

Kara dezinformācija, kara propaganda un žurnālistika. Auditorijas un informācijas uztvere.

Anda Rožukalne, RSU profesore
Latvijas sabiedrisko mediju tiesībsardze

RSU

Dezinformācija, tās formas

Dezinformācija ir nepatiesa, neprecīza vai maldinoša informācija, kas izveidota, pasniegta un virzīta ar mērķi tīši izraisīt kaitējumu sabiedrībai vai radīt peļņu.

Profesionālu ziņu funkcijas: radīt drošības izjūtu



Dezinformācija, tās formas (Klēra Vardla & Huseins Derakšans)

Informācijas traucējumi

Kļūdaina informācija

Maldinoša saistība

Maldinoša
informācija

Dezinformācija

Maldinošs konteksts

Safabricēts saturs

Manipulēts

Krāpniecisks saturs

Nelikumīga informācija

Nopludināta
informācija

Aizskaršana, vajāšana

Naida runa

Dezinformācijas veidi

Klēra Vardla (*Claire Wardle, 2017*) izšķir 7 dezinformācijas veidus (skalā no mazākā uz lielāku maldināšanas nodomu):

1. Satīra vai parodija – tās mērķis nav nodarīt kaitējumu, taču saturam ir potenciāls maldināt.
2. Saiknes trūkums – kad virsraksts, vizuālie vai citi elementi neatbilst saturam
3. Maldinošs saturs – maldinoša informācija par kādu problēmu vai cilvēku;
4. Nepatiess konteksts – patiess saturs tiks pasniegts neatbilstošā vai nepatiesā kontekstā;
5. Manipulācija ar informācijas avotiem.
6. Manipulēts saturs – patiess saturs, ar kura konkrētiem aspektiem tiek manipulēts, lai maldinātu auditoriju;
7. Safabricēts saturs – saturs ir nepatiess, radīts, lai maldinātu, nodarītu kaitējumu.

Dezinformācija un sazvērestības teorijas

Sazvērestības teorijas raksturo pārliecība, ka pastāv ietekmīgi spēki, kuri, citiem neredzot, veido kādus sabiedrībā nevēlamus un biedējošus notikumus, procesus.

Visām šīm teorijām ir šādas kopīgas pazīmes:

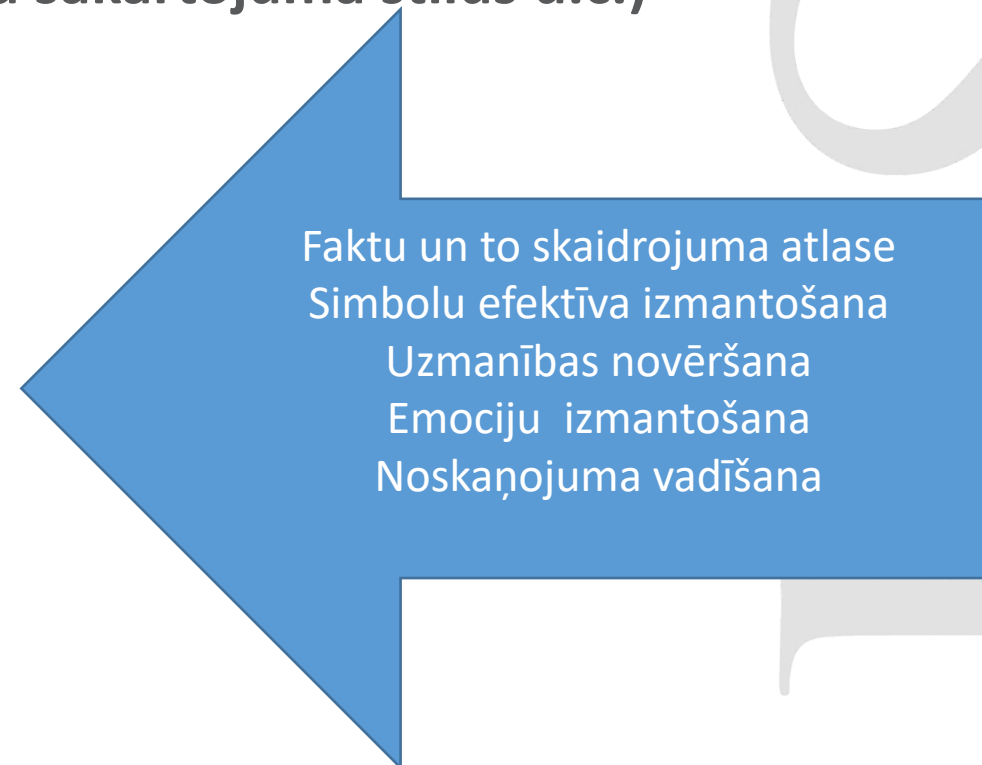
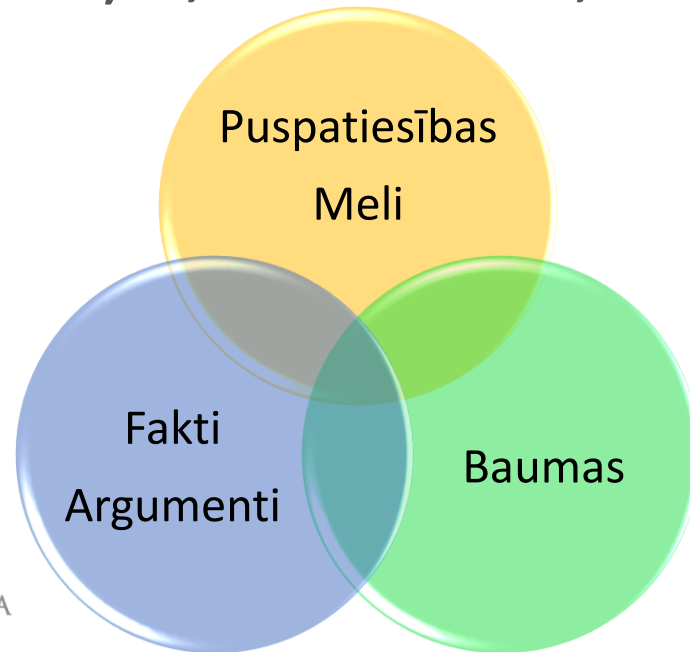
- 1) ticība to eksistencei,
- 2) "sazvērnieku" grupai, kas slepeni darbojas;
- 3) "pierādījumiem" par ļaunajiem nodarījumiem un nodomiem,
- 4) pārliecība, kas viss ir saistīts un nekas nav nejaušs, jo tiek «ļauno» grupas vadīts;
- 5) pasaule ir iedalīta labajos un sliktajos, vienkāršie cilvēki pēc definīcijas ir «labie»;
- 6) atsevišķi cilvēki, to grupas vienmēr ir «vainīgie», kas jāsauc pie atbildības.



