

Dezinformacja z perspektywy obywateli i edukatorów: przyczyny, źródła, konsekwencje oraz rozwiązania

Denis Halagiera (Journalistic Role Performance, Zakład Komunikacji Społecznej, WNPiD, UAM)

Prof. UAM dr hab. Agnieszka Stępińska (Journalistic Role Performance, Zakład Komunikacji Społecznej, WNPiD, UAM)

THREATPIE



www.threatpie.eu



The project is financially supported by the NORFACE Joint Research Programme on Democratic Governance in a Turbulent Age and co-funded by FWO, DFF, ANR, DFG, NWO, NCN, AEI, and ESRC, and the European Commission through Horizon 2020 under grant agreement No 822166.



N A R O D O W E C E N T R U M N A U K I



Cel wystąpienia

- Celem wystąpienia jest ukazanie wyników badania fokusowego dotyczącego percepcji dezinformacji przez obywateli oraz edukatorów.
- Szczególna uwaga zostanie zwrócona na – wskazane przez obywateli oraz edukatorów – przyczyny, źródła, konsekwencje oraz metody walki z dezinformacją.



Podstawy teoretyczne

- **Koncepcja środowiska informacji politycznej**

(Esser i in., 2012)

- **Rola popytu oraz podaży na informacje o wydarzeniach w kraju i na świecie**

(Jerit i in., 2006; Van Aelst i in., 2017)

- **Obawy dotyczące spadku jakości udostępnianych informacji**

(Van Aelst i in., 2017; de Vreese i in., 2017)

Podstawy teoretyczne

- Proces intensyfikacji udostępniania nieprawdziwych informacji

(Bovet & Maske, 2019; Lazer i in., 2018; Vosoughi i in., 2018; Grinberg i in., 2019)

- Percepcja dezinformacji

(Nielsen & Graves, 2017; IPSOS, 2018)



Operacjonalizacja pojęć

- Dezinformacja:

intencjonalny lub nieintencjonalny proces rozpowszechniania nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji.



Pytania badawcze

- (PB01) Jakie – według obywateli – są przyczyny rozpowszechniania dezinformacji?
- (PB02) Kto – według obywateli – stanowi źródło fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji?
- (PB03) Jakie – według obywateli i edukatorów – są negatywne skutki rozpowszechniania dezinformacji?
- (PB04) Kto i w jaki sposób – według obywateli i edukatorów – może walczyć ze zjawiskiem rozpowszechniania fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji?
- (PB05) Jakie podobieństwa oraz różnice – w kwestii przyczyn, źródeł, konsekwencji oraz rozwiązań – wystąpiły między badanymi grupami (18-25; 55+ oraz edukatorzy)?

Metoda badawcza

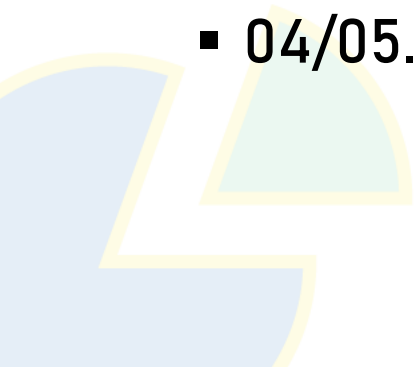
- Zogniskowany wywiad grupowy

(Fern, 2001)

- W dyskusji uczestniczyło od 6 do 8 uczestników

(Beck i in., 1986; Kitzinger & Barbour, 1999)

- 04/05.2021 r., wykorzystanie komunikatorów internetowych



Metoda badawcza

- Osoby między 18 a 25 rokiem życia oraz osoby powyżej 55 roku życia

(Andersen i in., 2021)

- Nauczyciele szkół podstawowych i ponadpodstawowych z terenów miejskich oraz wiejskich

- Scenariusz rozmowy:

I część: pozyskiwanie oraz konsumpcja informacji

II część: zagrożenia oraz możliwości

III część: selektywna dieta medialna, unikanie informacji politycznych oraz dezinformacja

