

Ako na internete vyčnievať z davu

Marcin Napiórkowski, PhD

Keď premýšľame o falošných správach a konšpiračných teóriách online, máme tendenciu zameriavať sa na obsah. Rovnako dôležité sú však aj sociálne vzťahy, ktoré nadväzujeme prostredníctvom zdieľania informácií. Opakujeme a zdieľame určitý obsah, aby sme sa cítili ako súčasť komunity alebo naopak, aby sme potvrdili svoju jedinečnosť. Tvorcovia falošných správ to veľmi dobre vedia a majstrovsky využívajú našu túžbu zapadať a byť jedinečný.

Sledujte a opakujte

V poslednom čase sa na internete šíria rôzne verzie tohto experimentu. Na YouTube sú k dispozícii videá, na ktorých sa nič netušiaci ľudia nechajú oklamať a vymenia si miesto v električke, predvádzajú bizarné akrobatické kúsky vo výťahu a dokonca podporujú beznádejného kandidáta počas pracovného pohovoru. Mechanizmus je zakaždým rovnaký. Nevedomý účastník vstúpi do miestnosti plnej hrájúcich vtipkárov. Na vopred dohodnutý pokyn začnú skákať alebo si meniť miesta. Po chvíli váhania väčšina obetí začne nasledovať dav. V pokročilejšej verzii je obeť žartíka členom komisie, ktorá má vybrať najlepšieho kandidáta na určitú pozíciu. Prvý účastník je takmer dokonalý, druhý je absolútne nevyhovujúci. A predsa, keď sa začne rokovanie, všetci falošní členovia výboru jednohlasne chvália toho horšieho. Ako sa v tejto situácii správa obeť sprisahania? Zvyčajne po krátkom zaváhaní taktiež hlasuje za dvojku, hoci z reakcií zachytených na videu je zrejmé, že koná proti svojmu presvedčeniu. Takí sme. Všetci máme silnú potrebu prispôbiť sa: nasledovať skupinu, prijať jej normy, byť uznávaný ako platný člen.



Jeden z mnohých krátkych filmov zobrazujúcich žartíky. Obeť podľahne tlaku okolia a začne sa správať ako ostatní ľudia vo výťahu.

Všetky tu opísané situácie sú v podstate variáciami jedného z najznámejších psychologických experimentov všetkých čias. V roku 1955 americký sociálny psychológ poľského pôvodu Solomon Asch dokázal, že pri triviálnej úlohe označiť najkratší z troch riadkov subjekty prekvapivo často odpovedali nesprávne len vtedy, ak boli obklopené dohodnutými hercami, ktorí jednohlasne uviedli nesprávnu odpoveď. Samozrejme, do hry tu vstupuje mnoho faktorov (napríklad situácia samotného experimentu, autorita vedy, podozrenie z optického klamu), ale na Aschovo prekvapenie sa zdalo, že pokusné osoby viac dôverovali stanovisku skupiny ako vlastným očiam.

Aschov objav dal podnet na výskum fenoménu konformity, teda nasledovania ostatných a prispôbovania svojho správania skupinovým normám. Psychológovia a výskumníci kultúry dnes vedia veľa o mechanizmoch, ktoré riadia konformitu a posilňujú ju. Dobře poznáme aj nebezpečenstvá a nástrahy spojené so slepým nasledovaním davu.

Asi nikoho neprekvapí, že šírenie obsahu na internete do veľkej miery podlieha mechanizmom konformity.

Ak všetci okolo nás zrazu začnú hovoriť o televíznom seriáli, hre alebo o novom znepokojujúcom objave o druhej svetovej vojne, aj my sa chceme dozvedieť, o čo ide.

Aschov experiment je dobre známy zamestnancom reklamných agentúr, tvorcom pochybných webových stránok a, ako možno tušíte, aj stratégom, ktorí spravujú farmy botov a trollov. Falošné správy sú často špeciálne vytvorené a šírené s cieľom masívne zaútočiť na konkrétne skupiny používateľov a ovplyvniť normy, ktoré zdieľajú.