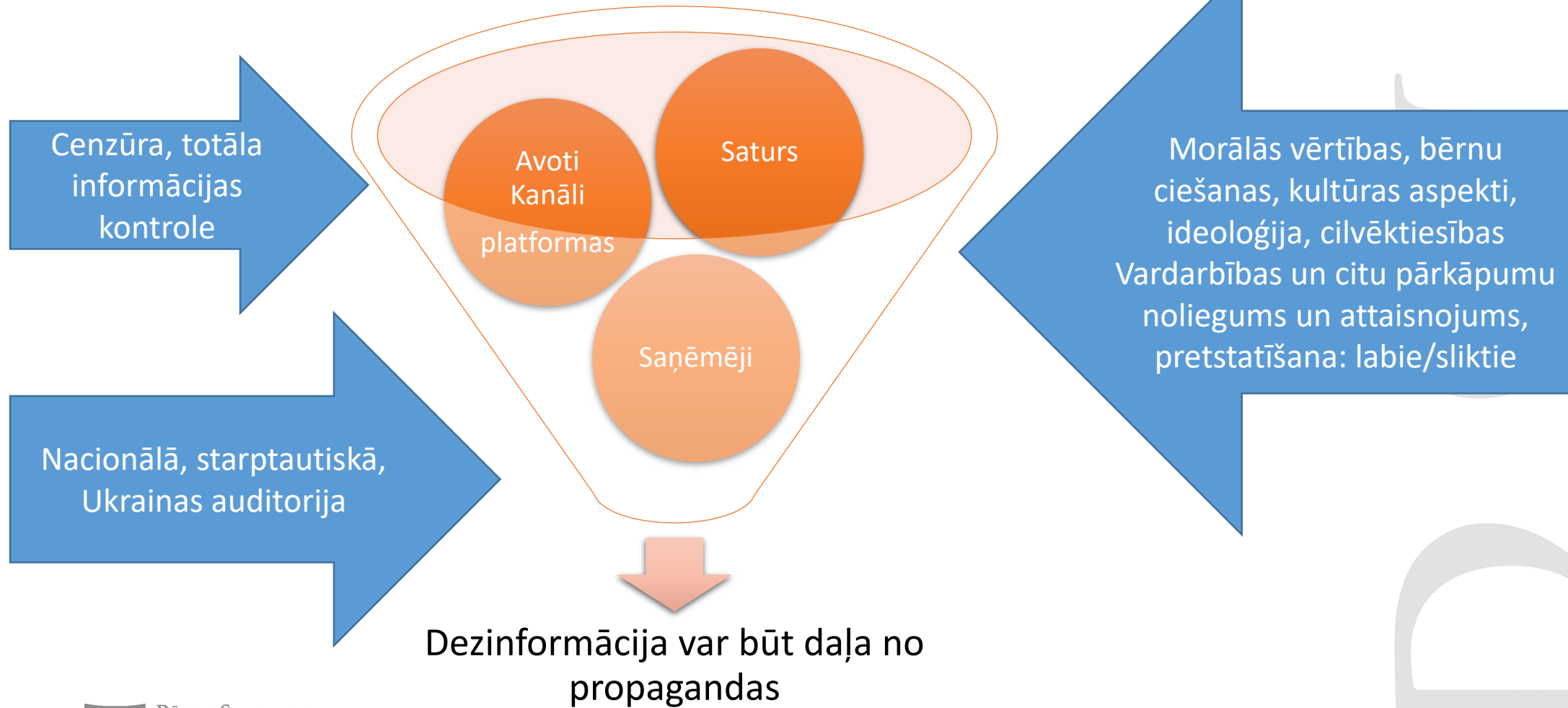
Propaganda

Propaganda ir manipulatīvas informācijas izplatīšana ar mērķi ietekmēt sabiedrisko domu.

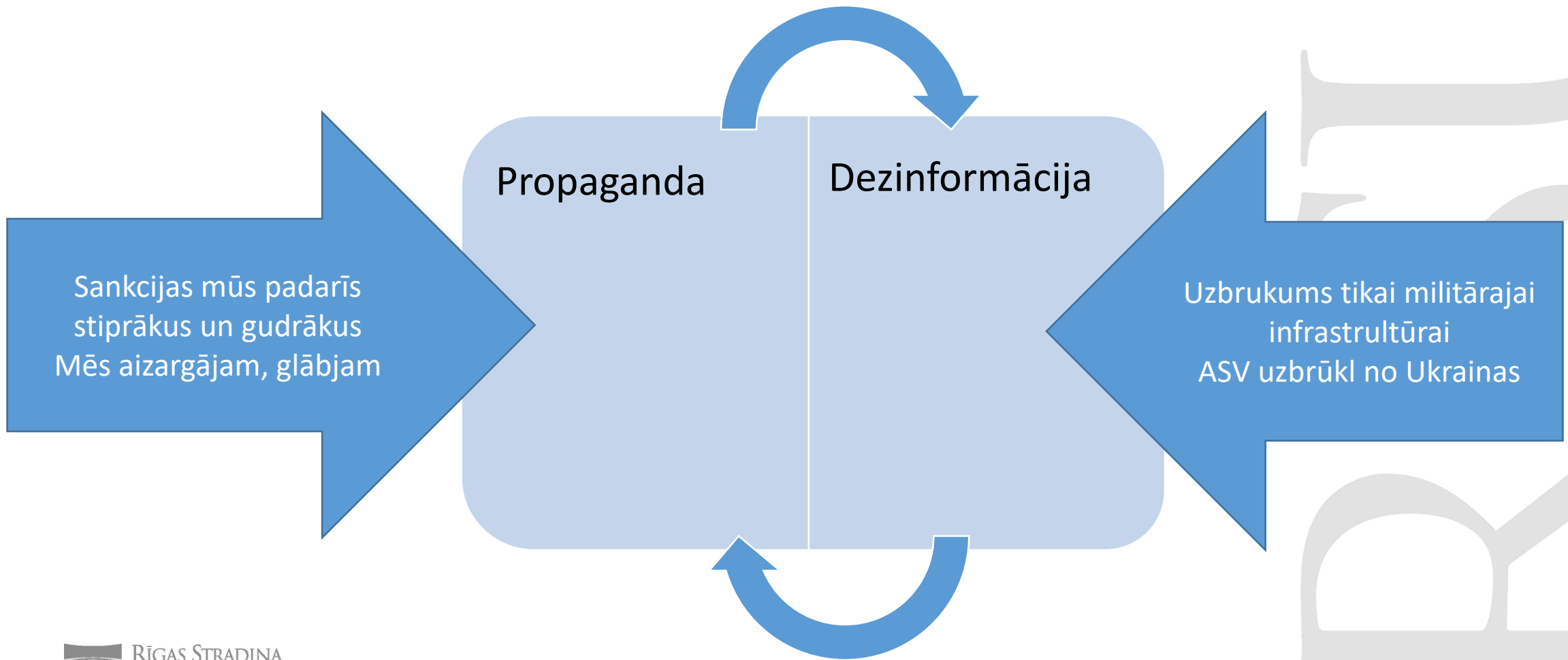
Tā ir sistemātiski centieni manipulēt ar cilvēku uzskatiem, attieksmēm, darbībām, izmantojot simbolus (vārdus, žestus, plakātus, pieminekļus, mūziku, apģērbu, ģerboņus, naudas zīmes, matu sakārtojuma stilus u.c.)