PRZYCZYNY rozpowszechniania dezinformacji

18-25

55+

media społecznościowe

weryfikacja informacji

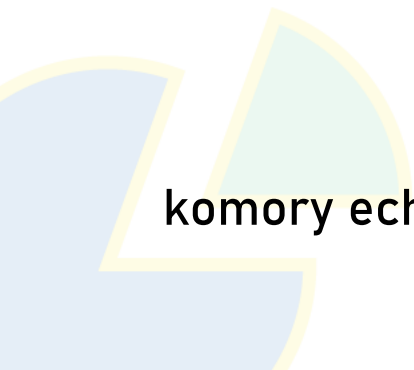
rozwój mediów

decentralizacja

kryzys autorytetów

era postprawdy

komory echa*



18-25

C12: „(...) myślę, że **prekursorem dezinformacji są media społecznościowe**. Na Facebooku mamy wiele grup określonych społeczności, które wierzą w dany przekaz (...)”



PRZYCZYNY rozpowszechniania dezinformacji

18-25

55+

media społecznościowe

weryfikacja informacji

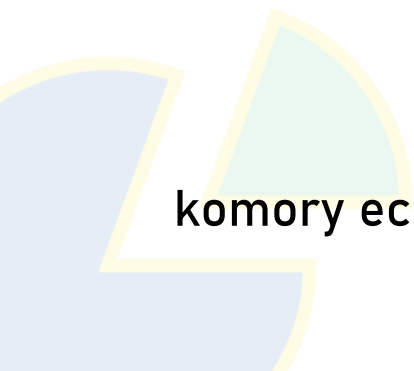
rozwój mediów

decentralizacja

kryzys autorytetów

era postprawdy*

komory echa



55+

C07: „(...) wychodzę z założenia, że **wszyscy żyjemy w czasach postprawdy**
(...) prawda nie ma znaczenia, liczą się tylko emocje, które towarzyszą nam
w trakcie wybranego wydarzenia (...)”



ŹRÓDŁA dezinformacji

18-25

55+

użytkownicy internetu

użytkownicy internetu*

grupy agitacyjne



18-25 oraz 55+

C11: „(...) internet dał względną **demokratyzację w produkowaniu i odbieraniu informacji**

(...) decentralizacja pozwala na **produkowanie masowej liczby informacji (...)**”

C01: „(...) widziałem dane o informację na temat pandemii COVID-19. Byłem przerażony, jaka

liczba wiadomości okazała się niezgodna z rzeczywistością.

Łatwość umieszczania nieprawdziwych informacji jest przerażająca (...)”



KONSEKWENCJE rozpowszechniania dezinformacji

18-25 oraz 55+

edukatorzy

komory echa
(18-25)

konsumpcja mediów
(55+)

krytyczne nastawienie

kryzys autorytetów*
(18-25)

weryfikacja treści
(55+)

unikanie informacji

zdrowie psychiczne
(18-25)

poszukiwanie informacji
(55+)

kreowanie poglądów

unikanie informacji
(18-25)

postawy obywatelskie

18-25

C11: „(...) decentralizacja pozwala **na podważanie medialnego lub naukowego autorytetu.**

Ktoś powie, że to dobrze, bo nie ma monopolu zgniłych elit.

Ktoś powie, że to źle, bo rozpowszechniamy czarną magię i wierzenia ludowe. (...)”



KONSEKWENCJE rozpowszechniania dezinformacji

18-25 oraz 55+

edukatorzy

komory echa
(18-25)

konsumpcja mediów
(55+)

kryzys autorytetów
(18-25)

weryfikacja treści
(55+)

zdrowie psychiczne
(18-25)

unikanie informacji
(18-25)

poszukiwanie informacji*
(55+)

krytyczne nastawienie

unikanie informacji

kreowanie poglądów

postawy obywatelskie

55+

C07: „(...) **poszukiwanie informacji jest coraz trudniejsze**, pomimo że źródeł mamy nieskończenie wiele. **Dotarcie do prawdziwej informacji jest niezwykle trudne (...)**”



