



Dezinformacja – co to jest? , Stop dezinformacji!

Dezinformacja – czym jest i jak ją zweryfikować?

Człowiek jest istotą społeczną podatną na wpływ innych ludzi. Dzieje się to również w cyberprzestrzeni. Rozwój nowych technologii i środowiska cyfrowego umożliwił wykorzystanie tego zjawiska na niespotykaną dotąd skalę. Dzięki Internetowi mamy dostępno bardzo wielu źródeł informacji, możemy także dzielić się nią w czasie rzeczywistym za pomocą różnego rodzaju mediów internetowych. Jednakże stworzyło to pole możliwości manipulacji przekazem, przeinaczania treści, a nawet tworzenie fałszywych komunikatów, tzw. „fake news”. Pierwotnie fałszywą informacją posługiwano się, by przyciągnąć uwagę i była szeroko upowszechniana, a dzięki opatrzeniu reklamą, przynosiła pieniądze jej autorom. Zjawisko nazywane potocznie „fake news” znane jest od dawna jako **dezinformacja**.

Rodzaje dezinformacji

Aby dobrze zrozumieć czym jest dezinformacja, przypomnijmy sobie czym jest informacja? Jest to przedstawienie obiektywnego faktu, który może być interesujący dla wielu ludzi. Informacja powinna być możliwa do zweryfikowania.

O dezinformacji możemy mówić, gdy rozpowszechniane informacje:

- są całkowicie lub częściowo fałszywe, zmanipulowane lub wprowadzające w błąd;
- dotyczą kwestii ważnej z punktu widzenia interesu publicznego;
- mają wywołać niepewność lub wrogość, doprowadzić do polaryzacji albo zakłócenia procesów demokratycznych;
- są rozpowszechniane lub wzmacniane za pomocą zautomatyzowanych i agresywnych technik, takich jak boty społeczne, sztuczna inteligencja (AI), mikrotargeting lub trollowanie.

W **Kodeksie Dobrych Praktyk w zakresie dezinformacji**, który powstał we współpracy jedenastu organizacji i instytucji, wyróżniono następujące rodzaje dezinformacji:

- **Dezinformacja** - celowe działanie, którego celem jest sfabrykowanie lub zaburzenie przekazu informacyjnego, by osiągnąć własne korzyści polityczne, społeczne, finansowe, militarne, etc.

- **Misinformation** (dezinformacja niezamierzona) – to w efekcie braku wiedzy, znajomości kontekstu itp. powielanie nieprawdziwych i niezweryfikowanych informacji przez użytkownika, który bezkrytycznie przekazuje zmanipulowane treści.
- **Malinformation** (złośliwe lub szkodliwe wiadomości) – informacje prawdziwe, udostępniane z intencją wyrządzenia krzywdy.

Media Społecznościowe są głównym źródłem dezinformacji

Tradycyjne media tracą na znaczeniu, co potwierdzają statystyki. Wg raportu opublikowanego przez Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych (IBIMS) oraz Fundację IBRIS w listopadzie 2021 r. 62% respondentów zadeklarowało, że ich **głównym źródłem informacji były portale internetowe**, takie jak Wirtualna Polska czy Onet. Niecałe 40% przyznało, że czerpie wiedzę z doniesień telewizyjnych TVN w „Faktach” o 19:00. Na trzecim miejscu jako źródło wiedzy 38,5% osób wskazało Media Społecznościowe, takie jak Facebook czy Twitter.

Dziś media nie tylko dostarczają informacje, ale mają wpływ na kreowanie świadomości i poglądów społeczeństwa. Wiedząc o tym, miej na uwadze, że informacje obecnie może publikować każdy – niezależnie od wykonywanego zawodu. Nie każda z tych osób będzie publikowała treści w sposób kompetentny, rzetelny i obiektywny. Dodatkowo, my - czytelnicy, w natłoku wiadomości, czyjąś opinię możemy uznać za fakt. Pamiętaj, że **opinie od informacji odróżnia** przede wszystkim to, że opierają się na odczuciach oraz refleksjach osoby, która je wygłasza.

Jak podał Eurostat - w grudniu 2021 roku **47% osób w wieku 16-74 lat w UE widziało nieprawdziwe lub wątpliwe informacje** w witrynach informacyjnych lub mediach społecznościowych w ciągu 3 miesięcy poprzedzających badanie. Czy wiesz, że jedynie 23% badanych użytkowników Internetu zweryfikowało prawdziwość informacji lub treści? W przypadku Polski - 40% respondentów przyznało, że natknęło się na nieprawdziwe lub wątpliwe informacje w Internecie, a zaledwie **16% sprawdziło wiarygodność** przeczytanych treści.

