

KRYTYCZNY
XUMYSŁ

PROBLEM FAKE NEWS W POLSCE

Październik 2019

AUTORZY RAPORTU:

Małgorzata Kilian
Agnieszka Tobijasiewicz
Kinga Osierda

AUTORZY BADAŃ:

Ogólnopolskie badanie CATI: Firma Quantify Research & Consulting
Badanie ankietowe: Stowarzyszenie Demagog

Spis treści

Wstęp	4
Problem fake news w Polsce – najważniejsze wnioski	5
Informacje o ogólnopolskim badaniu na temat fake news (CATI)	6
Szczegółowe wyniki badania	7
Badanie ankietowe wśród młodzieży na temat fake news	16
Informacje o badaniu ankietowym	18
Szczegółowe wyniki badania ankietowego	19
Działania Stowarzyszenia Demagog	33

Wstęp

Problem fałszywych informacji tzw. fake news bardzo często pojawiał się w debacie publicznej w ostatnim roku. Media, organizacje, instytucje państwowe oraz międzynarodowe zaczęły definiować zjawisko występowania fałszywych informacji i podejmować próby walki z nim.

Bez wątpienia ogromny wpływ na postrzeganie świata oraz tego co się w nim dzieje mają media. Współcześnie to internet jest medium, w którym spotykają się informacje płynące ze wszystkich stron świata. Z roku na rok powstaje coraz więcej stron noszących znamiona portali informacyjnych, z których czerpiemy wiedzę o otaczającej nas rzeczywistości. Problemem jest jednak fakt, iż spora część wspomnianych stron nie sięga do źródeł pierwotnych, wiarygodnych, a jedynie korzysta ze źródeł już przetworzonych i powielanych. Bardzo często portale te nie tylko pomijają ważne dla danego wydarzenia fakty, ale również powielają informacje nieprawdziwe. Dochodzi również do sytuacji, gdy celowo tworzy się i rozpowszechnia fake newsy.

Z wyżej wymienionych powodów Stowarzyszenie Demagog zdecydowało się przeprowadzić dwa badania, aby kompleksowo zbadać skalę występowania zjawiska fałszywych informacji w Polsce. Pierwsze badanie przeprowadzone zostało wśród młodych ludzi między 15 a 19 rokiem życia. Jego celem było zweryfikowanie poziomu wiedzy nastolatków na temat zjawiska fałszywych informacji, ich postrzegania i rozpoznawania w mediach i internecie. Drugie badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej ogólnopolskiej grupie osób.

Zachęcamy Państwa do zapoznania się z naszym raportem. Jest to pierwsza publikacja, która kompleksowo opisuje występowania problemu fałszywych informacji w Polsce.

Przeprowadzone badania były punktem wyjścia do kampanii edukacyjnej przygotowywanej przez Stowarzyszenie Demagog.

Najważniejsze wnioski

FAKE NEWS W POLSCE

Po przeanalizowaniu wyników ogólnopolskiego badania CATI zostały wysunięte następujące wnioski na temat fake news'ów w Polsce:

1. Zdecydowana większość badanych (80%) zgadza się ze stwierdzeniem, że obecność wiadomości i informacji, które są nieprawdziwe lub zniekształcają rzeczywistość, stanowi problem w Polsce.
2. Na co dzień Polacy czerpią informacje głównie z telewizji (80%). Na kolejnych miejscach znalazły się: media społecznościowe (39%) oraz internetowe portale informacyjne (37%).
3. Zdaniem ankietowanych, w Polskim społeczeństwie nie istnieje wysoka świadomość problematyki powstawania oraz udostępniania i rozpowszechniania fałszywych informacji, tzw. fake news'ów. Świadczy o tym fakt, że z ww. pojęciem nigdy nie miało do czynienia 49% ogółu przebadanych.
4. Spośród osób, które miały styczność z pojęciem fake news zdecydowana większość zdefiniowała je jako nieprawdziwą informację (77%). Według 14% jest to manipulacja, a dla 6% żart.
5. Respondenci deklarują, że głównie z fake news'ami spotykają się kilka razy w miesiącu (25%), przynajmniej raz w tygodniu (20%) lub prawie codziennie (15%).
6. Wśród mediów wskazanych przez respondentów, jako główne źródła rozpowszechniające nieprawdziwe informacje znalazły się: telewizja (59%), media społecznościowe (12%) oraz portale informacyjne (8%).
7. Według przebadanych fake newsy najczęściej dotyczą takich tematów jak: polityka (76%), show-biznes (39%) oraz lifestyle (24%).
8. W opinii przebadanych za rozpowszechnianie fake newsów odpowiadają głównie: politycy (56%), media (42%) oraz dziennikarze (39%).
9. Dla 42% uczestników badania główną przyczyną, dla której powstają fałszywe informacje jest chęć wpływania na opinie odbiorców.
10. Zdecydowana większość respondentów (82,4%) zgadza się ze stwierdzeniem, że skala fałszywych informacji stanowi zagrożenie dla postrzegania mediów jako wiarygodnego źródła informacji.
11. Aż 66% badanych, zgodziło się ze stwierdzeniem, że edukacja społeczeństwa może przyczynić się do zmniejszenia liczby fałszywych informacji.

CEL

Celem badania było poznanie doświadczeń i opinii Polaków na temat zjawiska fake news.

METODOLOGIA

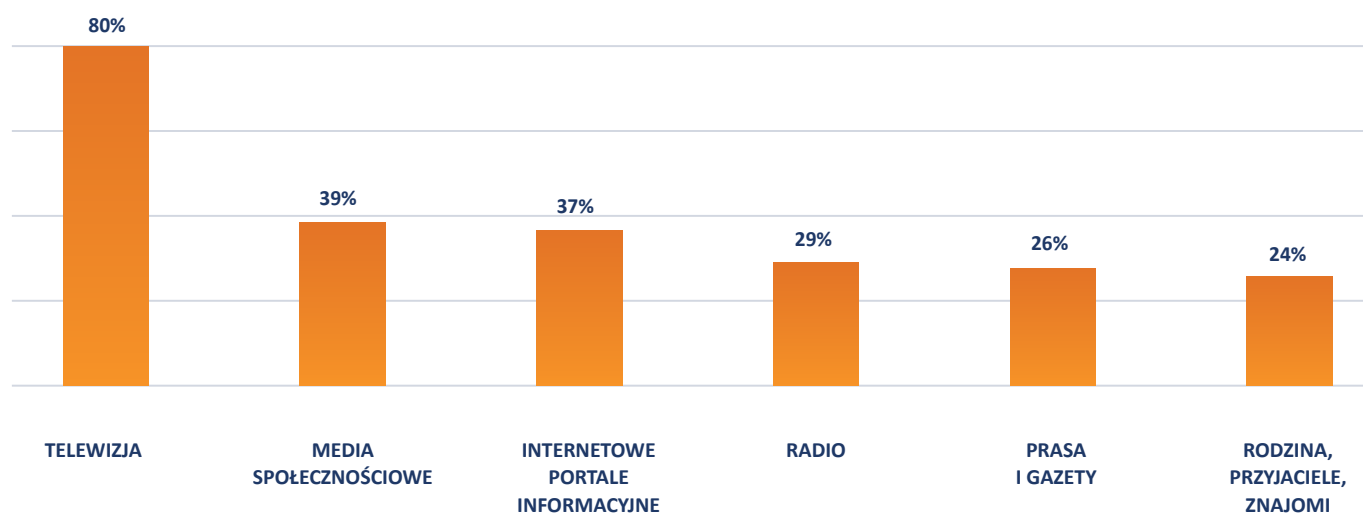
Badanie opinii publicznej przeprowadzono w dniach 18 grudnia 2018 - 4 stycznia 2019 roku, w całej Polsce, na reprezentatywnej i losowo wybranej próbie Polaków w oparciu o metodę CATI (wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo). Łącznie przebadanych zostało 1000 respondentów, w wieku 15 lat i więcej. Próba reprezentatywna ze względu na następujące cechy: płeć, wiek, wielkość miejsca zamieszkania wg liczby ludności oraz województwa zamieszkania respondenta.



Codziennie źródła informacji Polaków

Jak wynika z badania, w zdecydowanej większości Polacy czerpią codzienne informacje z telewizji (80%). Z mediów społecznościowych oraz internetowych portali informacyjnych wiedzę czerpie już niespełna 40% badanych, a co czwarty uzyskuje informacje z bardziej tradycyjnych mediów takich jak radio (29%), prasa i gazeta (26%).

