

Dlaczego dezinformacja staje się wiralem?

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO SPOŁECZNO-POLITYCZNE

1

Aktorzy polityczni

Politycy i partie polityczne często wykorzystują dezinformację, aby kształtować opinię publiczną. Wprowadzają informacje tendencyjne, niepełne lub fałszywe, aby manipulować w celu manipulacji percepcją wyborców oraz osłabiać 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, podsycają antagonizmy i umacniają bariery między grupami.

⇒ W jaki sposób media mogą przyczyniać 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, przedstawiają 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 opinię publiczną niż suche fakty, co prowadzi do większej wiralności, lecz niekoniecznie rzetelności przekazów.

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

DLACZEGO DEZINFORMACJA ROZPRZESTRZENIA SIĘ TAK SZYBKO?

Za to zjawisko odpowiada wiele czynników, które można podzielić na dwie główne grupy:

- czynniki zewnętrzne, związane z otoczeniem społecznym, politycznym i medialnym (np. nastroje społeczne, niestabilność polityczna, charakter mediów),
- czynniki indywidualne, odnoszące się do postaw, emocji i zachowań konkretnych osób.

Dezinformacja to nie tylko jawne kłamstwa, lecz także subtelne manipulacje, które mogą wpływać na społeczeństwo. Często jest wykorzystywana przez polityków i partie polityczne do osiągania celów poprzez rozpowszechnianie informacji jednostronnych, niepełnych lub celowo wprowadzających w błąd.

Współczesna polityka coraz częściej opiera się na wzbudzaniu emocji, a nie na prezentowaniu faktów (tzw. „epoka postprawdy”, w której fakty ustępują miejsca przekonaniom i narracjom). W takim klimacie łatwo manipulować przekazem, by pozyskać poparcie. Skutkiem tego jest polaryzacja społeczna – czyli podział społeczeństwa na skrajnie przeciwstawne obozy. Taki stan rzeczy osłabia zdolność obywateli do krytycznego myślenia i obniża jakość debaty publicznej.

Media coraz częściej stawiają na rozrywkę i sensację kosztem rzetelnego informowania – zjawisko to określane jest mianem entertainizacji i tabloidyzacji. W efekcie odbiorcy stają się coraz bardziej pasywni i skłonni do wybierania treści łatwych w odbiorze, które dostarczają emocji, ale niekoniecznie wiedzy. Taki sposób konsumpcji informacji sprzyja rozpowszechnianiu dezinformacji. W środowisku opartym na uproszczeniach i emocjach znacznie łatwiej jest manipulować opinią publiczną, co z kolei osłabia spójność społeczną i pogarsza jakość debaty publicznej.



DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? ŚRODOWISKO MEDIALNE

1

Media i dziennikarze

Ograniczenie 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.



Jaką rolę 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 DEZINFORMACYJNE 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 „bańek informacyjnych”, w których użytkownicy napotykają jedynie treści zgodne z ich przekonaniami.



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 docierać do różnych grup, nie zamykając ich w bańkach informacyjnych? Co może zrobić odbiorca, żeby poznawać różne punkty widzenia?

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? Jak można podjąć kroki, aby zbudować lub przywrócić zaufanie do źródeł medialnych?

Wiele osób korzysta z mediów społecznościowych, co sprzyja szybkiemu rozprzestrzenianiu się dezinformacji. Użytkownicy często traktują social media jako źródło rozrywki, a nie informacji, co oznacza, że rzadko sprawdzają prawdziwość treści, z którymi się stykają. Tego typu zachowania przyczyniają się do ograniczenia wiedzy politycznej i społecznej odbiorców.

Z kolei media tradycyjne coraz częściej działają pod presją czasu i konkurencji rynkowej, co utrudnia dokładną weryfikację informacji. Upadek klasycznego modelu biznesowego w branży medialnej doprowadził do ograniczenia inwestycji w dziennikarstwo śledcze, co negatywnie wpłynęło na jakość przekazów informacyjnych. Media są zalewane ogromną liczbą treści, które często są manipulowane lub fałszywe, co osłabia ich dotychczasową rolę selektonera wiarygodnych informacji (gatekeeper).



DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE?

Czy wiesz, że... politycy i partie polityczne wykorzystują dezinformację, aby manipulować 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 opinię publiczną niż obiektywne i rzetelne informacje, co często prowadzi do większej wiralności, ale niekoniecznie prawdziwości przekazu?

