

Mediju darba izaicinājumi pandēmijas laikā: ziņu nogurums, naidīgo mediju efekts un dezinformācija

Anda Rožukalne, profesore
RSU Komunikācijas fakultātes dekāne
Latvijas Mediju Ētikas padome, 23.07.2021.

Lekcijas saturs

1. Pētījumu dati: VPP «Dzīve ar COVID-19»; Santas Mežzīles maģistra darbs, Rēzijas Raugas maģistra darbs.

Metodes: sabiedrības aptaujas, kvalitatīvās daļēji strukturētās intervijas, komentāru kvalitatīvā un kvantitatīvā kontentanalīze

2. Teorētiskās pieejas: uzticēšanās, sociālā identitāte;

Patiesības pēc noklusējuma teorija (Truth Default theory, Timoty R. Levine)

Naidīgo mediju efekts (Hostile media effect)

Auditorija un satura izplatīšana (sharing)

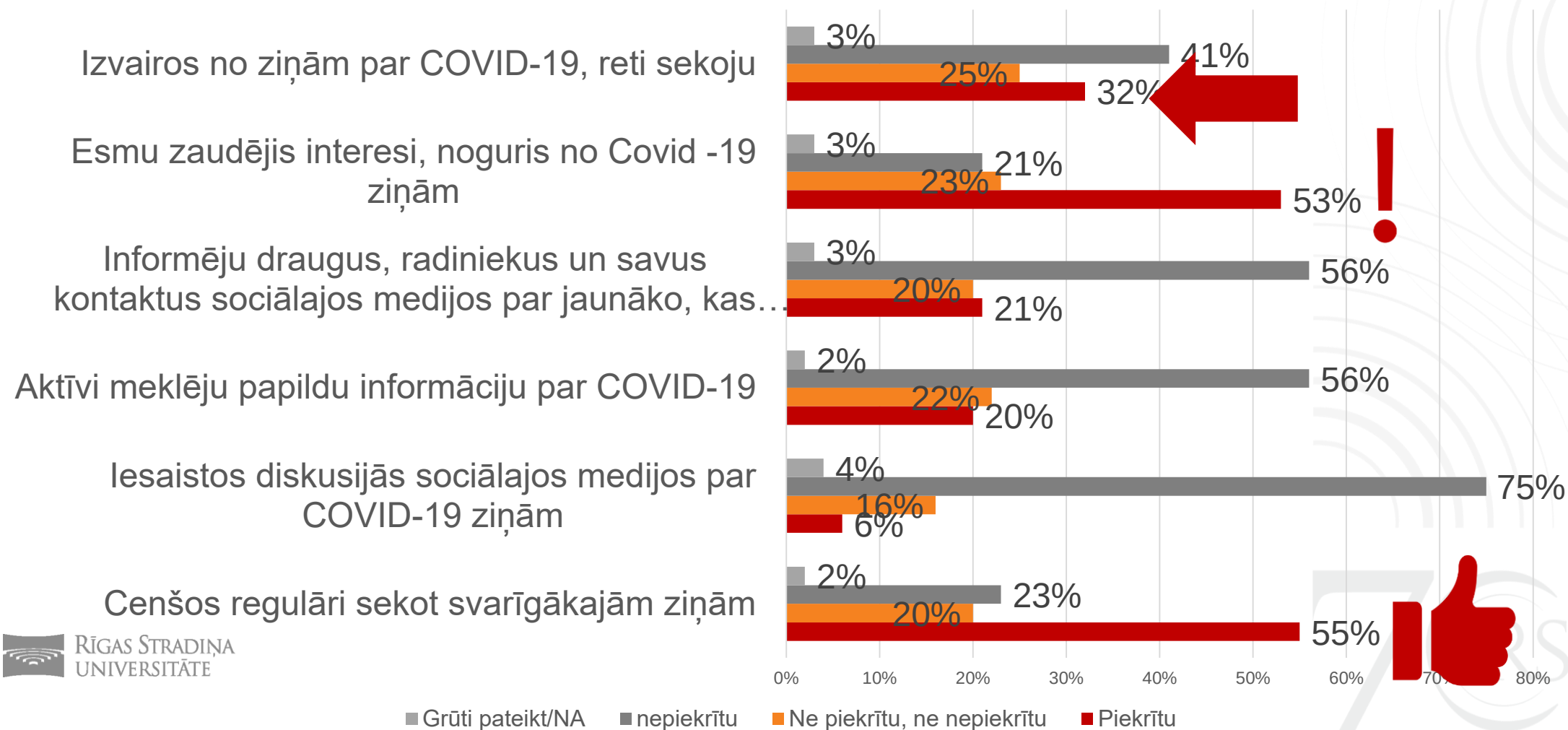
Par medijiem

Mediji pandēmijas laikā:

- Cīnījās ar resursu kritumu un informācijas sarežģītību
- Izmantoja jau esošās satura veidošanas pieejas: oficiāli avoti, politiskā dienas kārtība
- Atsevišķos gadījumos mediji publicēja dezinformāciju, galvenokārt – ja tā atbilst to redakcionālajām vērtībām (politiskā ideoloģija, pozīcija, politiskās atbalstīšanas vai neatbalstīšanas prakse)
- Pieauga kvalitatīvu faktu pārbaudes materiālu un dezinformācijai veltīta satura skaits un apjoms
- Pandēmijas sākumā: medijiem sadarbības loma, vēlāk – kritisks valdības darba vērtējums, savas oriģinālās dienas kārtības

Ziņu nogurums: zināšanas par COVID-19, uzticēšanās informācijas avotiem, slimības riska uztvere

Kā pēc ārkārtas situācijas mainījusies Jūsu attieksme pret ziņām un cita veida informāciju par COVID-19?



Kā jūs ietekmē ziņas par Covid – 19?

VK/SKDS dati par ziņu nogurumu:
2021.g. janv. – 37%
2021.g. febr. – 49%
2021.g. marts - 53%

Ziņas mani atstāj vienaldzīgu, jo man svarīgu jaunumu tajās ir maz

Ziņas mani nomāc, samazina vēlēšanos uzzināt jaunumus

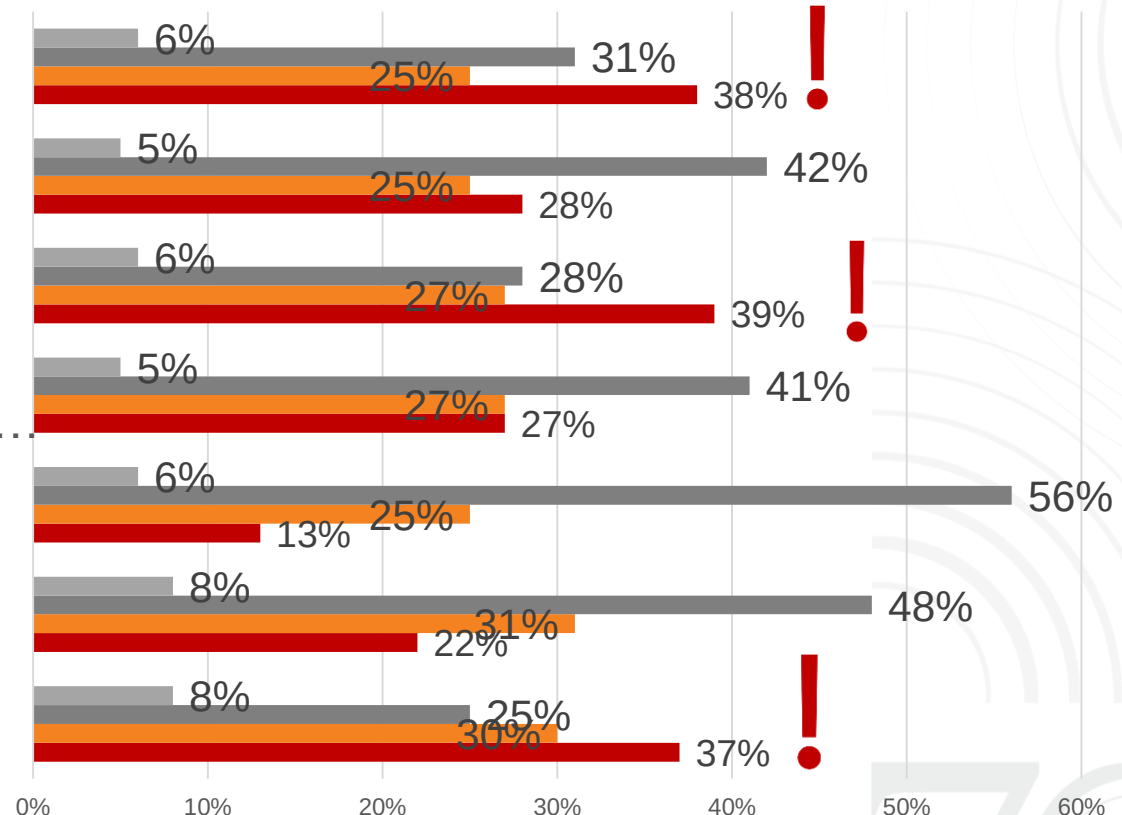
Nepaļaujos uz to, ka ziņās par COVID-19 saka patiesību