Z jakich źródeł najczęściej czerpie Pan(i) informacje na co dzień?*



*Odpowiedzi nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji

Wyniki szczegółowe, w rozbiciu na wiek respondenta, wskazują na dwie grupy, głównych źródeł informacji - tradycyjne i te związane z rozwojem technologii i pojawienia się Internetu. Dla osób w wieku 15-24 lata są to głównie media społecznościowe (81%). Wśród osób znajdujących się w przedziale 25-34 można wyróżnić trzy główne źródła: telewizję (64%), media społecznościowe (61%) oraz internetowe portale informacyjne (58%). Osoby powyżej 35 roku czerpią informację głównie z telewizji (wskazanie na poziomie od 79% do 95%).

Źródła informacji / Wiek	Ogółem	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%	%
Telewizja	80%	48%	64%	79%	92%	94%	95%
Internetowe portale informacyjne	37%	55%	58%	52%	38%	19%	7%
Radio	29%	31%	32%	34%	26%	22%	27%
Prasa i gazety	26%	12%	21%	22%	29%	45%	22%
Media społecznościowe	39%	81%	61%	40%	28%	29%	6%
Rodzina, przyjaciele, znajomi	24%	35%	22%	21%	31%	18%	22%
Inne	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Nie wiem / Nie mam zdania	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%

Pojęcie fake news

Jak wynika z przeprowadzonego badania, tylko co drugi Polak (51%) kiedykolwiek miał styczność z pojęciem fake news. Poniższa tabelka pokazuje, że wraz ze wzrostem wieku respondentów spada świadomość zjawiska, które jest tematem tych badań. O ile pojęcie to jest rozpowszechnione u większości młodych osób, które znajdują się przed 35 rokiem życia (ok. 80%), to w przypadku osób starszych, świadomość tego zjawiska towarzyszy już tylko co 3 osobie z przedziału 55-64 lata i tylko co dziesiątej osobie powyżej 64 roku życia.

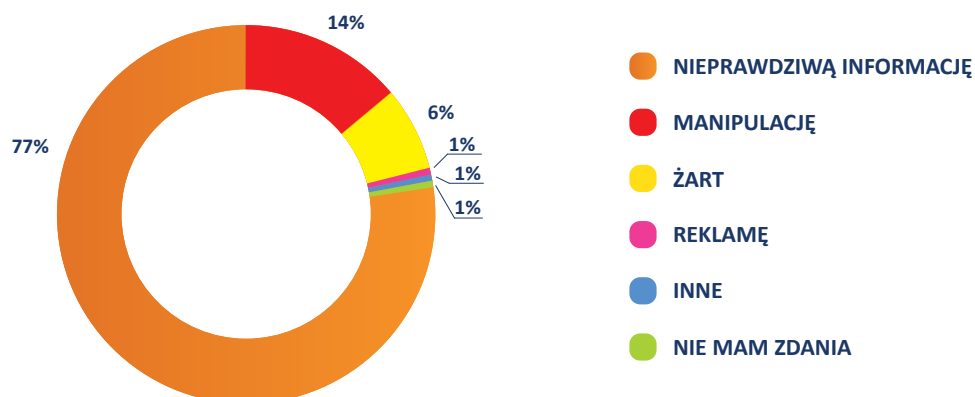
Czy spotkał(a) się P. kiedykolwiek z pojęciem fake news?

Czy spotkał(a) się P. kiedykolwiek z pojęciem fake news? / Wiek	Ogółem	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%	%
Tak	52%	79%	80%	64%	56%	32%	11%
Nie	49%	21%	20%	36%	44%	68%	89%

Osoby, które miały styczność z pojęciem fake news zostały zapytane, co według nich kryje się pod tym hasłem. W zdecydowanej większości wskazały one nieprawdziwą informację (77%). W najmniejszym stopniu, chociaż nadal przekraczającym ponad połowę wskazań, fake news'y z nieprawdziwą informacją utożsamiają osoby w wieku 55 lat i więcej. Wskazane dane są zgodne z definicją podawaną w Cambridge Dictionary, gdzie fake news jest rozumiany jako *fałszywe informacje, które wydają się być wiadomościami, rozpowszechniane w Internecie lub za pomocą innych mediów, zwykle tworzone w celu wpływania na poglądy polityczne lub żart*.¹

Znaczenie pojęcia fake news / Miejsce zamieszkania	Wieś	Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców	Miasto 20 tys. - 100 tys. mieszkańców	Miasto 100 tys. - 200 tys. mieszkańców	Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców
	%	%	%	%	%
Żart	7%	15%	5%	3%	1%
Nieprawdziwą informację	79%	65%	77%	85%	83%
Reklamę	1%	2%	0%	0%	0%
Manipulację	11%	17%	15%	10%	15%
Oznacza coś innego	1%	0%	1%	0%	0%
Nie wiem	1%	1%	2%	2%	1%

Co według P. oznacza pojęcie fake news?



1. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news#dataset-cald4>

Częstotliwość występowania fake news

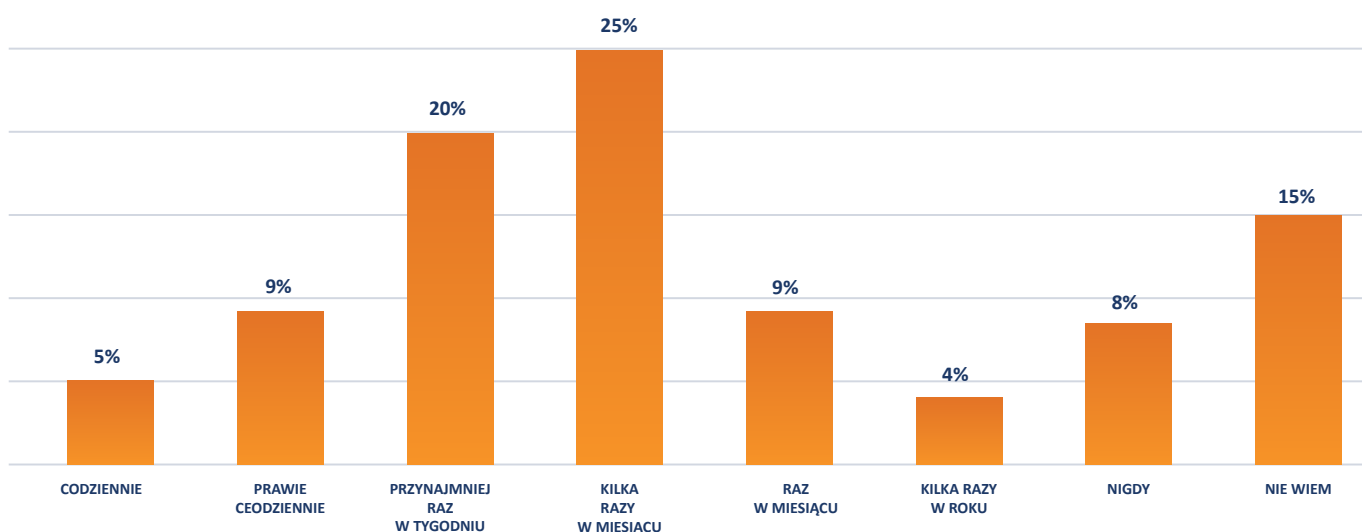
Spośród wszystkich badanych, co 4 osoba spotyka się z fake newsami kilka razy w miesiącu (25%), są to najczęściej osoby w wieku między 45-54 lat (37%). Natomiast co 5 Polak ma z fake newsami do czynienia przynajmniej raz w tygodniu (20%). Prawie codziennie z fake newsami spotyka się 15% badanych. Odpowiedzi te wskazują, że pojawianie się tego rodzaju informacji nie jest sporadycznym zdarzeniem, ale staje się powoli codziennością.

Zdecydowanie mniej respondentów spotyka się z fake newsami raz w miesiącu (9%), codziennie (5%) oraz raz w roku (4%). Natomiast spośród wszystkich badanych, 8% nigdy nie miało kontaktu z informacją, którą skategoryzowałoby jako fake newsami.

Według uzyskanych wyników najmłodszy respondenci, w wieku między 15-24 lata, spotykają się z fake newsami przynajmniej raz w tygodniu (27%) albo kilka razy w ciągu miesiąca (27%). Bardzo podobne wyniki uzyskano w przypadku osób w wieku 25-34 lata. Prawie co czwarty respondent w wieku 65 lat i więcej zadeklarował, że nigdy nie spotkał się z fałszywą informacją (22%).