Dezinformācija un karš: iesaistītās puses



Karš un dezinformācija: resursi



Informācijas avotu kvalitāte

Profesionāli sagatavota informācija

Profesionāli mediji – nacionālie

Profesionāli mediji – starptautiskie
(REUTERS, MEDUZA, BBC u.c.)

Profesionāli mediji – Ukraina: Unian

Faktu pārbaudītāji: Bellingcat, Re:Baltica

Profesionālu mediju vietnes sociālās
tīklošanās platformās: Instagram,
Facebook, Twitter, Telegram.

Sociālo mediju algoritmi neveicina
kvalitatīvas informācijas iegūšanu.



Informācijas avotu kvalitāte: riski

Avotu vērtējums: kas ko saka?

Mediju pieejamības problēma

Emocionāls saturs: foto, video, mēmes

Safabricēta satura vienības:
vēstījumi, diskusijas, konti, reakcijas
un iesaistīšanās

Safabricēti hibrīdmediji, provokācijas



Mediju lietojuma efekti un riski

Uztvere, nevienlīdzība

Ziņu nogurums, ko rada informācijas saturs

Izvairīšanās no ziņām

Aizspriedumu apstiprināšana – propaganda un dezinformācija ietekmē ilgākā laikā

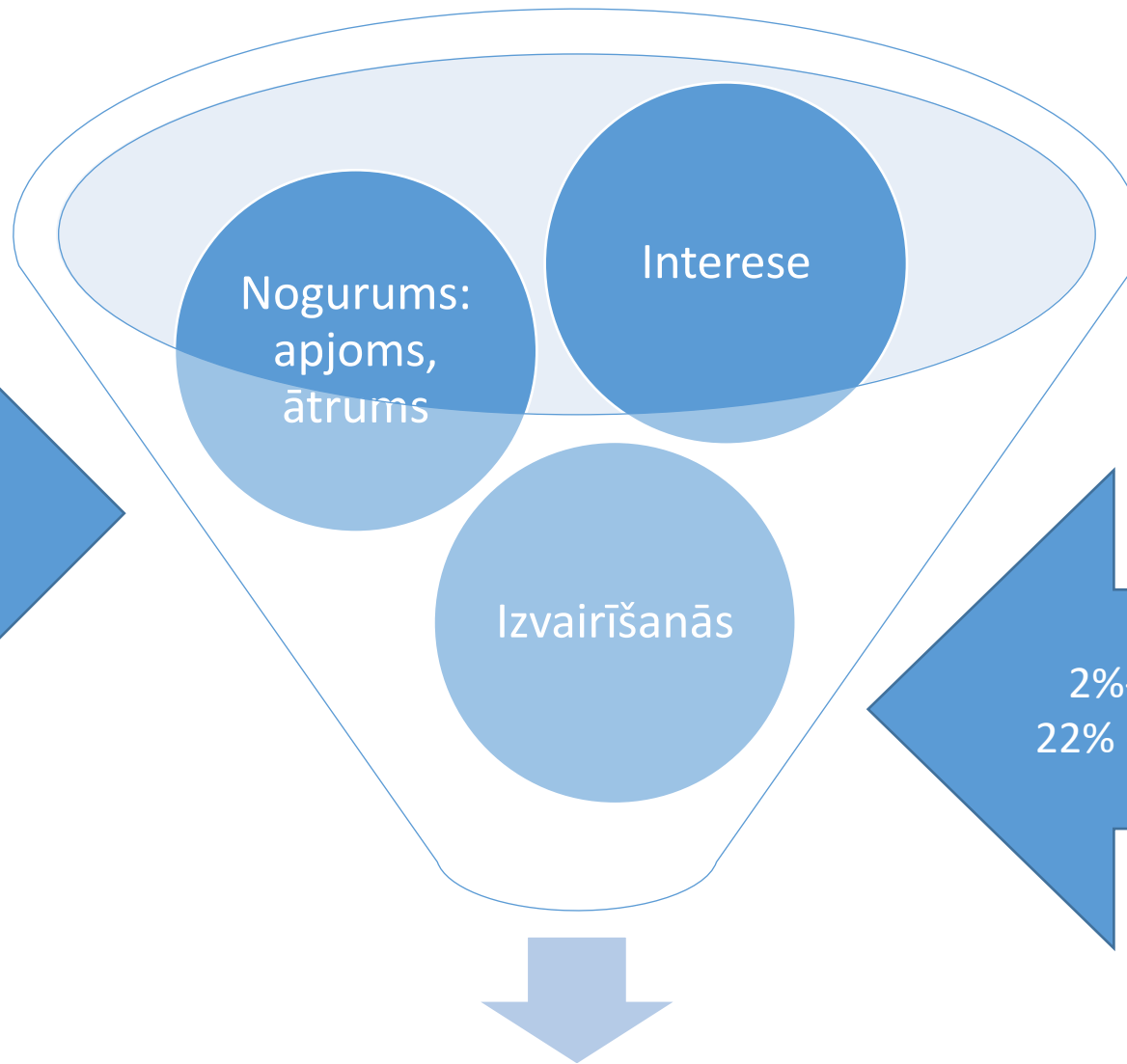
Pašmaldināšana, apjukums

Apzināta ziņu ignorēšana

Dalīšanās nozīmē vēlēšanos izplatīt un ieteikt konkrētu saturu, konstruējot aktuālo politisko notikumu nozīmi.



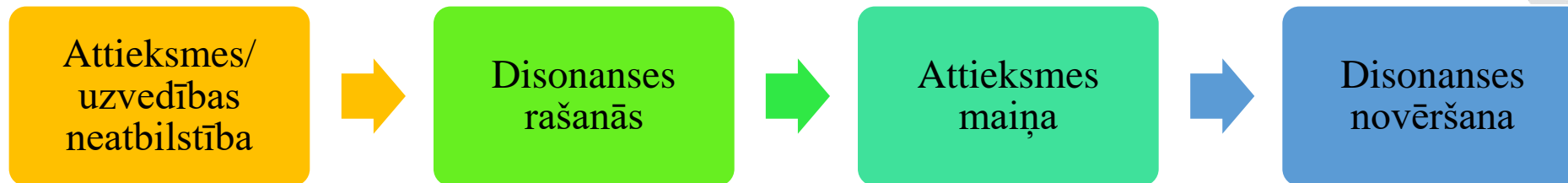
Kognitīvas problēmas
Energijas patēriņš
Laika patēriņš
Vairāk par 50% ļoti
noguruši



2%-6% pretojas
22% -33% - izvairās

Dezinformācijas uztvere un ietekme

Kognitīvās disonanses teorija apraksta cilvēka rīcību, kad tas saskaras ar informāciju, kas atšķiras no esošajiem uzskatiem, pārliecībām, pieredzes un zināšanām. Tās autors ir Leo Festingers (*Leo Festinger*).



Dezinformācijas uztvere un ietekme

Disonanses pētnieki, piedāvā vairākus disonanses novēršanas soļus, ar kuru palīdzību tiek samazināts disonanses radītais diskomforts:

- 1) selektīva iedarbība,
- 2) pēclēmuma disonanse un
- 3) minimāla pamatošana.

