

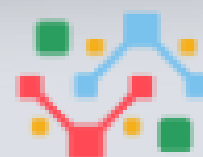
cybergia.pl

Aileron

Dlaczego treści dezinformacyjne są wiralne?



Ministerstwo
Edukacji Narodowej



NAUKA DLA
SPOŁECZEŃSTWA

cybergia.pl

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO SPOŁECZNO-POLITYCZNE

1

Aktorzy polityczni

Politycy i partie polityczne często wykorzystują dezinformację, aby kształtować opinię publiczną, wprowadzając informacje tendencyjne, niepełne lub fałszywe w celu manipulacji percepcją wyborców oraz osłabienia przeciwników politycznych.

Jakie intencje mogą kryć się za politycznymi przekazami, które otrzymujesz? Czy informacje od polityków są zawsze obiektywne, czy mogą być stronnicze?

2

Polaryzacja

Wysoki stopień podziałów w społeczeństwie sprzyja rozprzestrzenianiu się treści, które potwierdzają już istniejące przekonania, podsycając antagonizmy i umacniając bariery między grupami.

W jaki sposób media mogą przyczynić się do polaryzacji społecznej? Jakimi skutkami może mieć polaryzacja dla dyskusji publicznej i decyzji politycznych? Jakimi działaniami można podjąć, aby zmniejszyć polaryzację w społeczeństwie?

3

Populizm

Populizm wzmacnia podziały, przedstawiając świat w czarno-białych kategoriach „my” przeciwko „oni”. Sprzyja to rozpowszechnianiu treści, które są zgodne z poglądami jednej grupy i przeciwne drugiej, często ignorując fakty.

Jakie cechy charakteryzują przekazy populistyczne? Jak populizm wpływa na percepcję prawdy i fałszu? W jaki sposób możemy odróżnić faktyczne informacje od populistycznych?

4

Emocje ważniejsze niż rzetelność

W epoce „postprawdy” treści emocjonalne mają większy wpływ na opinie publiczne niż informacje faktualne i obiektywne, co prowadzi do większej wiralności, lecz niekoniecznie rzetelności przekazów.

Dlaczego emocjonalne przekazy mają większy wpływ na odbiorców niż fakty? Jakie niebezpieczeństwa niesie za sobą decydowanie na podstawie emocji? Jakimi metodami można zastosować, aby ocenić wiarygodność informacji emocjonalnej?

Dlaczego dezinformacja rozprzestrzenia się tak szybko we współczesnym społeczeństwie informacyjnym?

Za to zjawisko odpowiadają różne czynniki, które można podzielić na dwie główne grupy: czynniki związane z szerokim otoczeniem, takie jak nastroje społeczne, sytuacja polityczna i środowisko medialne, oraz czynniki indywidualne, odnoszące się do konkretnych zachowań i cech poszczególnych osób.

Dezinformacja to nie tylko kłamstwa, ale też manipulacje, które mogą wpływać na nasze społeczeństwo. Politycy i partie polityczne często rozpowszechniają informacje tendencyjne lub wprowadzające w błąd, aby realizować swoje cele. W dzisiejszych czasach polityka często skupia się bardziej na wywoływaniu emocji niż na przedstawianiu faktów, co nazywamy „epoką postprawdy”. W takiej sytuacji łatwo jest politykom i partiom politycznym manipulować informacjami, aby przekonać ludzi do swoich celów. To prowadzi do polaryzacji – czyli sytuacji, gdzie społeczeństwo dzieli się na skrajnie przeciwne grupy. Takie działania osłabiają zdolność społeczeństwa do krytycznego myślenia i prowadzą do spadku jakości publicznych dyskusji.



Ministerstwo
Edukacji Narodowej



Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach Programu „Nauka dla Społeczeństwa II”

Media coraz częściej stawiają na rozrywkę i sensację zamiast na rzetelne informowanie, co jest znane jako zjawisko entertainizacji i tabloidyzacji. W rezultacie ludzie stają się bardziej pasywnymi konsumentami, którzy wolą łatwe i przyjemne treści, co jeszcze bardziej ułatwia rozprzestrzenianie się dezinformacji. W takim środowisku łatwo manipulować publiczną opinią, co osłabia strukturę społeczną i obniża jakość debat.