Ziņas mani satrauc, liek pastiprināti pievērst uzmanību COVID-19, ievērot noteikumus un..

Redzot vai dzirdot ziņas par COVID-19, mani pārņem bezpalīdzības izjūta

Jūtos arvien nedrošāk vispārējās neziņas un pretrunīgās vai nepietiekamās informācijas dēļ

Es jūtos drošāk, varu plānot savu dzīvi



Saslimšanas riska uztvere Covid-19 pandēmijas laikā (N=1005)

Ļoti augsts satraukums	Vidēji satraukums	Nesatraukums
Ļoti augsts un reāls, 46%	Vidēji augsts un reāls, 22%	Zems un gandrīz nereāls, 14%
		Diezgan satraukums NA
		Grūti pateikt/NA, 6%
		Loti satraukums
		Augsts un reāls, 9%
		Loti augsts un ļoti reāls, 3%

Satraukti – 12%
Vidēji satraukti – 68%
Nesatraukti – 14%

Apkopojums

Nesatrauktie

- Retāk seko ziņām, neiesaistās diskusijās
- Nemeklē informāciju, neinformē citus
- Izvairās no ziņām, netic, ka tajās saka patiesību
- Uzskata ziņas par nomācošām (45%).

Nedaudz satrauktie

- Seko ziņām, informē citus
- Jūtas noguruši, vidēji nedroši un satraukti

Vidēji satrauktie

- Seko ziņām, aktīvāk meklē informāciju
- Jūtas diezgan noguruši un satraukti, ir vidēji izvairīgi

**Biežāk: vīrieši,
pamatizglītība, cita
tautība, vienkārša daba
darītāji, vecumā no 25
līdz 44 gadiem.**

Apkopojums

Diezgan satrauktie

- Gatavi veltīt laiku ziņām, bet netic saturam
- Ieinteresēti, vidēji izvairīgi, bet visbezpaldzīgākā grupa (29%)

Biežāk: augstākā izglītība, 64 – 75 gadi, cita valoda, nestrādā, Latgalē, slikts veselības stāvoklis

Ļoti satrauktie

- Ziņas palīdz plānot dzīvi, biežāk diskutē, vienlaikus jūtas drošāk un nedrošāk
- Nav vienaldzīgi, pastiprināti pievērš uzmanību drošības pasākumiem

Biežāk: ļoti slikts veselības stāvoklis, 55 – 63 gadi, nepilsoņi, Kurzeme, Zemgale

Dezinformācija

Lūdzu, atzīmējiet, kuriem no vairākiem sabiedrībā un sociālo mediju vidē izskanējušajiem komentāriem par COVID-19 pandēmiju jūs piekrītat!
N=1013.

COVID-19 pasākumu mērķis ir pilnīga visu iedzīvotāju kontrole (t.sk. čīpošana)	15%
No iedzīvotājiem tiek slēpts, ka ir iespējams saindēties, pārmērīgi lietojot dezinfekcijas līdzekļus	11%
Statistika par COVID-19 izraisītajiem nāves gadījumiem ir maldinoša, jo patiesībā šie cilvēki miruši no vecuma vai jau iepriekš esošām saslimšanām, nevis tieši no COVID-19	33%
Sejas masku valkāšana var veicināt valkātāja saindēšanos ar ogļskābo gāzi (CO2)	11%
Sociālā distancēšanās ir lieks un nevajadzīgs apgrūtinājums sabiedrībai	6%
Ierobežojumu ievērošana nav nepieciešama, jo Latvijā ir ļoti zema saslimstība ar COVID-19	6%
Nevienam no tiem	25%
Grūti pateikt/NA	7%

