíc obyvateľov
- Mesto 50-100 tisíc obyvateľov
- Mesto nad 100 tisíc obyvateľov

Vzdelanie

- Zakladané
- Stredoškolské bez maturity
- Stredoškolské s maturitou
- Vysokoškolské prvého stupňa
- Vysokoškolské druhého stupňa