Czy spotkał(a) się P. kiedykolwiek z pojęciem fake news? / Wiek	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%
Codziennie	5%	4%	8%	1%	4%	6%
Prawie codziennie	20%	18%	10%	8%	22%	11%
Przynajmniej raz w tygodniu	27%	26%	15%	20%	21%	13%
Kilka razy w miesiącu	27%	30%	23%	37%	19%	16%
Raz w miesiącu	8%	8%	16%	12%	9%	3%
Raz w roku	2%	2%	5%	4%	4%	4%
Nigdy	2%	4%	5%	5%	6%	22%
Nie wiem / Nie mam zdania	8%	9%	17%	13%	16%	26%

Jak często spotyka się P. z fałszywymi informacjami tzw. fake news?

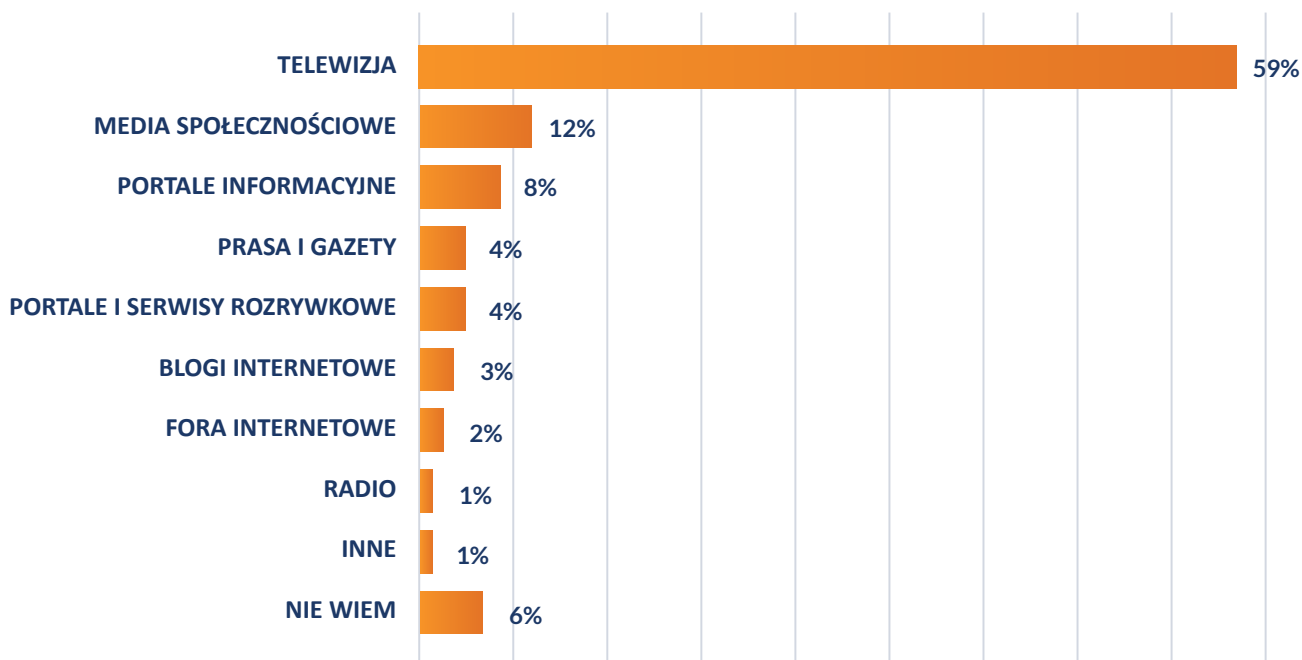


*Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji.

Występowanie fake news

Rozpowszechnianie fake newsów kojarzone jest głównie z następującymi rodzajami mediów: telewizja (59%), media społecznościowe (12%) oraz portale informacyjne (8%).

W jakich mediach najczęściej spotyka się P. z rozpowszechnianiem fałszywych informacji tzw. fake news?



*Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji.

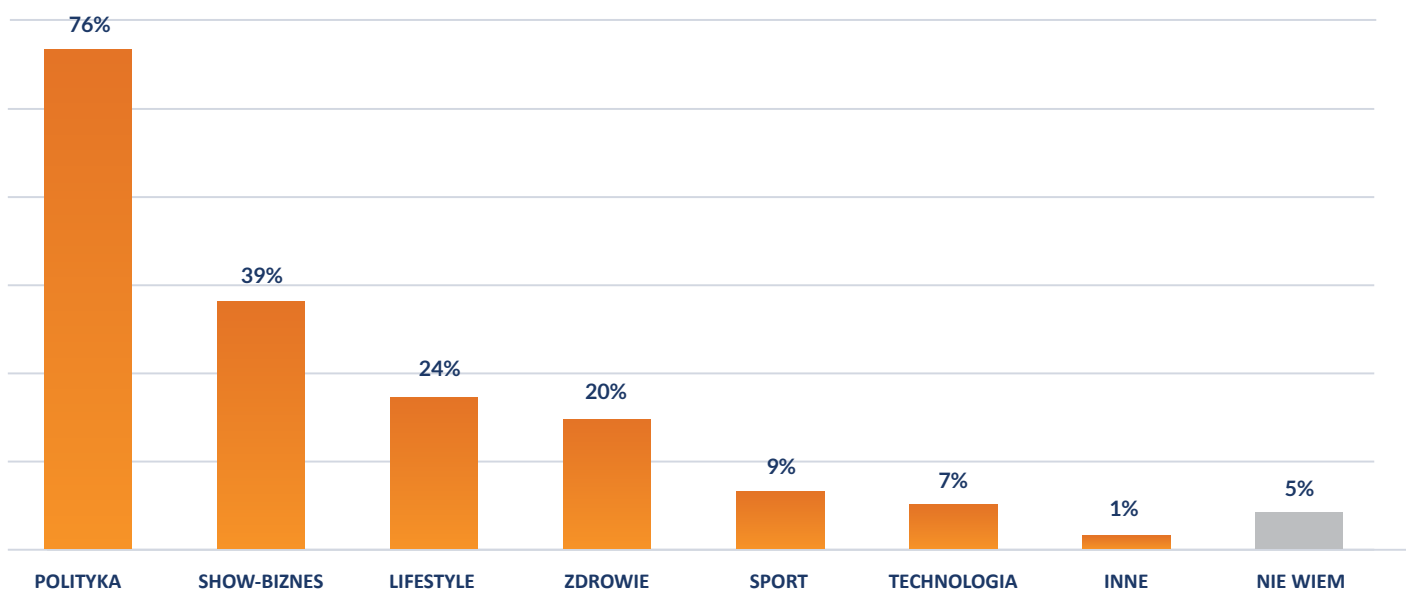
Patrząc na przekrój wyników z uwzględnieniem wieku respondentów ponownie pojawiają się dwie grupy mediów. Telewizja uzyskała najwięcej wskazań (lub ex aequo) w każdej grupie wiekowej, ale o ile dla osób w wieku 15-24 lata jest to 34% to w przypadku przedziałów 45-54, 55-64 oraz 65 i więcej wskazania przewyższają 70%. W przypadku osób do 35 roku życia drugim źródłem, odpowiedzialnym za rozpowszechnianie fałszywych informacji, są media społecznościowe (15-24 lat - 34%, 25-34 lat - 20%).

Czy spotkał(a) się P. kiedykolwiek z pojęciem fake news? / Wiek	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%
Telewizja	34%	44%	49%	73%	80%	73%
Radio	0%	1%	4%	1%	1%	1%
Blogi internetowe	5%	5%	6%	1%	0%	1%
Fora internetowe	2%	2%	4%	1%	1%	0%
Prasa i gazety	2%	4%	5%	4%	7%	2%
Portale informacyjne	12%	15%	11%	7%	2%	2%
Portale i serwisy rozrywkowe	8%	6%	5%	4%	0%	0%
Media społecznościowe	34%	20%	11%	6%	2%	0%
Inne	1%	2%	1%	0%	1%	1%
Nie wiem / Nie mam zdania	1%	2%	3%	2%	7%	19%

Tematyka fałszywych informacji

Respondenci zostali poproszeni również o wskazanie, jaką tematykę poruszały fałszywe informacje, z którymi spotkali się w okresie ostatniego roku. Ogółem fake newsy dotyczyły polityki (76%), show-biznesu (39%), lifestyle'u (24%) oraz zdrowia (20%).

Jakich tematów dotyczyły fałszywe informacje, z którymi spotkał(a) się P. się w ciągu ostatniego roku?