30% -Covid 19 radītais haoss izdevīgs politiķiem,
17% - tic, ka COVID-19 ir līdzīgs gripai, nav vērts tam veltīt tik lielu uzmanību un pasākumus

Facebook dezinformācijas izplatītāju pētījums

Santa Mežžīle

Ticība dezinformācijas vēstījumiem samazina slimības draudu uztveri, dezinformācija ietekmē uzskatus par slimības nopietnību un iespēju inficēties.

Zema slimības draudu uztvere veicina negatīvu attieksmi pret Covid-19 apkarošanas ierobežojumiem.

Intervētie Facebook lietotāji tic dezinformācijai, tāpēc arī piedalās tās izplatīšanā. Dezinformāciju izplata, jo uzskata, ka tādā veidā dara labu darbu, informācija var kādam noderēt.

Šo pārliecību stiprina negatīva attieksme pret valdību un profesionālajiem medijiem.

Facebook dezinformācijas izplatītāju pētījums

Piemērs:

Respondents nr.1: «Man ir iekšējā sajūta, ja es redzu ka kāds jau reizi oficiālajos sociālajos medijos ir nopublicējis kādas muļķības, tad man rodas vēlme sameklēt un atrast ko par to saka citi, kas neskaitās tie oficiālie.»

«Alternatīvā vidē ir daudz un dažādu viedokļu un katrs izvēlēsies kas viņam labāk patīk. Tur neviens neko neuzspiež. Var atrast video, kurus citur izdzēš vai intervijas ar zinātniekiem, kas ir godīgi un teiksim tā, nedanco pēc valdības norādēm.»

J: Vai ir kāds kopējs mērķis, kāpēc jūs Facebook publicējat rakstus?

A: «Mērķis protams ir! Tas ir radīt alternatīvu vidi jeb nomainīt to informatīvo lauku. Nevar tā būt ka visiem smadzenēs tiek spiesta tikai viena propaganda un nekur, nekas cits neeksistē. Diemžēl latviešu valodā ir diezgan maz tādu materiālu, citās valodās ir, bet ne jau visi saprot tās valodas tāpēc es esmu pieņēmis, ka tas ir mans ieguldījums vismaz iztulkot.»

Facebook dezinformācijas izplatītāju pētījums

Santa Mežžīle

- **Dezinformācijas uztveri ietekmē medijpratība. Liela daļa gan aptaujas respondentu, gan interviju dalībnieku nepārbauda un nenoskaidro informācijas avota uzticamību.**
- **Esošajiem uzskatiem ir galvenā nozīme, pieņemot lēmumu par informācijas uzticamību.**
- **Ticība dezinformācijai skaidrojama ar negatīvu attieksmi pret valsts varu, politiķiem un medijiem, kas publicē oficiālo informāciju.**
- **Pētījuma dalībnieki jūtas piederīgi tiem, kuri izplata pretēju informāciju oficiālajai informācijai. Faktu pārbaude tiek saistītas ar cenzūru, valdība un mediji ir korumpēti, izplata propagandu, dezinformāciju.**

Facebook dezinformācijas izplatītāju pētījums

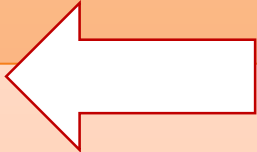
Santa Mežžīle

- Individīdi izplata dezinformāciju tādēļ, jo uzskata, ka kādam šī informācija var noderēt, palīdzēt, vai arī tas ir viņu pienākums. Altruisms jeb pārliedzība, ka ar darbību tiek kādam palīdzēts, ir svarīgākais dezinformācijas pārpublicēšanas motivācijas faktors.
- Otrs faktors - informācijas izraisītās emocijas: dusmas, bailes, sašutums par valdības un politiķu meliem veicina naidīgas attieksmes veidošanos.
- Dezinformācijas uztveri un neuzticēšanos ietekmē arī tas, kādu ietekmi uz indivīdiem atstājusi ārkārtējā situācija.
- Jo ietekme lielāka, jo uzticēšanās dezinformācijai un neuzticēšanās oficiālajai informācijai un politiķiem ir augstāka.