KONSEKWENCJE rozpowszechniania dezinformacji

18-25 oraz 55+

edukatorzy

komory echa
(18-25)

konsumpcja mediów
(55+)

kryzys autorytetów
(18-25)

weryfikacja treści
(55+)

zdrowie psychiczne
(18-25)

unikanie informacji
(18-25)

poszukiwanie informacji
(55+)

krytyczne nastawienie

unikanie informacji

kreowanie poglądów

postawy obywatelskie

WALKA z dezinformacją

18-25 oraz 55+

edukatorzy

portale społecznościowe
(18-25)

dieta medialna
(18-25 oraz 55+)

podmioty medialne

sztuczna inteligencja
(18-25)

interwencja obywatelska
(18-25)

wzór do naśladowania

organizacje
fact-checkingowe
(18-25)

edukacja medialna
(18-25 oraz 55+)

edukacja medialna

regulacje prawne
(18-25)

edukacja domowa*
(18-25 oraz 55+)

spotkania ze specjalistami

18-25 oraz 55+

C11: „(...) mam nadzieję, że taki przedmiot miałby charakter praktyczny, a nie tylko nauka na pamięć. Tutaj nie chodzi o naukę definicji, chodzi o naukę, jak uniknąć przenikania nieprawdziwych informacji do umysłu (...)”

C02: „(...) uważam, że szkoła nie przygotowuje nas do życia, tak jak rodzina.

W rodzinie musimy kłaść nacisk na rozwój (...)”



WALKA z dezinformacją

18-25 oraz 55+

edukatorzy

portale społecznościowe
(18-25)

dieta medialna
(18-25 oraz 55+)

podmioty medialne

sztuczna inteligencja
(18-25)

interwencja obywatelska
(18-25)

wzór do naśladowania

organizacje
fact-checkingowe
(18-25)

edukacja medialna
(18-25 oraz 55+)

edukacja medialna

regulacje prawne
(18-25)

edukacja domowa
(18-25 oraz 55+)

spotkania ze specjalistami*

edukatorzy

E08: „(...) nie możemy się okłamywać. **Mnie na filologii polskiej nikt nie uczył o mediach.**

To wszystko jest oparte o nasze doświadczenia. Mam świadomość,

że moja przekazywana wiedza nie jest wiedzą profesjonalną (...)”

E02: „(...) przychodzi ktoś z zewnątrz. Taka osoba jest specjalistą w danym temacie


i stanowi autorytet dla uczniów (...) gdybyśmy mieli okazję **gościć taką osobę,**

z wiedzą o mediach, to byłoby to świetne rozwiązanie (...)”