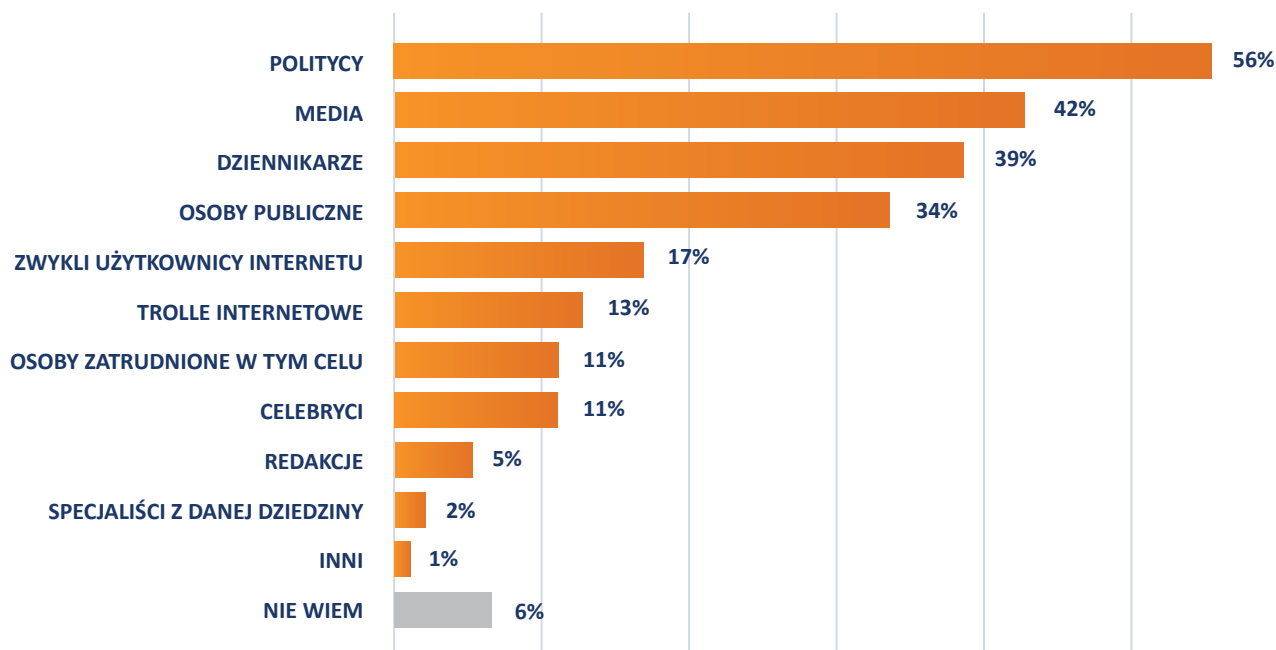
*Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji.



Rozpowszechnianie fake news`ów

Badani uważają, że nieprawdziwe informacje rozpowszechniają najczęściej: politycy (56%), media (42%), dziennikarze (39%) i osoby publiczne (34%).

Kto, według P. najczęściej rozpowszechniania fałszywe informacje?



*Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji.

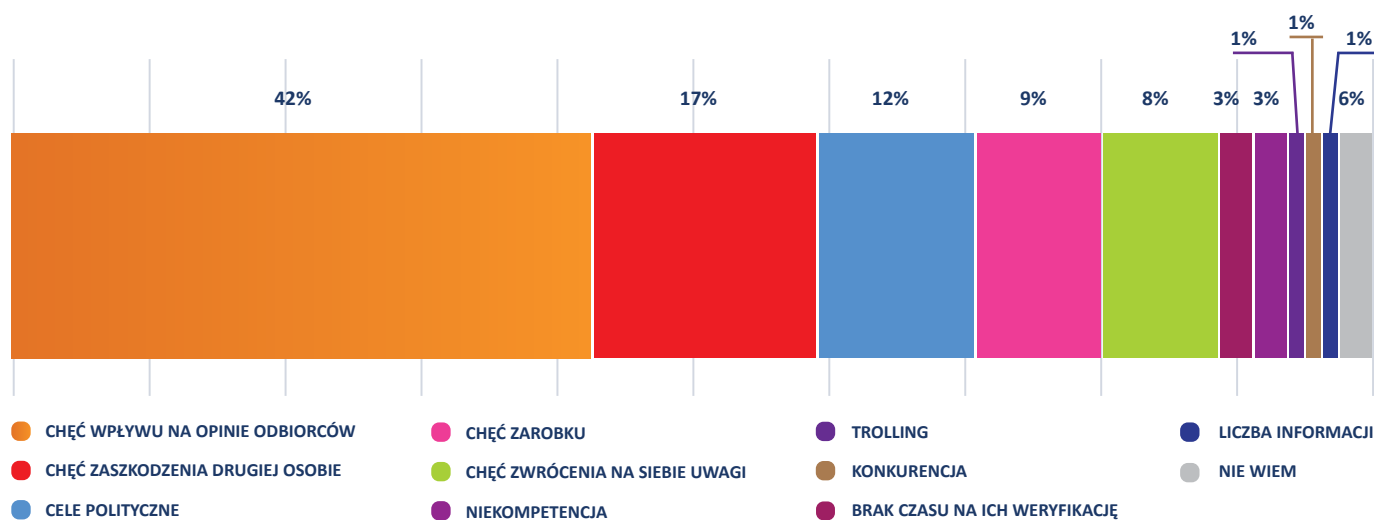
Respondenci między 15-24 rokiem życia uważają, że podmiotami rozpowszechniającymi nieprawdziwe informacje są zwykli użytkownicy Internetu (42%), tzw. trolle internetowe (38%), osoby publiczne (37%), dziennikarze (33%), a także politycy (32%). Co ciekawe, dwie odpowiedzi wskazywane najczęściej przez pozostałe grupy wiekowe, uzyskały dużo niższy wynik dla Internetu – ok. 13% oraz trolli internetowych – ok.10% (przy wyliczaniu średniego wieku wykluczono przedział 15-24 lata).

Podmioty rozpowszechniające fałszywe informacje / Wiek	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%
Media	29%	39%	38%	53%	49%	40%
Politycy	32%	50%	58%	67%	63%	62%
Osoby publiczne	37%	38%	36%	29%	35%	27%
Celebryci	19%	18%	12%	10%	4%	3%
Dziennikarze	33%	33%	36%	50%	41%	39%
Redakcje	3%	7%	7%	7%	4%	5%
Specjaliści z danej dziedziny	5%	5%	2%	0%	1%	1%
Trolle internetowe	38%	19%	13%	14%	3%	0%
Boty internetowe	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Zwykli użytkownicy Internetu	42%	26%	19%	14%	6%	1%
Osoby zatrudnione do rozpowszechniania fałszywych informacji	14%	15%	8%	9%	17%	6%
Wszyscy wyżej wymienieni	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Nie wiem	1%	2%	3%	1%	7%	19%

Przyczyny tworzenia fake news'ów

Jako główną przyczynę tworzenia fake news'ów respondenci wskazali chęć wpływania na opinię odbiorców tych informacji (42%). Na kolejnych miejscach znalazły się: chęć zaszkodzenia drugiej osobie (17%), cele polityczne (12) oraz chęć zarobku (9%).

Jaka jest główna przyczyna tworzenia informacji, które są fałszywe?



*Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 źródła informacji.