Dezinformācija komentāros: 2020. marts – 2021.g. marts

Izpētīti 22 928 komentāri, 76% - izteikta attieksme pret pandēmiju

Rēzijas Raugas maģistra darbs

Tēmas	%	Negatīva attieksme	Dezinformācija komentāros
Covid-19 vīruss	27%		53%
Ierobežojumi un piesardzības pasākumi	19%		17%
Latvijas amatpersonas un valdība	11%	42%	9%
Par sabiedrību un līdzcilvēkiem	11%	52%	
Par masu medijiem	3%	43%	
Institūcijas un organizācijas	2%		
Aicinājums uz darbību	23 reizes, 1%		

Dezinformācija komentāros: 2020. marts – 2021.g. marts
Izpētīti 22 928 komentāri, 76% - izteikta attieksme pret pandēmiju
Rēzijas Raugas maģistra darbs

Ar Covid-19 saistīta dezinformācija - 16% komentāru.

1. Ar sabiedrību manipule vai tai melo - 5%

2. Maldinoša informācija, meli - 4%

3. Sazvērestības teorijas - 3%

4. Vīrusa un/vai tā bīstamības noliegšana - 3%

5. “Antivakseru” kategorijā 1% komentāru.

**6. Dezinformāciju saturošos
komentāros kopumā tika izplatītas arī 27 hipersaites.**

Dažas versijas

Dažas atbildes: publiskā komunikācija krīzē

Veselības jautājumos dezinformācijai ir lielākas iespējas izplatīties, jo medicīnas problēmas prasa dziļas zināšanas un to uztvere ir saistīta ar augstāku nedrošības pakāpi.

Veidojas lielāka plaisa starp to, ko mediji uzskata, ka tie dod sabiedrībai un to, ko sabiedrība sagaida no medijiem (Nielsen, 2020).

‘Noturīgās pārliecības’ jēdziens skaidro situācijas, kad cilvēki nemaina savus uzskatus pat pēc iepazīšanās ar kļūdu labojumu vai maldīgu uzskatu atspēkojumu (Thorson, 2016).

‘Iluzorās patiesības efektu’ pastiprina blēņu atkārtošanas vieglums (Pennycook, Cannon, & Rand, 2018).

‘Maldīgā vienprātība’ nozīmē, ka mazākuma uzskatu pārstāvji, ieraugot līdzīgi domājošos, ātri secina, ka pārstāv vairākumu, dominējošos uzskatus.

Uzticēšanās koncepts

Uzticēšanās (ticība, pārliecība, ka var uzticēties) (trust, credibility, trustworthiness, believeness) caurvij visus sociālās dzīves aspektus.

Uzticēšanās tiek definēta kā pieņēmums, ka attiecības ar uzticēšanās objektu nesīs vairāk ieguvumu, nekā zaudējumu.

Uzticēšanās ir kā gaidas vai nākotnes notikumu projekcija, kurā tas, kurš uzticas, ir gatavs ticēt, ka viņa neaizsargātība netiks izmantota pret viņu (Tfati&Cohen, 2005).

Mediji pieder pie autorizētas ekspertu sistēmas, kas raksturo mūsdienu sabiedrību.

Indivīdiem nav pieejami resursi, lai varētu kontrolēt minēto sistēmu efektivitāti. Tāpēc uzticēšanās palīdz samazināt nedrošību par nākotni.

Uzticēšanās koncepts: divi teorētiskie pamatojumi

**Politiskā/mediju
kultūra:
neatkarība,
atbildīgums**

Kultūra

Sniegums

mantojums

raksturojums

Novērtējums

Pieredze

Aktualitāte

**Performances jeb
snieguma teorija:**
institūciju vērtējumā
cilvēki paļaujas, ka tās
pilda savus pienākumus,
darbojas profesionāli,
caurskatāmi, savas
iespējas neizmanto savtīgi

Patiesības noklusējuma teorija: Truth-Default Theory (TDT): A Theory of Human Deception and Deception Detection

Tās galvenā ideja: kad cilvēki sazinās ar citiem, mums ir tendence izmantot pieņēmumu, ka otra cilvēka teiktais pēc būtības ir godīgs.