To však nie je koniec príbehu. Naopak, je to len začiatok. Ukazuje sa, že skutočne zákerné informačné vírusy nás dokážu chytiť do pasce ešte šikovnejšie a využiť nielen náš inštinkt konformity, ale aj opačný impulz: túžbu vyčnievať zo skupiny, byť výnimočný, nenasledovať dav.

HeroicImaginationTV, Asch Conformity Experiment, 20. 2. 2012 [prístup 14. apríla 2021]. Dostupné na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=NYDDyTlIDhA&t=139s>



Asch Conformity Experiment

1,207,963 views • Feb 20, 2012

4.5K 123 SHARE SAVE ...

HeroicImaginationTV
6.97K subscribers

SUBSCRIBE

Classic footage from the Asch conformity study. This version includes definitions of normative and informational conformity and the powerful effect of having an ally.

↑ Experiment Solomona Ascha z roku 1955 zopakovaný v roku 1971 pre televízny program. Účastníci (niektorí z nich boli nastrčení) boli požiadaní, aby si vybrali čiaru, ktorá je svojou dĺžkou najbližšie k referenčnej čiare.

Sociálna mena

Ak všetci vedia to isté, neexistuje nijaký mimoriadne atraktívny partner. Je skvelé mať prístup k informáciám, ktoré nie sú všeobecne známe: vedieť niečo, čo ostatní nevedia. Jonah Berger, špecialista na virálny marketing a autor kníh ako *Contagious. Prečo sa veci ujímajú* a *Neviditeľný vplyv: Skryté sily, ktoré formujú správanie* nazýva tento fenomén „sociálnou menou“. Niektoré druhy vedomostí fungujú rovnako ako peniaze a umožňujú nám „kúpiť si“ vyššie postavenie v skupine.

Ak sú informácie, ku ktorým máme prístup, prekvapivé, veľmi emocionálne a funkčné, ich zverejnenie nás stavia do pozície expertov alebo zasvätených osôb.

Podľa Bergera je to najdôležitejšia zložka virálneho obsahu, ktorý je schopný ovládnuť internet a vytvoriť dokonalú fám.

Ako ukazuje výskum šírenia fám, prekvapivé informácie, ktoré nie sú v súlade s naším pohľadom na svet, sa na nás často „nalepia“ a obťažujú nás. To vedia aj tvorcovia internetových reklám a špecialisti na dezinformácie, ktorí s chuťou využívajú mechanizmus „sociálnej meny“, aby nás povzbudili ku klikaniu, komentovaniu a predovšetkým k odovzdávaniu obsahu, vďaka čomu sa stávame zdrojom virálnych informácií pre ďalších príjemcov.

Na jednej strane je tu pasca konformity a na druhej strane túžba po jedinečnosti a sen byť vnímaný ako človek, ktorý sa vyzná. Je možné padnúť do oboch pascí zároveň? Môže sa človek stať obeťou prílišnej vzbury aj prílišnej konformity?

Povstalecká ríša

Prekvapivo populárny pseudovedecký príbeh o Kráľovstve Lechia je dokonalým príkladom takejto dvojitej pasce. Patrí k populárnym fenoménom, ktoré možno označiť ako „fantazijná archeológia“. Podobne ako príbehy o mimozemšťanoch stavajúcich pyramídy v Egypte a „veľkej pristávacej ploche“ v peruánskej púšti Nazca, aj príbehy o Kráľovstve Lechia predstavujú atraktívnu víziu minulosti pripomínajúcu dobrodružné filmy o Indiana Jonesovi. Zároveň – podobne ako príbehy o „tajných nacistických zbraniach“ a „utajovanej pravde o Roswellskom

incidente s UFO“ – rozprávanie o Kráľovstve Lechia zavádza tému súčasného sprisahania, v ktorom majú bližšie nešpecifikované temné sily prístup k tajným poznatkom, ktoré sa stávajú synonymom moci.

Miron, Lechici – Lachy – Polacy – Polacy, 14. 8. 2015
 [prístup 14. apríla 2022] K dispozícii na stránke Słowianie – Wiara Przyrodzona. Mitologia Słowian
 – Boginie i Bogowie Słowiańscy – Cywilizacja Słowiańska:
<https://wiaraprzyrodzona.wordpress.com/2015/08/14/lechici-lachy-polacy-polacy/>



↑ Mapa zobrazujúca údajné územia Veľkej Lechie v 6. storočí.