Ze **zmasowaną liczbą nieprawdziwych informacji** mieliśmy do czynienia od początku ogłoszenia pandemii Covid-19. Po ataku Rosji na Ukrainę, w sieci niemal natychmiast zaczęły pojawiać się treści dezinformacyjne i rozprzestrzeniać w błyskawicznym tempie. 3 marca br. Instytut Badania Internetu i Mediów Społecznościowych opublikował na swoim profilu na Facebooku następujący komunikat: „W ostatnich 24h odnotowano ponad **120.000 prób dezinformacji w przestrzeni polskich Mediów Społecznościowych w temacie #Ukraina #wojna #Rosja.**” Według Instytutu nastąpiła widoczna i drastyczna radykalizacja grup antyuchodźczych, działających głównie w kanałach anty #COVID.

Kanały dezinformacji

Jako internauci nie zawsze wiemy, jak odróżnić informację prawdziwą od zmanipulowanej. Tym bardziej jest to trudne, że wiele z tych przekazów częściowo zawiera

prawdę, ale przedstawioną w wykrzywionym kontekście. Do dezinformacji używane są też filmy i zdjęcia, które bardzo trudno jest zweryfikować a robią silne wrażenie. Czasami zaś mamy do czynienia z trollami (często są to boty), które w ogóle nie podają informacji, a ich wypowiedzi mają formę *agresywnych, podżegających do konfliktu opinii* – wyjaśnia Robert Król, Dyrektor Centrum Nowych Technologii dla Polityk Publicznych w NASK.

Jakimi kanałami rozpowszechniane są nieprawdziwe informacje? Powszechnie uważamy, że wykorzystywane są do tego typu działań przede wszystkim boty lub trolle. Warto jednak pamiętać, że możemy się z nimi zetknąć praktycznie wszędzie: w telewizji, gazetach, w Mediach Społecznościowych, na portalach internetowych, na billboardach, na spotkaniu służbowym czy rodzinnym obiedzie.

Kto może rozpowszechniać fałszywe informacje?

- **Trolle** – w kontekście dezinformacji mówimy o kontach zamieszczających kontrowersyjne lub silnie zabarwione treści w celu zwrócenia na siebie uwagi albo sprowokowania, ośmieszenia lub obrażenia innych uczestników.
- **Boty** – konta zautomatyzowane lub półautomatyzowane, charakteryzujące się powtarzającymi się zachowaniami dotyczącymi interakcji z publikowanymi przez inne konta treściami.
- **Liderzy opinii** – osoby o ugruntowanej oraz opiniotwórczej pozycji, które wpływają na poglądy użytkowników, realnie propagując określone tezy. Tego typu konta są skutecznym nośnikiem świadomej lub nieświadomej dezinformacji.
- **Zwykli użytkownicy** – często komentują lub udostępniają treści bez ich uprzedniej weryfikacji.
- **Media i dziennikarze** - są specjalnym zbiorem funkcjonującym w ramach grupy liderów opinii.

Negatywny wpływ „fake newsów”

We wstępie wspominałam, że **jesteśmy podatni na wpływ innych ludzi**. Przykładem wpływu społecznego w Internecie jest **bezkrytyczne i bezrefleksyjne udostępnianie nieprawdziwych wiadomości**. Czasem możesz powielić „fake news”, bo wcześniej zrobiła to znana osoba lub autorytet w danej dziedzinie, innym razem informacja brzmi wiarygodnie – bo tak powiedział nasz sąsiad albo ciocia koleżanki z pracy. Zatem rozpowszechnianie dezinformacji może być również efektem wpływu społeczności internetowej, grupy rówieśniczej czy rodziny.

Zdaniem profesor Anne Britt z wydziału psychologii Northern Illinois University **„fake newsy” rozpowszechniane w Internecie są znacznie poważniejszym problemem, niż sądzimy**. Fałszywe wiadomości wpływają na szereg czynności psychicznych zwanych procesami poznawczymi, które umożliwiają człowiekowi odbieranie bodźców z otoczenia, zapamiętywanie, wnioskowanie, komunikowanie się, podejmowanie decyzji, a ostatecznie – zachowanie. **Tego typu treści manipulują procesami poznawczymi odbiorców**, powodując

realne zmiany w postrzeganiu rzeczywistości, kształtowaniu postaw i procesie decyzyjnym.