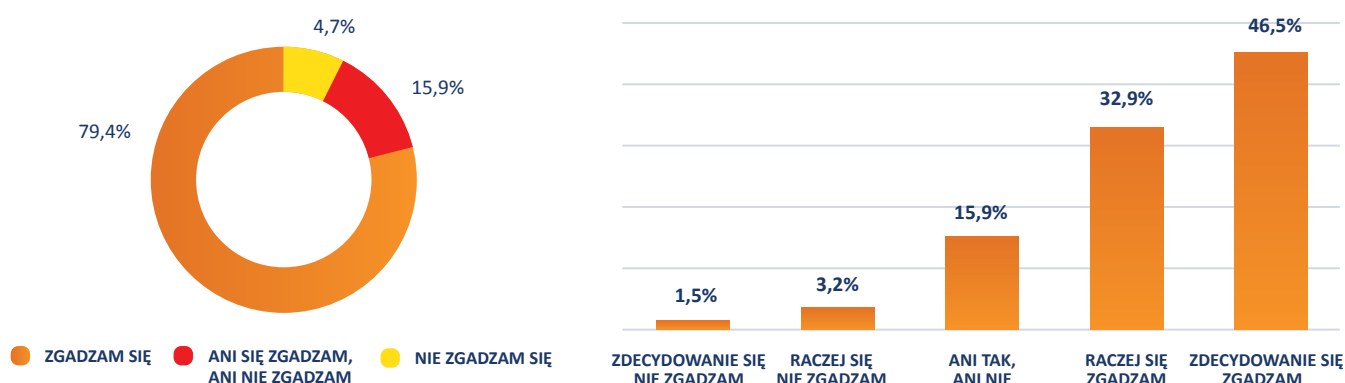
Jeżeli spojrzymy na wyniki szerzej i weźmiemy pod uwagę wiek respondenta dostrzeżemy, że dla osób w wieku 65 lat i więcej chęć wpływania na opinię odbiorców, jako przyczyna leżąca u podstaw tworzenia fake news'ów, nie jest tak oczywista jak w przypadku innych grup wiekowych. Niewiele mniej wskazań, od chęci wpływania na innych (29%), uzyskały takie motywy jak: chęć zaszkodzenia drugiej osobie (23%) oraz cele polityczne (19%). Również wśród osób znajdujących się w grupie wiekowej 15-24 lata można wyróżnić trzy główne przyczyny powstawania tego rodzaju informacji: chęć wpływania na opinię odbiorców (38%), oraz ex aequo chęć zaszkodzenia drugiej osobie i chęć zwrócenia na siebie uwagi (20%). W pozostałych grupach widać zdecydowaną dominację motywu wpływania na odbiorcę informacji (wskazania na poziomie od 42% do 51%).

Przyczyny tworzenia fałszywych informacji / Wiek	15-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65 i więcej
	%	%	%	%	%	%
Chęć wpływania na opinie odbiorców/manipulacji	38%	50%	42%	51%	47%	29%
Chęć zaszkodzenia drugiej osobie	20%	9%	16%	19%	13%	23%
Chęć zarobku	8%	12%	13%	4%	6%	9%
Brak czasu na ich weryfikację	0%	1%	3%	1%	1%	1%
Cele polityczne	1%	7%	9%	11%	23%	19%
Trolling	9%	5%	1%	3%	0%	0%
Chęć zwrócenia na siebie uwagi	20%	8%	11%	7%	0%	5%
Niekompetencja	2%	5%	2%	1%	2%	4%
Liczba informacji	0%	1%	0%	1%	1%	1%
Konkurencja – chęć posiadania newsa przed innymi	1%	2%	2%	2%	2%	1%
Inne	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Nie wiem / Nie mam zdania	1%	0%	1%	0%	5%	10%

Problem fake news

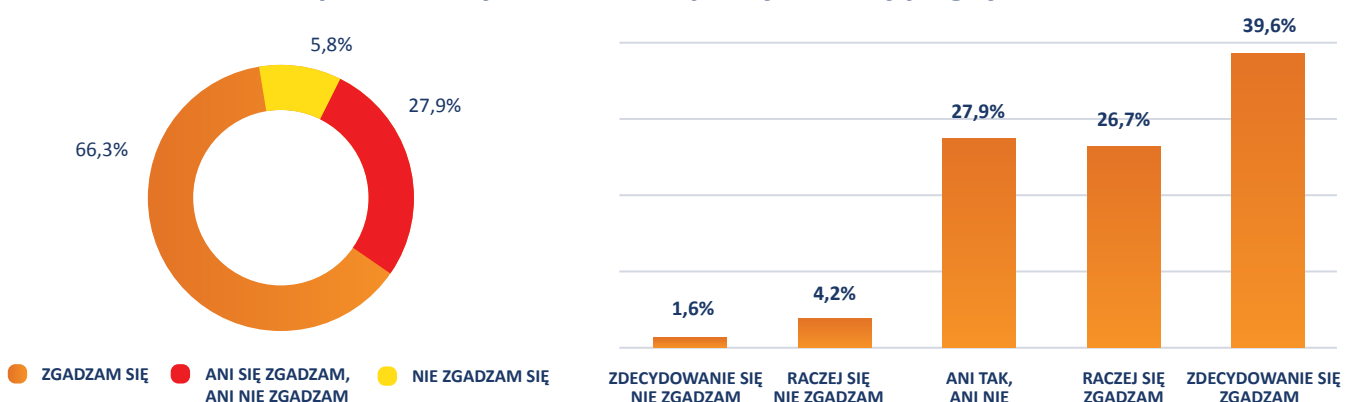
W ostatniej części kwestionariusza respondenci zostali poproszeni o ustosunkowanie się do 4 twierdzeń. W tym celu posłużono się skalą od 1 do 5, gdzie dwie skrajne wartości oznaczały następująco 1 - zdecydowanie się nie zgadzam ze stwierdzeniem, 5 - zdecydowanie się zgadzam ze stwierdzeniem. Wartość 3 pozwoliła na neutralne wskazanie w przypadku danego stwierdzenia - ani się zgadzam, ani się nie zgadzam. Poniżej przedstawiamy zestawienie otrzymanych wyników dla każdego ze stwierdzeń dotyczących tematyki i problemu jaki niesie ze sobą pojawienie się fake newsów w życiu społecznym i opinii publicznej.

Obecność wiadomości i informacji, które są nieprawdziwe lub zniekształcają rzeczywistość, stanowi problem w Polsce



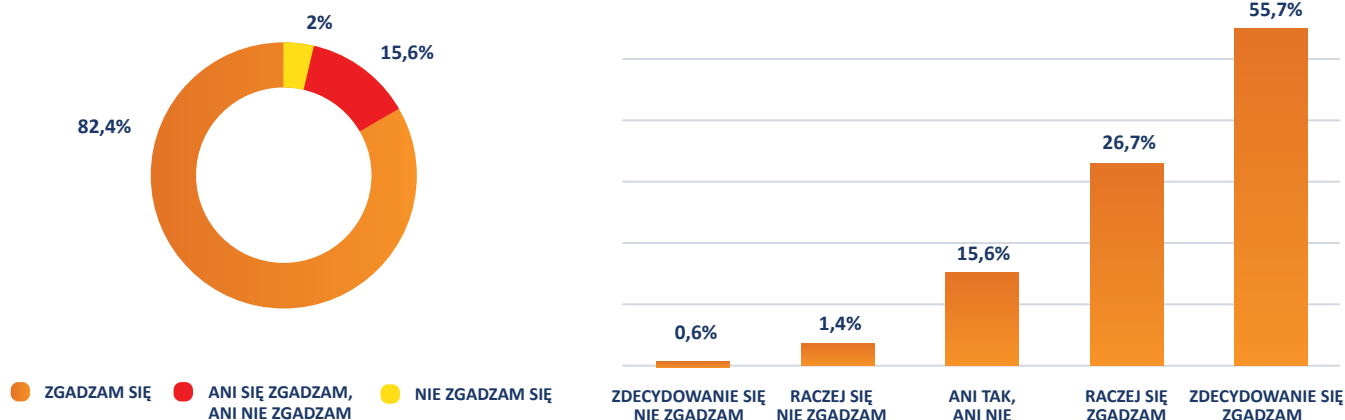
Zdecydowana większość badanych (79,4%) zgadza się z opinią, że pojawienie się informacji i wiadomości, które mają zniekształcać rzeczywistość stanowi problem. Można zauważyć znaczące odchylenie poparcia dla tego twierdzenie w grupie osób 65 lat i więcej, gdzie wynik jest niższy (62%) w zestawieniu z pozostałymi grupami. W pozostałych przedziałach wiekowych pogląd spotkał się z aprobatą ponad 80% respondentów.

