

OBSAH

předmluva	9
1. BULŠIT NEBOLI ŽVANĚNÍ!	11
Bulšit	14
Žvanilové	16
Brandoliniho princip	17
Žvanění je tříložkové	17
Žvanění není lhaní	18
Machiaveliánské motivy	19
Snadno ovlivnitelní lidé	20
Účinek žvanění je ovlivněn kontextem	21
Experimenty	21
Žvanění lze měřit	22
Experimenty	23
Žvanění má psychologické předchůdce	25
Stupnice určující četnost každodenního žvanění	25
Kompetence	26
2. ORGANIZACE	33
Bullshit jobs	36
Základní kategorie bullshit jobs	37
Nejde jen o ovlivnění klientů	38
Řečová komunita	39
Pojmoví podnikatelé, hlučící nevědomost a tolerantní nejistota ..	40
Odpovědi na žvanění	42
Jestliže žvanění zvěcňuje, stává se rutinou	43
Sociální odpovědnost korporací	43

Ředitelové generální	45
Vnímání bulšitu v organizacích	46
3. MÉDIA	53
Definice	56
Postpravda, lež a bulšit	56
Předpona post-	57
Projekt digitální zprávy	58
Fake news – podvržené, podvodné, falešné, vědomě zavádějící informace	60
Psychologie fake news	61
Posun od obsahu k formě	63
Od televize k sociálním sítím	65
Barack Obama a sociální sítě	66
Trolling	67
4. POLITIKA	73
Motivované uvažování, konspirační epistemologie a bulšit	76
Důsledky postpravdivé a postfaktické politiky	77
Populistické žvanění	79
Politici mají právo lhát	82
Nová veřejnost	83
Obtížná korekce	84
Politika a emotivita	85
Vnímavost	88
Citlivost na podvržené (fake) politické zprávy	90
5. VĚDA	97
Demarkační problém	100
Vědecké podvody	102
Vědecký bulšit	102
Pseudověda	105
Mylná informace a dezinformace	107
Vědecká žurnalistika	108
Vyhledávače	109
Program SCigen	109
Predátorské časopisy a „mlýny na papír“	110
Odmítání vědy a jejích výsledků	111

6. OBRANA	119
Vědecká gramotnost	122
Poznávací oprávnění	123
Kritické myšlení	125
autor	131
rejstřík	135