DLACZEGO TREŚCI INFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO MEDIALNE

1

Media i dziennikarze

Redukcja roli dziennikarzy w procesie filtrowania i weryfikacji informacji prowadzi do zwiększonego rozpowszechniania niezweryfikowanych treści.

Jakie obowiązki mają dziennikarze wobec społeczeństwa? Jakie konsekwencje niesie za sobą publikacja niezweryfikowanych informacji przez media? W jaki sposób możemy ocenić wiarygodność źródeł medialnych?

2

Model biznesowy mediów

Mechanizm finansowania mediów, który premiuje zasięgi i klikalność, często sprzyja tworzeniu i promowaniu treści sensacyjnych, w tym dezinformacji.

W jaki sposób model biznesowy mediów wpływa na jakość i rodzaj publikowanych treści? Jakie są skutki ekonomicznych nacisków na media? Jak odróżnić treści sensacyjne stworzone dla zysku od rzetelnego dziennikarstwa?

3

Słabe media publiczne

Niedofinansowanie i kontrola polityczna mediów publicznych wpływają na obniżenie jakości i rzetelności informacji, co sprzyja rozpowszechnianiu dezinformacji.

Jakie są skutki niedofinansowania mediów publicznych dla społeczeństwa? W jaki sposób kontrola polityczna nad mediami wpływa na niezależność przekazu? Jakie działania można podjąć, aby wzmacniać niezależność mediów publicznych?

4

Powszechność social mediów

Ułatwiają one szybką wymianę informacji, co sprzyja rozpowszechnianiu dezinformacji.

Jakie role odgrywają media społecznościowe w rozpowszechnianiu informacji? Jakie są zalety i wady korzystania z portali społecznościowych jako głównego źródła wiadomości? Jakie strategie można zastosować, aby krytycznie ocenić informacje znalezione w mediach społecznościowych?

DLACZEGO TREŚCI INFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO MEDIALNE

5

Nadmiar informacyjny

-Zalew informacji sprawia, że użytkownicy często nie są w stanie przetworzyć i zweryfikować wszystkich otrzymywanych danych.

Jak nadmiar informacji wpływa na naszą zdolność do przetwarzania i zrozumienia wiadomości? Jakie techniki można zastosować, aby zarządzać nadmiarem informacji i poprawić jakość przyswajanych treści? Jak rozpoznać kluczowe informacje wśród zalewu danych, aby unikać dezinformacji?

6

Algorytmy

Personalizują treści na portalach społecznościowych, co może sprzyjać tworzeniu „baniek informacyjnych”, w których użytkownicy napotykają jedynie treści zgodne z ich przekonaniem.

Jak algorytmy wpływają na treści, które widzisz w mediach społecznościowych? Jakie są potencjalne ryzyka związane z personalizacją treści przez algorytmy? W jaki sposób możemy minimalizować wpływ algorytmów na nasze postrzeganie różnorodności informacji?

7

Rozproszona grupa odbiorców

Media starają się dotrzeć do konkretnych, często niszowych grup odbiorców, co może ograniczać pluralizm informacyjny i sprzyjać zamykaniu użytkowników w bańkach informacyjnych.

Jak rozproszenie grup odbiorców wpływa na pluralizm i różnorodność mediów? Jak media mogą lepiej służyć rozproszonym grupom odbiorców bez wpadania w pułapkę baniek filtrujących? W jaki sposób odbiorcy mogą zwiększyć swoją ekspozycję na różnorodne punkty widzenia w mediach?

8

Niski poziom zaufania do mediów

Prowadzi do szukania alternatywnych, często mniej wiarygodnych źródeł informacji.

Jakie czynniki przyczyniają się do niskiego zaufania do mediów? Jakie konsekwencje dla społeczeństwa wiążą się z niskim zaufaniem do mediów? Jakie można podjąć kroki, aby zbudować lub przywrócić zaufanie do źródeł medialnych?