Tomēr pieņēmums par godīgumu padara cilvēku neaizsargātu pret neregulāru viltību.

Lielākā daļa cilvēku ir godīgi lielāko daļu laika.

Lielāko daļu melu izstāsta daži ražīgi melu veidotāji.

Maldināšanas motīvu modulis (Levine, Kim, & Hamel, 2010) norāda, ka cilvēki melo katrs sava iemesla dēļ, bet patiesas un maldinošas saziņas pamatā ir vienādi motīvi.

Kad patiesība atbilst cilvēku mērķiem, viņi gandrīz vienmēr sazināsies godīgi.

Maldināšana kļūst iespējama, ja patiesība padara godīgu saziņu grūtu vai neefektīvu.

Patiesības noklusējuma teorija (Timoty R. Levine)

Maldināšana tiek definēta kā tīša, apzināta un / vai citu personu apzināta maldināšana.

Kamēr daži maldināšanas gadījumi nepārprotami ir saistīti ar iepriekšēju plānošanu, sūtītājs savas saziņas mērķa raksturu var atpazīt tikai pēc maldinošās informācijas sniegšanas.

Teorija neizslēdz maldināšanu, kas ietver arī pašapmānu, pat ja mērķis ir neapzināts.

Ja nav maldinoša nodoma, izpratnes vai mērķa, ziņa tiek uzskatīta par godīgu.

Meli ir maldināšanas apakštips, kas saistīts ar nepatiesību, piemēram, balsu skaitītājs zina par nepatiesiem datiem un par to nepaziņo.

Godīgai saziņai trūkst maldinoša mērķa, nodoma vai izpratnes.

Godīgai saziņai nav jābūt pilnīgi precīzai, patiesai vai jāietver pilnīgas informācijas izpaušana.

Informācijas uztvere un sociālā identitāte

Neuzticēšanos pret medijiem un oficiālajiem informācijas avotiem radījusi iepriekšējā pieredze.

Pandēmijas laikā, kad mūs sasniedz milzīgs jaunas un satraucošas informācijas apjoms, šī pieredze tiek izmantota, lai novērtētu informācijas avotus un saturu, nereti cenšoties rast esošo uzskatu apstiprinājumu.

Sociālās identitātes teorijas pamatā ir arguments, ka indivīdam ir nepieciešama pozitīva sociālā identitāte.

Indivīds jūtas piederīgs sociālajām grupām, kurās pastāv līdzīgi uzskati, kas atbilst viņa personīgajai identitātei.

Arī informācijas atlase notiek atbilstoši identitātei, pretēja informācija tiek noliegta.

Informācijas uztvere un sociālā identitāte

Sociālā identitāte no personīgās atšķiras ar to, ka tajā nozīmīgi ir grupā vadošie uzskati un viedokļi.

Tās centrā ir ideja, ka vienas grupas pārstāvju uzskati būs pretēji citas grupas pārstāvjiem, tā stiprinot savu pozitīvo saikni ar grupu, kurai viņi jūtas piederīgi.

Grupas identitāte var būt svarīgāka par racionālajiem pieņēmumiem, un, lai to saglabātu, indivīds var primāri izvēlēties grupas viedokli, nevis savas individuālās atšķirības.

Uzvedība grupās un konflikts ar ārpus grupām var radīt spēcīgus efektus, neatkarīgi no tā, kādas ir cilvēka individuālās vērtības.

Grupas ietekme atkarīga no tā, cik lielā pakāpē persona identificējas ar konkrēto grupu.

Naidīgo mediju efekts

Sociālās identitātes teorija var palīdzēt skaidrot arī naidīgo mediju efektu.

Naidīgu mediju efekts: kā un kāpēc konkrētu grupu locekļi atrod neobjektivitāti vai kļūdas relatīvi objektīvos medijos?

Cilvēki no dažādām grupām, saņemot vienas un tās pašas ziņas, balstoties uz savu sociālo identitāti, var ieraudzīt uzbrukumu informācijai, kas saistīta ar viņu grupu.

Kad indivīdi mediju ziņas salīdzina ar savu pasaules uzskatu, pretēja informācija neatbilst viņu nostājai, līdz ar to tiek uztverta kā neobjektīva.

Objektīvā patiesība ziņu publikācijā nav tik pārliecinoša, kā tas, kā tā tiek uztverta - atbalstoši vai noraidoši.