Selektīva iedarbība nozīmē, ka cilvēki izvairās no informācijas, kas var izraisīt disonansi – jo konkrētā informācijas nesakrīt ar to uzskatiem.

Pēclēmuma disonansei raksturīgas dziļas šaubas un neziņa, jo esošo nostāju ir pārāk grūti mainīt.

Minimāla pamatošana nozīmē, ka efektīvākais veids, lai mainītu attieksmi, ir piedāvāt/piemeklēt tik daudz (parasti maz) stimulu (argumenti, fakti, zināšanas, vērtības, idejas), lai palīdzētu mainīt esošo situāciju, pozīciju.



Redukcijas kļūda un apstiprinājuma aizspriedumi

Ja cilvēka domāšanā dominē redukcijas kļūda, viņš sarežģītus procesus, piemēram, veselību vai starptautisko politiku, skaidro tikai ar vienu faktoru.

Patiesībā, jebkuru procesu ietekmē vairāki faktori.

Confirmation bias jeb apstiprinājuma aizspriedums skaidro to, ka cilvēki izvēlas uztvert tikai tos gadījumus, kas apstiprina viņu teoriju vai zināšanas, pieredzi, izpratni, bet ignorē to, kas to neapstiprina.



Citas domāšanas kļūdas

Vēl viena domāšanas kļūda – teleoloģiskā domāšana.

Tas nozīmē visā saskatīt kāda slēptu gribu, nejaušiem procesiem pievienot tīšumu.

Ir grūti pieņemt, ka ir nedzīvas dabas faktori, kas ietekmē pasaulē notiekošos procesus.

Zināšanu ilūzija jeb Danninga Krūgera efekts nozīmē, ka jomas nespeciālistam šķiet – viņš visu pārzina.

Šai domāšanas kļūdai seko arī vienkārši iedomība par savu gudrību.

«Es zinu labāk, un mani neviens nepārlicinās. Pat zinātne ne».



Naidīgo mediju efekts

Naidīgu mediju efekts skaidro, kā un kāpēc konkrētu grupu locekļi atrod neobjektivitāti vai zemu profesionālo kvalitāti relatīvi objektīvos medijos.

Indivīdi viegli pieņem informāciju, kas atbalsta viņu personīgo viedokli, kamēr ignorē pierādījumus, kas ir pretrunā ar šo viedokli.

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



Naidīgo mediju efekts un sociālā identitāte

Izmantojot sociālās identitātes teoriju, var skaidrot, ka naidīga mediju uztvere rodas situācijās, ja indivīdu identitātes ir nozīmīgas, un kad ziņas avots nāk no citas «ārējas grupas».

Naidīgas mediju uztveres pamatā ir sarežģītu faktoru kopums.

Pirmkārt, iesaistīšanās diskusijā un, otrkārt, vēlme aizsargāt sabiedrību no pārmērīgas mediju ietekmes, ziņu uztvere, indivīda paša mediju patēriņš..

Naidīgu mediju uztveri pastiprina arī cilvēku pārliecība par plašsaziņas mediju ietekmi, no kuras daļa cilvēku vēlas pasargāt citus sabiedrības locekļus.



Naidīgo mediju efekts un sociālā identitāte

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

Tā ir daļa no cilvēka pašidentitātes.

Arī saņemtā informācija pastāvīgi tiek salīdzināta ar identitāti.

Sociālā identitāte no personīgās atšķiras ar to, ka tajā pastāv grupā vadošie uzskati un viedokļi, kurus veido grupas dalībnieki.

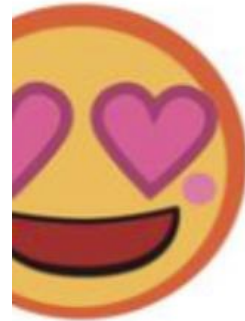
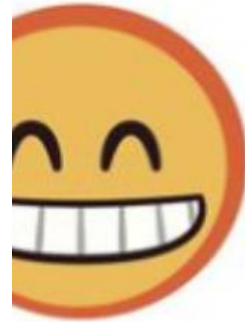


Tautas teorijas par ziņu lietojumu

Teorija nr.1. Svarīgas ziņas mani atradīs pašas

Teorija nr.2. Informācija ir “tur”

Teorija nr.3. Neko nesaprotu, nevienam neuzticos



Paldies! Esmu gatava jautājumiem!

RSR