Eksperti podkreślają, że **efekt wpływu fałszywych wiadomości na pamięć** i proces podejmowania decyzji jest zauważalny nawet wtedy, gdy odbiorca zrozumie, że informacja, którą wcześniej uznał za prawdziwą, jest fałszywa. Zjawisko to jest znane w psychologii jako **continued-influence effect (CIE)** i opiera się na założeniu, że **pamięć długotrwała przechowuje informacje niezależnie od tego czy są one prawdziwe, czy też nie**. Co więcej, funkcjonowanie ludzkiej pamięci dalekie jest od sposobu działania „czarnej skrzynki”, która dokładnie rejestruje, a następnie odtwarza informacje. Coraz więcej badań potwierdza, że pamięć jest pewnego rodzaju procesem umysłowym (re)konstruowania wspomnień podatnym na zniekształcenia. Oznacza to, że **wspomnienia o pewnych wydarzeniach mogą zostać zmienione na skutek dezinformacji**, której źródłem są plotki, pomówienia, teorie spiskowe, propaganda czy fałszywe wiadomości bezpośrednio odnoszące się do przechowywanych w pamięci wydarzeń.

Czynnikami, który istotnie wpływa na poziom utrwalenia informacji w pamięci, są silne emocje. Liczne wyniki badań wykazały, że **fałszywe wiadomości, które wzbudzają u odbiorców uczucie gniewu, strachu czy empatii, pogłębiają wiarę w fałszywy przekaz**, są lepiej zapamiętywane i chętniej rozpowszechniane w Internecie. Przykładem negatywnego wpływu „fake newsów” jest działalność ruchu antyszczepionkowego, którego przedstawiciele rozpowszechniają informacje o związku przyczynowo-skutkowym pomiędzy występowaniem autyzmu, a niektórymi szczepieniami. Mimo że badanie opisujące ten związek zostało sfalszowane, wciąż nie brakuje osób, które wierzą w jego wyniki. Konsekwencją jest obserwowany w ostatnich latach spadek zaufania do bezpieczeństwa szczepień i wzrost zagrożenia epidemią.

#Włącz Weryfikację

Na kontakt z nieprawdziwymi informacjami jesteśmy narażeni każdego dnia. Celem kampanii dezinformacyjnych jest m.in. wzbudzanie poczucie zagrożenia, strachu, wzmacnianie tez antynaukowych czy propagowanie wrogości wobec konkretnych osób czy grup. W ostatnim czasie przykładem tego typu działań są bardzo nieprzychylnie, a nawet napastliwe komunikaty wobec ukraińskich uchodźców. Ulegając manipulacjom, możemy nawet nie zdawać sobie sprawy z tego, jak na ich podstawie kształtują się nasze opinie. Dlatego tak ważne jest, abyśmy nie byli obojętni.

Przykłady prób wpływania na nastroje społeczne w Polsce zbiera i analizuje **Dział Przeciwdziałania Dezinformacji w NASK**. Zapraszamy na profile **#WłączWeryfikacjęna Facebooku** - i **Twitterze**. Zachęcamy Cię do ich śledzenia.

Eksperti NASK proponują, aby weryfikować wpisy w Internecie, stosując Zasadę 5xZ:

- **Zweryfikuj**, czy źródło jest wiarygodne (np. czy znasz osobiście autora).
- **Zweryfikuj**, prawdziwość i logiczność przedstawionej relacji.

- **Zweryfikuj**, czy tę samą sytuację potwierdza inne źródło.
- **Zweryfikuj**, co jest opinią autora, a co jest faktem.
- **Zweryfikuj**, czy autor zgłosił sytuację odpowiednim służbom, jeżeli jest taka konieczność.

Przykłady fałszywych lub zmanipulowanych informacji można przysyłać na adres:

[http:// informacje@nask.pl](mailto:informacje@nask.pl)

Źródła:

- <https://www.unicef.org/globalinsight/reports/digital-misinformation-disinformation-and-children> (dostęp z 17.05.2022)
- IBRIS (<https://ibims.pl/polacy-w-internecie-czyli-skad-czerpiemy-wiedze-na-temat-otaczajacej-nas-rzeczywistosci-analiza-badania-ibris/>) (dostęp z 17.05.2022)