Lechia je v skratke starobylá slovanská ríša stará tisíce rokov. Lechiti boli údajne priami predkami Poliakov. Ešte pred tým, ako Egypťania postavili pyramídy, mali Lechiti rozsiahlu infraštruktúru a nádherné stavby. Na bojiskách porazili Cézara a Alexandra Veľkého a ovládli väčšinu Európy. V 10. storočí o to všetko prišli v dôsledku katolícko-židovsko-nemeckého sprisahania, ktoré ich pripravilo nielen o moc, ale predovšetkým o spomienku na ich niekdajšiu veľkosť. Podľa autorov ako Janusz Bieszk (*Słowiańscy królowie Lechii* [Slovanskí králi Lechie]) a mnohých internetových odborníkov na históriu existuje množstvo zdrojov, ktoré potvrdzujú tento predpoklad, od starovekých kroník až po výskum DNA. A práve tu vzniká z nášho pohľadu kľúčová otázka: ak existuje toľko dôkazov, prečo sme o nich nikdy nepočuli?

Za normálnych okolností by nás táto otázka mohla tlačiť k mechanizmom konformity. Ak učebnice, televízia alebo niekto, koho poznám, nikdy nespomenuli Kráľovstvo Lechia, potom asi s celým príbehom nie je niečo v poriadku.

Janusz Bieszk, *Słowiańscy królowie Lechii. Polska starożytna. Część 1*, Wydawnictwo Bellona, 2015 [prístup 14. apríla 2021].
K dispozícii na stránke Empik:
<https://www.empik.com/slowianscy-krolowie-lechii-polska-starozytna-bieszk-janusz.pl110077016.kniazka-p>



Podľa takých autorov, ako je Janusz Bieszk, existuje mnoho prameňov, ktoré dokazujú existenciu mocnej staroslovanskej ríše.

Propagátori lechitskej teórie však tento nedostatok informácií zámerne využívajú ako východisko. („Nepovedia nám o tom, pretože je to predsa len konšpirácia.“) Znalosť starovekej ríše sa tak stáva menou, ktorá slúži ako poznávacie znamenie zasvätených. Odovzdávaním týchto informácií svojim priateľom sa môžete cítiť ako niekto, kto je v obraze. A tieto informácie sú atraktívne a emočne nabité, pretože kto z nás by sa nechcel cítiť ako dedič starovekej moci?

A práve v tomto prípade je ďalší krok nepovšimnutý. **Príťažlivá identita založená na vzbure a odmietaní konformity nám rýchlo umožňuje vytvoriť nové väzby a vybudovať novú skupinovú solidaritu.** „My zasvätení držíme spolu.“ „Medzi nami Lechitmi.“

Mechanizmy konformizmu začínajú opäť fungovať, ale tentoraz nás odrezávajú od vedcov, školy, politikov a „mainstreamových“ médií, čím nás ešte pevnejšie pripútavajú k skupine, ktorá verí konšpiračnej teórii. Cítíme sa ako rebeli bojujúci proti mocnej ríši ľží. A bez toho, aby sme to postrehli, sa opäť začneme správať ako subjekty v Aschovom experimente. Ignorujeme vlastné obavy, ako aj zjavné omyly a absurdity v príbehoch o triumfoch Lechitov, a ani nám nenapadne, že vo svojom myslení opäť nasledujeme skupinu (lenže inú), pretože predsa „ideme proti prúdu“ a „začíname myslieť sami za seba“.

Preto je pochopenie rôznych mechanizmov sociálneho vplyvu také dôležité pre účinný boj proti dezinformáciám. Rozsah šírenia informácií je ovplyvnený nielen ich obsahom, ale aj možnosťou využitia poznatkov na budovanie sociálnych vzťahov. Mimoriadne dôležité je uvedomiť si, že iniciatíva môže vychádzať aj od nás. Nie sme len pasívnymi obeťami manipulácie. Niekedy sami vyhladávame konkrétne informácie, odovzdávame ich ďalej a infikujeme nimi ostatných používateľov, aby sme sa cítili dôležití a ocenení.

Preklad: Ústav pamäti národa (ÚPN)