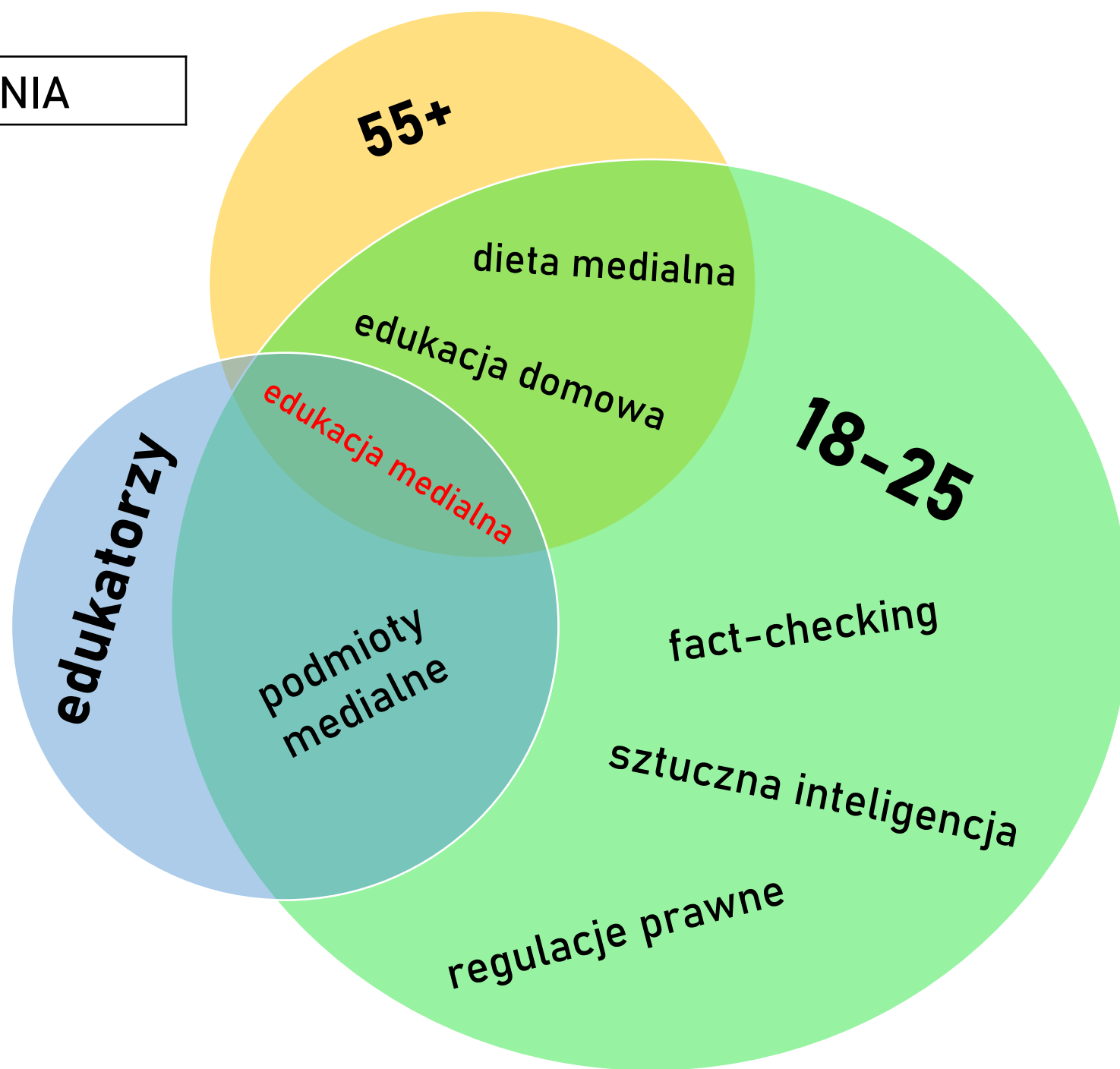
PRZYCZYNY	
18-25	55+
rozwój mediów	

ŹRÓDŁA	
18-25	55+
użytkownicy internetu	

KONSEKWENCJE		
18-25	55+	edukatorzy
konsumpcja mediów		wpływ na postawę



ROZWIĄZANIA



Wnioski



THREATPIE



www.threatpie.eu



The project is financially supported by the NORFACE Joint Research Programme on Democratic Governance in a Turbulent Age and co-funded by FWO, DFF, ANR, DFG, NWO, NCN, AEI, and ESRC, and the European Commission through Horizon 2020 under grant agreement No 822166.

Bibliografia

- Andersen, K., Ohme, J., Bjarnøe, C., Bordacconi, M. J., Albæk, E., & Vreese, D. C. (2020). *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement: From Baby Boomers to Generation Z*. Routledge.
- Beck, L.C., Trombetta W.L., Share, S. (1986). Using Focus group sessions before decisions are made. *North Carolina Medical Journal*, 47(2), 73–74.
- Bovet, A., & Makse, H. A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07761-2>
- Edelman Trust Barometer Team. (2019). Edelman. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

Bibliografia

- Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Stanyer, J., Lengauer, G., Berganza, R., Legnante, G., Papathanassopoulos, S., Salgado, S., Sheafer, T., & Reinemann, C. (2012). Political Information Opportunities in Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17(3), 247–274. <https://doi.org/10.1177/1940161212442956>
- Fern, Edward F. (2001). *Advanced Focus Group Research*. SAGE Publications.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- IPSOS. (2018). Fake news, filter bubbles, post-truth and trust. Ipsos Public Affairs. <https://www.ipsos.com/en/fake-news-filter-bubbles-and-post-truth-are-other-peoples-problems>
- Jerit, J., Barabas, J., & Bolsen, T. (2006). Citizens, Knowledge, and the Information Environment. *American Journal of Political Science*, 50(2), 266–282. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00183.x>
- Kitzinger, J., Barbour, R.S. (1999). Introduction. The challenge and promise of focus group. W: J. Kitzinger, R.S. Barbour (red.), *Developing Focus Group Research. Politics, Theory and Practice*. SAGE Publications.

Bibliografia

- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., 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>
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). “News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>
- van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheaffer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- de Vreese, C., Esser, F. and Hopmann, D.N. (red.). (2017), *Comparing Political Journalism*, Routledge.