Ministerstwo
Edukacji Narodowej



Wiele osób korzysta z mediów społecznościowych, co sprawia, że dezinformacja rozprzestrzenia się szybko. Użytkownicy często traktują media społecznościowe jako rozrywkę, nie jako źródło informacji, co oznacza, że rzadko sprawdzają prawdziwość treści, z którymi się stykają. Takie zachowania ograniczają naszą wiedzę polityczną.

Z kolei media tradycyjne często nie weryfikują wszystkich informacji działając pod presją czasu i rywalizacji rynkowej. Upadek tradycyjnego modelu biznesowego mediów zmniejszył inwestycje w dziennikarstwo śledcze, co obniżyło jakość dziennikarstwa informacyjnego. Media są zalewane treściami, które często są manipulowane lub fałszywe, co osłabia ich rolę jako selekcjonerów (gatekeepers) wiarygodnych informacji.

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE?

Czy wiesz, że... politycy i partie polityczne wykorzystują dezinformację do manipulowania percepcją wyborców, wprowadzając często informacje tendencyjne, niepełne lub fałszywe?

Czy wiesz, że... wysoki stopień polaryzacji społecznej sprawia, że wyborcy są bardziej skłonni wierzyć w treści, które odzwierciedlają ich własne przekonania, nawet jeśli są one fałszywe?

Czy wiesz, że... w epoce postprawdy emocjonalnie naładowane treści mają większy wpływ na opinie publiczne niż obiektywne i rzetelne informacje, co często prowadzi do większej wiralności, ale niekoniecznie prawdziwości przekazów?

Czy wiesz, że... mechanizm finansowania mediów, który premiuje zasięgi i klikalność, sprzyja tworzeniu i promowaniu treści sensacyjnych, w tym dezinformacji?

Czy wiesz, że... nadmiar informacji może prowadzić do przeładowania informacyjnego, utrudniając użytkownikom przetwarzanie i weryfikację otrzymywanych danych?

Czy wiesz, że... algorytmy na portalach społecznościowych personalizują treści, co może sprzyjać tworzeniu „baniak informacyjnych”, gdzie użytkownicy napotykać głównie treści zgodne z ich przekonaniami?

Czy wiesz, że... media społecznościowe są jednym z głównych źródeł dezinformacji, gdzie duża liczba użytkowników i szybki przepływ informacji sprzyjają rozpowszechnianiu fałszywych treści?

Rozwój technologii cyfrowych i wszechobecność mediów społecznościowych zrewolucjonizowały ekonomię mediów i sposób przekazywania informacji. Ogromne platformy internetowe zarabiają na reklamach, płacąc za kliknięcia i wyświetlenia. To zachęca do tworzenia sensacyjnych treści, które przyciągają uwagę, tzw. "clickbaity". Niektórzy publikują fake newsy dla zysku.

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO EKONOMICZNE

1

Reklama i clickbait

Struktura finansowania mediów, która nagradza zasięgi i kliknięcia, motywuje do tworzenia chwytliwych, często wprowadzających w błąd tytułów i treści.

➔ Dlaczego clickbait jest skuteczną, choć często myłą techniką w mediach? Jakie są długoterminowe skutki stosowania clickbaitu przez media? Jakie metody można zastosować, aby unikać wprowadzających w błąd nagłówków?

2

Wysoka konsumpcja social mediów

Umożliwia szybki i szeroki przepływ informacji, co sprzyja rozpowszechnianiu dezinformacji, zwłaszcza wśród odbiorców, którzy nie weryfikują treści.

➔ Jak wysoka konsumpcja mediów społecznościowych wpływa na nasze codzienne interakcje i społeczne relacje? W jaki sposób możemy zachować równowagę między korzystaniem z mediów społecznościowych a zaangażowaniem w życie w realu? Jakie strategie mogą pomóc w krytycznej ocenie informacji napotkanych na platformach społecznościowych?