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 „baniń informacyjnych”, gdzie użytkownicy napotykają 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 oraz wszechobecność mediów społecznościowych zrewolucjonizowały ekonomię mediów i sposób przekazywania informacji. Duże platformy internetowe czerpią zyski z reklam, opartych na liczbie kliknięć i wyświetleń. To zachęca do tworzenia sensacyjnych treści, które przyciągają uwagę, tzw. „clickbaity”. W tym modelu sensacja często wypiera rzetelność, a fake newsy są celowo publikowane dla zysku finansowego.



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 istotną rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji. Często to nie boty czy trolle, lecz my sami, zwykli użytkownicy, przekazujemy dalej fałszywe informacje. Dzieje się tak m.in. za sprawą tzw. heurystyk, czyli uproszczonych mechanizmów myślenia, Pomagają nam one szybciej przetwarzać informacje, ale jednocześnie sprawiają, że łatwiej padamy ofiarą manipulacji. Jednym z takich mechanizmów jest efekt potwierdzenia, który sprawia, że zwracamy uwagę głównie na informacje zgodne z naszymi przekonaniem, a ignorujemy te, które im przeczą. 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, nawet jeśli przeczą temu rzetelne dane naukowe. Innym zjawiskiem jest efekt zaprzeczenia, który polega na odrzucaniu faktów niezgodnych z naszymi przekonaniem, nawet jeśli są one potwierdzone. Osoba silnie związana z daną partią polityczną może np. zignorować wiarygodne doniesienia o korupcji w jej szeregach, uznając je z góry za fałszywe lub motywowane politycznie.

Emocje również silnie wpływają na to, jak odbieramy i przekazujemy informacje. Treści, które wywołują strach, złość czy oburzenie mogą być chętniej rozpowszechniane, niekoniecznie dlatego, że są prawdziwe, ale dlatego, że wywołują silną reakcję. Na przykład fałszywe doniesienia o zagrożeniu dla zdrowia mogą szybko się rozchodzić, ponieważ ludzie chcą „na wszelki wypadek” ostrzec swoich bliskich.

Dużą rolę odgrywa także wpływ społeczny. Jako istoty społeczne często kierujemy się tym, co jest popularne lub akceptowane w naszym otoczeniu. Jeśli daną informację udostępnia wiele znanych nam osób, szczególnie tych, którym ufamy, jesteśmy bardziej skłonni w nią uwierzyć i przekazać ją dalej, nawet bez sprawdzenia jej wiarygodności. To pokazuje, jak duże znaczenie mają nasze sieci społeczne w kształtowaniu opinii i przekonań.

DLACZEGO TREŚCI DEZINFORMACYJNE STAJĄ SIĘ WIRALNE? UŻYTKOWNICY INDYWIDUALNI

1 Teoria dysonansu poznawczego

Ludzie odczuwają dyskomfort, gdy napotykają informacje sprzeczne z ich przekonaniem. 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 automatycznie odrzucają informacje sprzeczne z ich opinią, nawet jeśli są one prawdziwe i dobrze udokumentowane.

⇒ Dlaczego trudniej jest przyjąć argumenty z „drugiej strony”?

3 Efekt zaprzeczenia

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

⇒ 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 odbiorcy.

⇒ 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.

⇒ Czy kiedykolwiek zauważyłeś, że emocje wpływają na twoją reakcję na informację? Czy udostępniłeś coś, zanim sprawdziłeś, czy to prawda?

Heurystyki mają duży wpływ na to, jak odbieramy i przekazujemy informacje, co podkreśla naszą rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji. Nawet gdy fałszywa informacja zostanie później sprostowana (na przykład ta, że szczepionki powodują autyzm) osoby, które wcześniej w nią uwierzyły, mogą nadal mieć wątpliwości co do bezpieczeństwa szczepień. Takie nieprawdziwe treści pozostają w pamięci i mogą wpływać na nasze decyzje oraz postawy, mimo że zostały oficjalnie obalone.

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.

⇒ Czy zdarzyło ci się uwierzyć w coś tylko dlatego, że słyszałeś to wiele razy?

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 ze źródeł, które są postrzegane 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?

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 wyciszenia mniejszościowych poglądów i wzmocnienia dominujących narracji.

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