

# Doba postfaktická - pokřivené vnímání pravdy?

Tématem debaty z cyklu Café Evropa, kterou hostil **Evropský dům** ve středu **22. 3.**, byla doba postaktická. S moderátorem Viktorem Daňkem z Českého rozhlasu debatovali hostující profesor New York University **Tomáš Klvaňa** a **Dalibor Špok**, psycholog.

Větší část diskuze se točila kolem desinformací, kterými zásobují sociální sítě. V nich si prvenství drží Facebook, zdrojem fake news je podle statistik ze 44 procent. Nové možnosti komunikace, které měly vést k lepší informovanosti tak přinášejí pravý opak, někdy označovaný jako paradox post-faktického světa. **Nepřesné a lživé informace se tak stávají pravdou jen proto, že se pomocí sociálních sítí snadno rozšiřují.** K revoluci vnímání pravdy dochází i podle Tomáše Klvaňy. „Změnil se celý komunikační kontext,“ myslí si. Lidská psychologie se podle něj nezměnila, ale kontext, který nyní určují právě technologie, ano. Jako příklad nové doby uvedl přítomné do "před internetových časů". „*Bud' jste si stoupl někam a hovořil a zaujal svým projevem nebo jste šel do tradičních médií,*“ připomněl, jak se názory dostávaly do podvědomí lidí. „*Jenže do médií musel řečníka někdo pozvat a vše muselo projít přes editora, který se chtěl vyhnout zveřejnění propadáku. Dnes může na veřejnosti hovořit každý,*“ dodal. Politická rozprava je podle Klvaňy otevřená, k veřejné diskusi tak mají přístup všichni. „*A hoaxy se mohou rozšiřovat lépe,*“ uzavřel. Dalibor Špok se na téma dívá z psychologického hlediska.



**„Symboly doby post-faktické jsou 4: Google, Facebook, TEDx a YouTube – mění naše vnímání a poskytují instatní emoce.“**



**„Emoce je to, co udržuje sledovanost,“** potvrzuje. „*Dnes lidem chybí sebekontrola, hit je kdykoliv,*“ dodává. Podle jeho názoru si na informace nedokážeme počkat tak jako dřív, instantní emoce, jak například označuje média jako YouTube, jsou nám k dispozici ihned. Nejvíce ohrožení jsou pak ti, kdo tomuto užívání popadnou a nepochopí princip falešných zpráv. Druhá polovina debaty se stočila k politice. **„Dnes musíte najít způsob, jak si vytvořit a udržet publikum – v naší, české, kultuře je to negativní komunikace,“** uvedl Klvaňa. Podobný styl, vytvořit si a udržet publikum, podle něj dokonale zvládl současný prezident Spojených států Donald Trump. „*Když bude vykřikovat negativně a někoho napadat, tak bude mít víc lajků, než kdyby se nad něčím zamýšlel. Samozřejmě přeháním, ale tohle je dnešní trend,*“ myslí si. Špok uznává, že chápat modernizovaný svět a vzdělávat se v něm je námaha. **„Legitimní volbou v mnoha oblastech se tak stává nevolit nic,“** vysvětluje nechuť některých zapojovat se do politiky. Mít konzistentní pohled na svět už tak není důležité. „*Bavič je symbol post-faktické doby,*“ dodává. Proto **lidé, kteří se cítí ohrožení, reagují negativně a ubírají se proto k politikům, kteří jim říkají, co chtějí slyšet. A o tom je podle řečníků doba post-faktická.** Informace ztrácí v dnešní době na důležitosti, hlavní je to, co chceme slyšet. Vznikají tak nové trendy. „*Smart populisté cílí na vzdělanější lidi, říkají jim, co chtějí slyšet a vysvětlují jim to třeba v zajímavé metafoře,*“ myslí si Dalibor Špok.

**„Dnes na veřejnosti může teoreticky hovořit každý, jelikož jsme demokratizovali diskurz a otevřeli politickou rozpravu.“**

Klvaňa je názoru, že **důvod, proč posilují populistické strany je ten, že se mění okraje politiky, které pak proměňují politický mainstream.** V závěru se diskuze stočila k editorské odpovědnosti sociálních sítí, především již zmiňovaného Facebooku. Klvaňa s ní nesohlasí. „*Jen by se tím posílil jeho vliv na obsah, který filtruje do společnosti,*“ myslí si. Špok je názoru, že se nelze spoléhat jen na mediální gramotnost. „*Možná chceme být ve své bublině, chceme cenzuru a číst jen zprávy, které odpovídají naší vizi světa,*“ vysvětluje. Proto možná tradiční média prohrávají svůj boj se sociálními sítěmi. Klvaňa si myslí, že by se emoční cestou vydávat neměla. „*Chyba žurnalistiky je, že se snaží přizpůsobit trendu. Měla by ale dbát na základy, které z ní mizí – jako třeba ověřování zdrojů. To dnes téměř neexistuje,*“ uvádí. Z veřejnoprávních médií musí podle něj vymizet alibismus – ne všichni by měli dostat stejný čas na to, aby prezentovali své názory. S tím podle Špoka souvisí i fakt, že by novináři měli přijmout odpovědnost za ovlivňování obsahu. **„Pokud uděláme rozhovor s extremistou nebo rasistou, tak jeho názor označíme jako myslitelný,“** varuje. Řešení situace vidí Klvaňa jednoduše – neustupovat demagogům a populistům. „*Naše kultura není v ohrožení,*“ říká a dodává: **„Média nejsou zrcadlem světa, informují o tom, co je nové a neobvyklé. Nekopírují náš svět.“**



Zastoupení v České republice



Evropský parlament  
Informační kancelář  
v České republice



Organizátoři v rámci projektu Café Evropa poskytují prostor pro svobodnou diskusi. Její závěry však nelze zaměřovat s oficiálními stanovisky a postoji institucí EU.

[www.cafe-evropa.cz](http://www.cafe-evropa.cz)