My również odgrywamy kluczową rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji. Często to nie boty czy trolle, lecz my sami, zwykli użytkownicy, przekazujemy dalej fałszywe informacje. Za to zjawisko odpowiadają heurystyki, czyli uproszczone sposoby myślenia, które stosujemy, aby szybciej przetwarzać informacje. Na przykład efekt potwierdzenia sprawia, że skupiamy się na informacjach potwierdzających nasze przekonania, ignorując te, które je zaprzeczają. Załóżmy, że ktoś mocno wierzy w teorie spiskowe dotyczące zmian klimatycznych. Osoba ta będzie skłonna wierzyć i udostępniać artykuły, które twierdzą, że zmiany klimatu są oszustwem, podczas gdy solidne naukowe dowody na zmiany klimatyczne zostaną zignorowane lub zbagatelizowane. Efekt zaprzeczenia to odrzucanie faktów, które są sprzeczne z naszymi wierzeniami, nawet jeśli są prawdziwe. Gdy wyborcy są mocno przywiązani do swojej partii politycznej, mogą odrzucić wiarygodne doniesienia o korupcji w swoich szeregach jako fałszywe wiadomości, nawet jeśli są one udokumentowane i potwierdzone przez niezależne źródła.

Emocje również mają kluczowy wpływ na to, jak przyswajamy i przekazujemy informacje. Silne emocjonalne reakcje mogą zwiększyć naszą skłonność do wierzenia w treści, które wywołują te emocje, nawet jeśli są one fałszywe. Przykładowo, wiadomości wywołujące strach lub złość, jak doniesienia o rzekomym zagrożeniu zdrowotnym, mogą być szybciej rozpowszechniane, ponieważ ludzie chcą ostrzec swoich bliskich.

Wpływ społeczny także odgrywa znaczną rolę. Jesteśmy społecznymi istotami i często nasze działania w mediach społecznościowych są kształtowane przez to, co popularne lub akceptowane w naszym otoczeniu. Jeśli informacja jest szeroko udostępniana przez osoby, które znamy i którym ufamy, możemy być bardziej skłonni również jej uwierzyć i podzielić się nią dalej, bez głębszej weryfikacji. To pokazuje, jak ważne są nasze sieci społeczne w kształtowaniu naszych opinii i przekonań.

DLACZEGO TREŚCI FORMALNYCH STAJĄ SIĘ WIRALNE? UŻYTKOWNICY INDYWIDUALNI

1

Teoria dysonansu poznawczego

Ludzie odczuwają dyskomfort, gdy napotykają informacje sprzeczne z ich przekonaniami. Aby zmniejszyć ten dyskomfort, ignorują sprzeczne informacje i szukają tych, które potwierdzają ich poglądy.

Czy kiedykolwiek zdarzyło ci się zignorować dowody, ponieważ nie pasowały do twojego światopoglądu?

2

Efekt potwierdzenia

Ludzie szukają i zapamiętują informacje, które potwierdzają ich wcześniejsze przekonania. Łatwiej wierzą w fałszywe informacje, jeśli są one zgodne z ich wcześniejszymi przekonaniami.

Jak często weryfikujesz informacje, które pasują do twoich przekonań?

3

Efekt zaprzeczenia

Ludzie szukają i zapamiętują informacje, które potwierdzają ich wcześniejsze przekonania. Łatwiej wierzą w fałszywe informacje, jeśli są one zgodne z ich wcześniejszymi przekonaniami.

Jak często weryfikujesz informacje, które pasują do twoich przekonań?

4

Mechanizm wpływu społecznego

Ludzie często uznają coś za prawdziwe lub słuszne, jeśli widzą, że inni również to akceptują. Im więcej polubień, udostępnień lub jeśli informacje pochodzą od znanych osób, tym większa jest ich wiarygodność w oczach innych.

Czy zdarzyło ci się wierzyć w informację tylko dlatego, że była popularna w mediach społecznościowych? Jak często zmieniasz zdanie pod wpływem opinii znajomych?

5

Chęć bycia pierwszym

Ludzie często chcą być pierwszymi, którzy podzielą się „ważnymi” informacjami, co może prowadzić do pochopnego udostępniania treści, zanim zostaną one zweryfikowane.

Czy kiedykolwiek udostępniłeś coś, zanim sprawdziłeś, czy to prawda?

6

Emocje

Treści, które wywołują silne emocje, takie jak strach, gniew czy nadzieja, są bardziej podatne na rozprzestrzenianie się. Emocje mogą przytłumić naszą zdolność do krytycznej analizy treści, co czyni nas bardziej podatnymi na dezinformację.