Zjawisko fake news, czyli rozpowszechniania nieprawdziwych informacji, będzie się pogłębiać



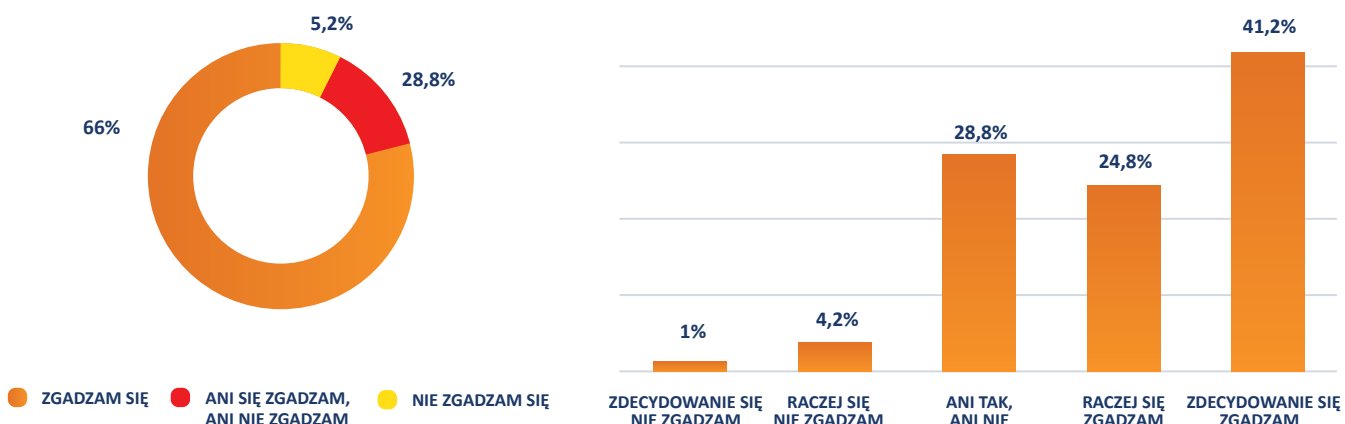
2/3 respondentów zgadza się z twierdzeniem o dalszym pogłębianiu się zjawiska fake news'ów. Co czwarty badany wskazał neutralną odpowiedź (czyt. 3 - ani się zgadzam, ani nie zgadzam). Najsilniejsze przekonanie o procesie pogłębia się tego zjawiska wskazały osoby między 24 a 44 rokiem życia (ok. 75%). Wśród osób w przedziale wiekowym 65 i więcej, z tym stwierdzeniem zgodził się tylko co drugi respondent (53%), a 40% nie opowiedziało się po żadnej stronie (zwolenników lub przeciwników). Jeśli chodzi o najmłodszych respondentów to 59% z nich zgodziło się ze stwierdzeniem, że omawiane zjawisko będzie się pogłębiało, a z kolei co trzeci zachował neutralne stanowisko (34%).

Skala pojawiających się fałszywych wiadomości stanowi zagrożenie dla postrzegania mediów, jako wiarygodnego źródła informacji.



82% badanych uważa, że fake news'y zagrażają postrzeganiu mediów jako wiarygodnego źródła informacji. Najbardziej przekonane o tym są osoby znajdujące się w przedziale wiekowym 45-55 lat (90%) oraz 15-24 (88%). Najmniej zwolenników tego stwierdzenia (66%) i osób z neutralną opinią (32%) znalazło się w grupie wiekowej 65 lat i więcej

Edukacja społeczeństwa może przyczynić się do zmniejszenia liczby fałszywych informacji, docierających do odbiorcy.



Ciekawym jest, że pomimo dostrzegania problemu jaki stanowią fake news'y (79%) tylko co trzeci respondent uważa, że do zmniejszenia jego występowania może przyczynić się edukacja społeczeństwa (66%). Najbardziej w "siłę" edukacji w walce z tym zjawiskiem wierzą osoby w przedziale wiekowym 25-34 lata oraz 55-64 lata (po 70%), najmniej, chociaż nadal stanowią większość, osoby w wieku 65 lat i więcej (60%).

KRYTYCZNY
XUMYSŁ

**FAKE NEWS
Z PERSPEKTYWY
MŁODZIEŻY**

Najważniejsze wnioski

FAKE NEWS Z PERSPEKTYWY MŁODZIEŻY

Po przeanalizowaniu wyników ogólnopolskiego badania ankietowego wśród młodzieży zostały wysunięte następujące wnioski na temat fake newsów:

1. Większość uczniów biorących udział w badaniu wskazała (56,2%), że pojawienie się nieprawdziwych, zniekształcających rzeczywistość informacji stanowi w Polsce problem.
2. Uczniowie biorący udział w badaniu uważają, że zjawisko fake news będzie się pogłębiać – z tym twierdzeniem zgodziło się 68,1% badanych.
3. Aż 79,9% młodych ludzi wskazało, że głównym źródłem ich codziennych informacji są media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, inne).
4. Co 5 młoda osoba (22,1%) w ogóle nie zastanawia się nad rzetelnością docierających do niej informacji. 19,5% osób ogranicza się jedynie do jednego źródła weryfikując informacje.
5. Zdecydowana większość badanych uczniów spotkała się z pojęciem fake news (94,4%).
6. Wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych, co 4 osoba biorąca udział w badaniu spotyka się z fake newsami przynajmniej raz w tygodniu (28,3%). Natomiast co 5 uczeń deklaruje, że ma styczność z tego rodzaju informacjami prawie codziennie (21,9%).
7. Młodzi ludzie najczęściej spotykają się z rozpowszechnianiem fałszywych informacji w mediach społecznościowych (37,2%), na portalach i serwisach rozrywkowych (25,9%) oraz w telewizji (19,1%).
8. Tematyka występowania fake newsów, która dominuje wśród młodzieży to show-biznes (41,7%) oraz polityka (29,8%).
9. Według uczniów, za rozpowszechnianie fałszywych informacji, odpowiedzialne są głównie: media (55,7%), osoby potocznie określane trollami internetowymi (43,9%) oraz zwykli użytkownicy Internetu (34,9%).
10. Wśród najczęściej wskazywanych przyczyn tworzenia fake newsów znalazły się: chęć wpływania na opinie odbiorców/manipulacja (40,2%), motyw zarobkowy (20,2%), chęć zaszkodzenia drugiej osobie (11,1%).

CEL

Celem badania było poznanie poziomu wiedzy młodych osób (15-19 lat) na temat zjawiska fałszywych informacji, ich postrzegania i rozpoznawania w mediach oraz w Internecie.

METODOLOGIA

Badanie zostało zrealizowane przez Stowarzyszenie Demagog w okresie grudzień 2018 - styczeń 2019 r. Badanie przeprowadzone zostało na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1040 uczniów w wieku 15-19 lat (liceów, techników, szkół branżowych (z wyłączeniem szkół specjalnych)). Badaniem objęto uczniów I, II, III i IV¹ klas szkół ponadgimnazjalnych. Łącznie badanie przeprowadzono w 40 szkołach na terenie całej Polski.

Operat losowania stanowiła lista szkół sporządzona przez MEN, zawierająca informacje o liczbie klas w każdej ze szkół - System Informacji Oświatowej (SIO; dane o placówkach edukacyjnych wg stanu z marca 2016 roku). Schemat doboru próby składał się z dwóch etapów:

- I. losowanie szkół;
- II. losowanie jednego oddziału w każdej wybranej szkole.

I etap - losowania szkół: zastosowano warstwowanie, które wyznaczyło sposób uporządkowania placówek w operacie losowania. Wykorzystano do tego celu dane o rodzaju szkoły (liceum ogólnokształcące, technikum, szkoła branżowa) oraz lokalizację szkoły w podziale na pięć kategorii wielkości miejscowości (wieś, miasto do 20 tys. mieszkańców, miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców, miasto od 100 do 200 tys. mieszkańców oraz miasto powyżej 200 tys. mieszkańców). Szkoły losowano z prawdopodobieństwami proporcjonalnymi do liczby oddziałów klas (dane SIO), tak aby wszystkie klasy miały jednakowe szanse znalezienia się w próbie, niezależnie od wielkości szkoły, z której pochodzą.

II etapu - losowanie oddziału: w każdej dobranej, w ramach I etapu szkole, losowano w sposób prosty jeden oddział spośród wszystkich istniejących tam oddziałów klas. W ramach każdej szkoły wylosowano 1-2 oddziały klasowe. Klasy dobierane były w losowaniu prostym.