Izvairīšanās no ziņām un ziņu nogurums

Iemesli: ziņu daudzums, ziņu avotu pieaugums, informācijas ātrums, pārāk daudz vienai tēmai veltītu ziņu

Jauna grupa: ziņu pretinieki (3%-6% aktīvi izvairās)

Ziņu nogurums: rada bezspēcības izjūtu, pesimismu, ziņas tiek uztvertas kā pastāvīgs troksnis, nogurums veicina izvairīšanos no ziņām

Izvairīšanās: reakcija uz augošu un uztraucošu ziņu plūsmu; zemāka motivācija saprast ziņas, rūpīgāka atlase

Izvairīšanās iemesli: stress, apjukums, aizkaitinājums, bezspēcība, garlaicība, kognitīvi traucējumi

Saistība ar saturu: interesējošas ziņas neizraisa tik lielu nogurumu

Izvairīšanās no informācijas par veselību: atlikt nevēlas informācijas saņemšanu, pasargāt sevi no neziņas, izvairīties no zināmas informācijas

Dalīšanās (Sharing)

Dalīšanos var uzskatīt par nozīmīgāko parādību, kas pēdējās desmitgades laikā raksturo auditorijas attiecības ar aktuālo informāciju.

Dalīšanās definīcija: tā ir vēlēšanās izplatīt un ieteikt konkrētu saturu, dodot iespēju citiem to saņemt.

- 1) Cilvēki dalās ar informāciju, kas svarīga ne tikai viņiem, bet, kas var būt noderīga citiem,
- 2) ar dalīšanās palīdzību lietotāji iegūst ietekmes izjūtu, jo var kontrolēt sociālajos medijos esošo informāciju;
- 3) lietotājiem, reaģējot uz publisko informāciju, iespējams kolektīvi konstruēt aktuālo publisko notikumu nozīmi.

Dalīšanās (Sharing)

Kāpēc sociālo mediju lietotāji dalās ar ziņām un informāciju?

- Tas palīdz piedalīties politiskajā procesā, padarīt nozīmīgākus politiskus notikumus un aktorus,
- tā ir atbildes reakcija uz emocionālu saturu,
- cilvēki dod ieguldījumu ziņu izcelšanā; tas attiecas gan uz patiesu, gan maldinošu informāciju,
- cilvēki dalās, ja informācija atbilst viņu interesēm,
- dalīšanās parāda auditorijas attiecības ar viedokļa līderiem,
- dalīšanās palīdz iesaistīties digitālās kopienās,
- pētījumi atklāj lietotāju altruistisku motivāciju, daloties ar ziņām.

Dalīšanās (Sharing)

Tomēr dezinformācijas izplatīšanu atzīst neliela daļa sociālo mediju lietotāju.

Indivīdi retāk dalās, pauž reakcijas vai komentē saturu, ja viņi uzskata, ka citi to varētu noraidīt vai tam nepiekrīst.

Lai izvērtētu, kādu informāciju izplatīt un ar kādu dalīties, nepieciešams pieņemt ļoti daudzus lēmumus, novērtējot informācijas patiesumu.

Cilvēki dalās ar informāciju, jo domā, ka tā ir patiesa.

Dalīšanās ar dezinformāciju notiek netīši, daudz svarīgāka ir sevis izteikšana, esošo uzskatu apstiprināšana, veidojot attiecības ar citiem un realizējot izglītošanas mērķus.

Dalīšanās (Sharing)

Giglietto et al. (2019) piedāvā dezinformācijas izplatīšanās matricu, kurā ir četri posmi:

- 1) aktors izplata un saņēmējs dalās ar dezinformāciju, zinot, ka tā ir nepatiesa (piemēram, satīra, propaganda);
- 2) dezinformācija tiek radīta, izplatot kļūdainu informāciju, bet citi to uztver kā patiesu un ar to dalās,
- 3) nepatiesa informācija tiek novērtēta kā patiesa,
- 4) un izplatīta.

Dezinformācija ir process, kurā piedalās dažādi aktori un kurā katrs nākamais posms var radīt jaunu dezinformāciju, jo tajā notiek informācijas patiesuma vai nepatiesuma izvērtējums.

Paldies! Esmu gatava jautājumiem