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? HEURYSTYKI

1 Efekt izolacji

Informacje, które są nowe i zaskakujące, przyciągają naszą uwagę i są lepiej zapamiętywane. W rezultacie mogą być częściej udostępniane, nawet jeśli są fałszywe.

Jak często udostępniasz informacje tylko dlatego, że są nowe i zaskakujące?

2 Efekt iluzorycznej prawdy

Im częściej słyszymy jakąś informację, tym bardziej jesteśmy skłonni w nią wierzyć, nawet jeśli jest fałszywa. Powtarzalność sprawia, że treść wydaje się bardziej wiarygodna.

Jak często weryfikujesz informacje, które pasują do twoich przekonań?

3 Mechanizm oszczędności poznawczej

Ludzie mają tendencję do upraszczania rzeczywistości, angażując minimalne zasoby poznawcze do oceny informacji. To upraszczanie może prowadzić do powierzchownej analizy i łatwiejszego przyjmowania fałszywych treści.

Czy kiedykolwiek upraszczałeś skomplikowane informacje, aby łatwiej je zrozumieć?

4 Iluzja asymetrycznego wglądu

Ludzie mają tendencję do przeceniania swojej wiedzy i odrzucania nowych informacji, zwłaszcza gdy te informacje pochodzą od źródeł zewnętrznych, które postrzegają jako mniej wiarygodne.

Czy zdarzyło ci się odrzucić informację tylko dlatego, że uważałeś, że wiesz lepiej?

5 Efekt błędu ślepej plamki

Ludzie mają tendencję do dostrzegania błędów poznawczych u innych, ale nie u siebie. W efekcie mogą nie zauważać, kiedy sami ulegają dezinformacji.

Czy zdarzyło ci się zauważyć błędy poznawcze u innych, ale nie u siebie?

Heurystyki mogą znacząco wpływać na to, jak odbieramy i rozpowszechniamy informacje, podkreślając naszą rolę w rozprzestrzenianiu dezinformacji. Nawet po sprostowaniu fałszywej informacji, jak np. że szczepionki powodują autyzm, osoby, które pierwotnie uwierzyły w tę dezinformację, mogą nadal mieć wątpliwości co do bezpieczeństwa szczepień. Fałszywa informacja zostaje w pamięci, wpływając na decyzje i postawy.

Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach Programu „Nauka dla Społeczeństwa II”

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? HEURYSTYKI

6 Efekt wspierania decyzji

Po podjęciu decyzji ludzie mają tendencję do oceny swoich wyborów jako lepszych, niż są one w rzeczywistości. To sprawia, że trudniej im przyznać się do błędu.

Czy zdarzyło ci się bronić swojej decyzji, mimo że pojawiły się dowody, że była błędna?

7 Efekt skupienia

Ludzie często koncentrują się na jednym aspekcie informacji, ignorując inne, co może prowadzić do niepełnego lub błędnego zrozumienia sytuacji.

Czy zdarzyło ci się skupić na jednym aspekcie informacji, ignorując inne?

8 Efekt ciągłego wpływu

Nawet po zdementowaniu informacji, ludzie mogą nadal na niej polegać w swoich decyzjach i opiniach, ponieważ początkowe wrażenie jest silniejsze.

Czy zdarzyło ci się wierzyć w coś, mimo że wiesz, że to zostało zdementowane?

9 Efekt śpiocha

Ludzie mogą zapomnieć, skąd pochodzi informacja, ale nadal pamiętają jej treść, co sprawia, że fałszywe informacje mogą pozostać w ich pamięci jako wiarygodne.

Czy zdarzyło ci się zapomnieć, skąd pochodziła informacja, ale pamiętać samą treść?

10 Mechanizm spirali milczenia

Ludzie często boją się wyrazić swoje odmienne opinie w obawie przed odrzuceniem przez grupę. To prowadzi do wyciszania mniejszościowych poglądów i wzmocnienia dominujących narracji.

Czy kiedykolwiek bałeś się wyrazić swoje zdanie, ponieważ było ono inne niż zdanie grupy?