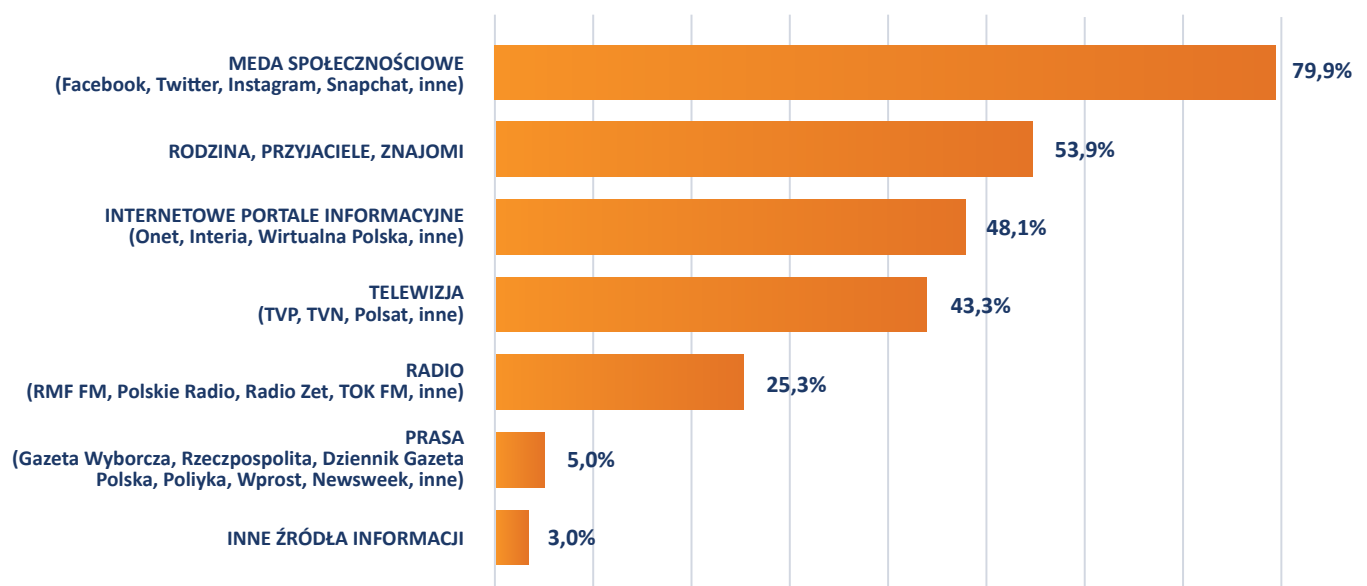
Ponieważ jednostką losowania była klasa szkolna, zatem próba miała charakter klastrowo-warstwowy. Losowy dobór szkół i klas zagwarantował reprezentatywność płci badanych uczniów. Wywiady zostały zrealizowane metodą audytoryjną – uczniowie, samodzielnie i anonimowo, wypełniali ankiety w czasie jednej godziny lekcyjnej. W badaniu brali udział jedynie uczniowie wybranych oddziałów, którzy byli obecni w dniu realizacji badania.

1. 4 klasy występują w szkołach szczebla średniego o profilu technicznym (tzw. technikum).

Codziennie źródła informacji

Wśród uczniów klas ponadgimnazjalnych można wyróżnić 4 główne źródła, z których czerpią informacje na co dzień. Źródłem dominującym wśród przebadanych były media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, inne), które uzyskały 79,9% wskazań. Na kolejnych miejscach kolejno znalazły się: rodzina, przyjaciele i znajomi (53,8%), internetowe portale informacyjne (48,1%) oraz telewizja (43,3%). Pierwsze miejsce nie jest zaskoczeniem, pomimo, że w badaniu ogólnopolskim wiodącym źródłem okazała się być telewizja (80,0%).

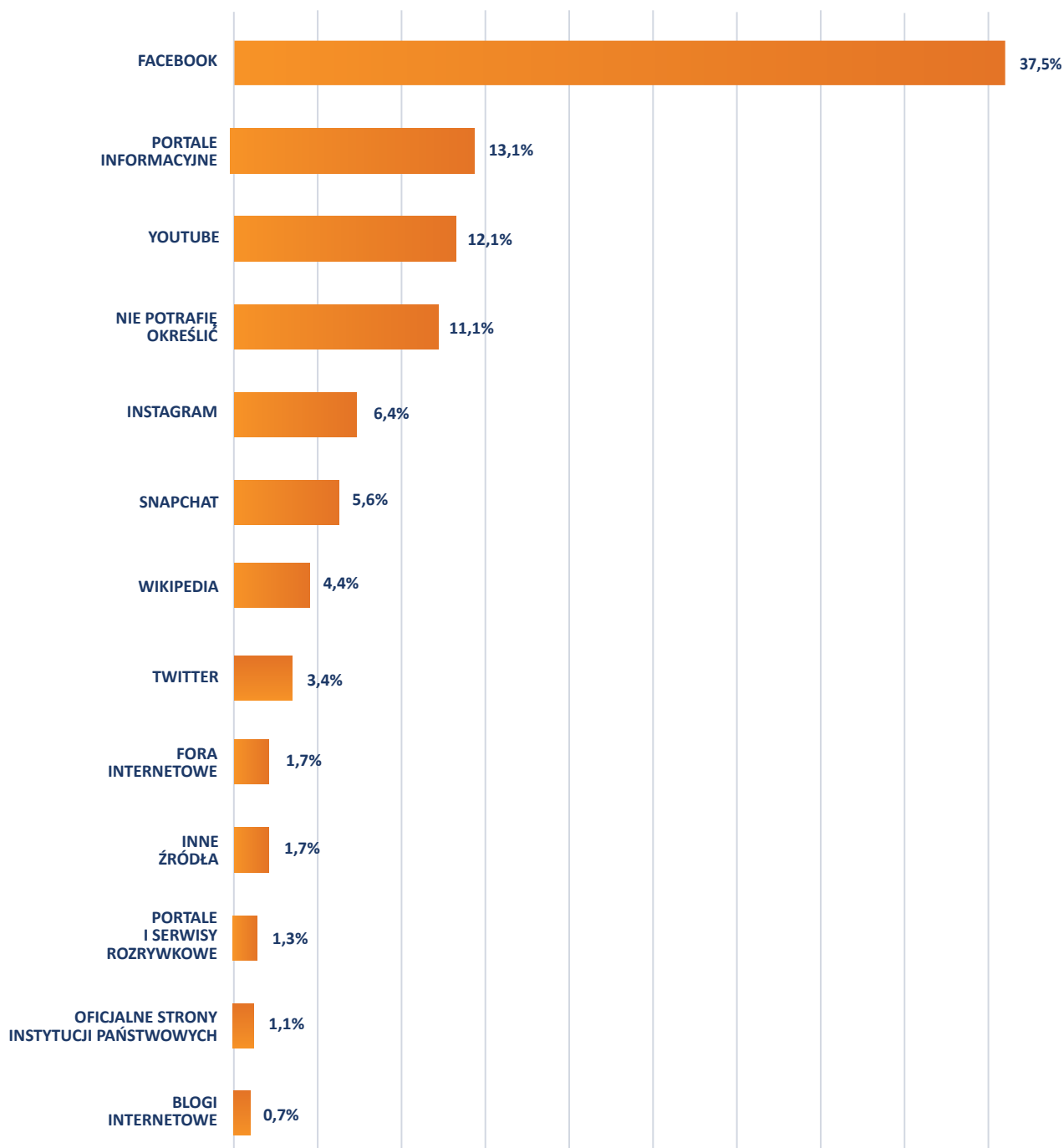
Z jakich źródeł czerpiesz informacje na co dzień?



Internetowe źródła informacji

Główne źródła informacji w Internecie, z których korzystają młodzi ludzie to Facebook (37,5%). Na kolejnych miejscach znalazły się portale informacyjne (13,1%) oraz YouTube (12,1%). Co 10 ankietowany nie potrafi wskazać co stanowiło dla niego główne źródło informacji, prawdopodobnie jest to związane ze zjawiskiem tzw. heavy user'ów, którzy głównie skupiają swoją uwagę na 2 platformach.²

Jakie jest główne źródło w Internecie, z którego czerpiesz informacje na co dzień?

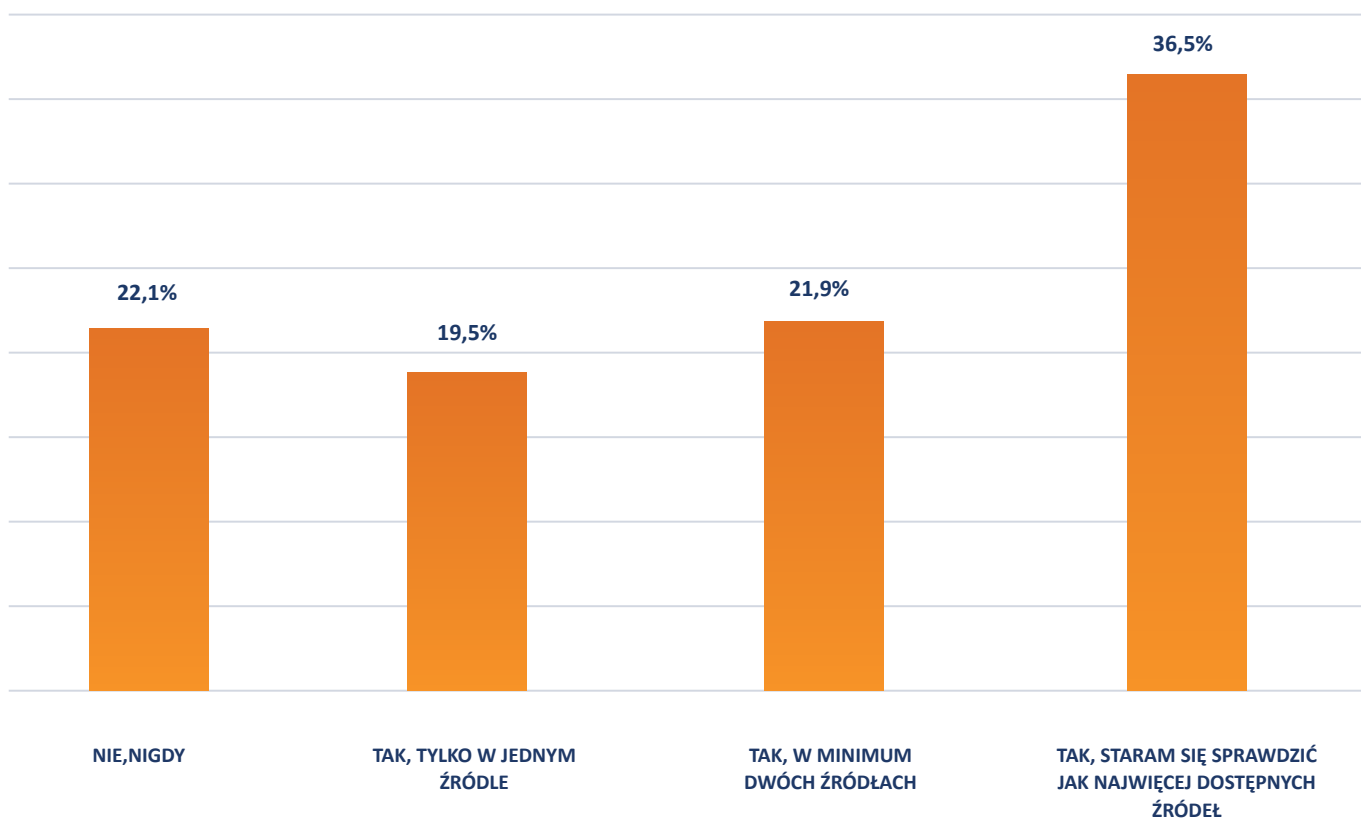


2. <https://ircenter.com/social-media-2017-trendy-i-zmiany/>

Weryfikacja informacji

W badaniu sprawdzono świadomość młodych ludzi dotyczącą faktu występowania fałszywych informacji oraz czy i w jakim stopniu starają się oni weryfikować informację, z którymi spotykają się na co dzień. Co 5 młoda osoba (22,1%) w ogóle nie zastanawia się nad rzetelnością docierających do niej informacji, następstwem czego jest brak jakiegokolwiek próby weryfikacji tego co przeczytali. Często takie informacje są przez nich komentowane i udostępniane, co może przyczyniać się do pogłębiania zjawiska fake news. Również co 5 ankietowany weryfikując informacje ogranicza się jedynie do jednego źródła (19,5%). 1/3 ankietowanych deklaruje, że stara się przeprowadzić możliwie szeroką weryfikację informacji korzystając z dwóch i więcej źródeł (36,5%).

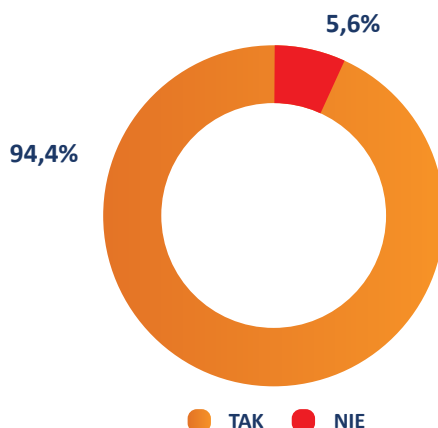
Czy weryfikujesz informacje, które czytasz, udostępniasz, komentujesz?



Pojęcie fake news

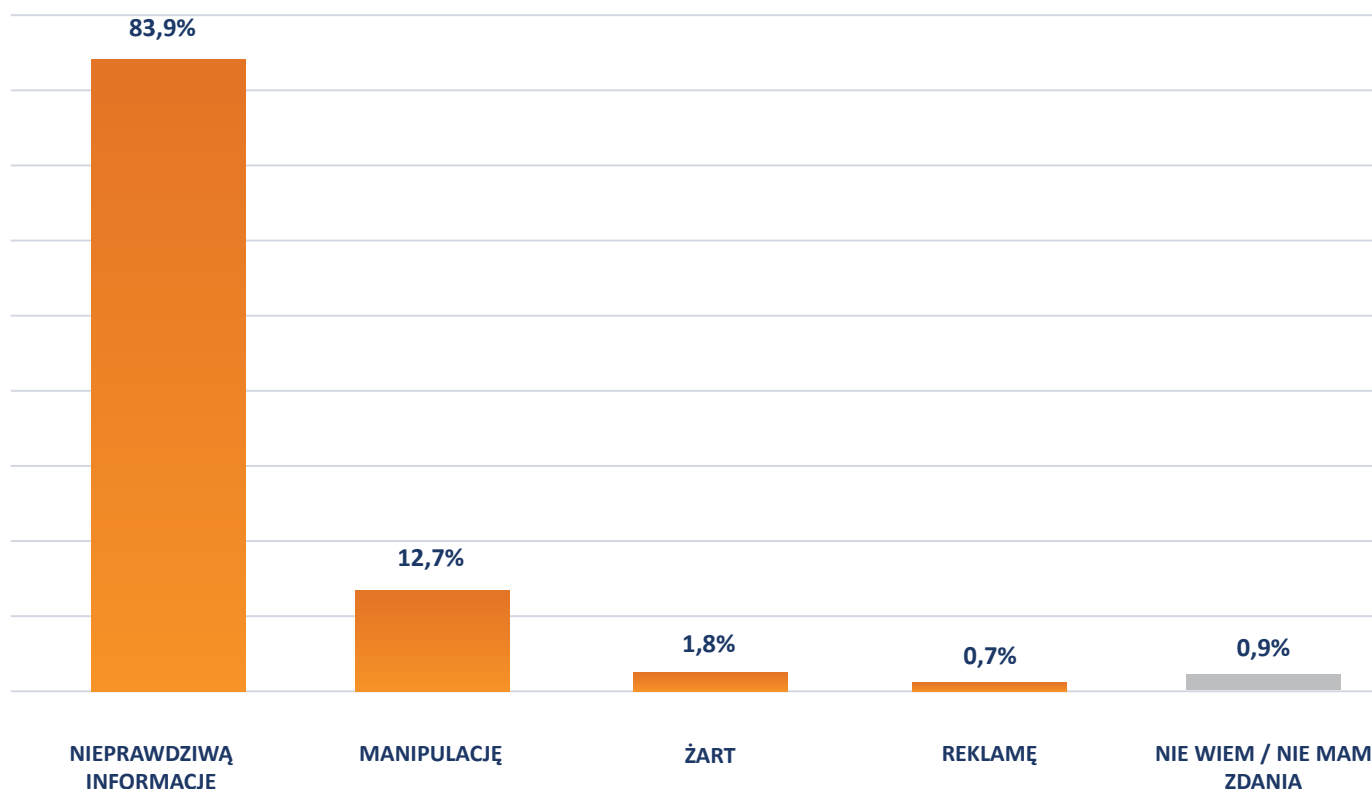
Zdecydowana większość badanych uczniów spotkała się już z pojęciem fake news (94,4%). Jest to wynik znacznie odbiegający od badania ogólnopolskiego, w którym zaledwie co drugi Polak miał dotychczas styczność z niniejszym pojęciem (51,0%). Udało się również zaobserwować, że wraz ze wzrostem wieku respondentów, ich znajomość tego pojęcia malała, co tłumaczy tak wysoki wynik wśród młodzieży szkolnej.

Czy spotkałeś się kiedykolwiek z pojęciem fake news?



Zdecydowana większość uczniów prawidłowo scharakteryzowała znaczenie pojęcie fake news, jako nieprawdziwej informacji (83,9%). Tak jak w przypadku badania ogólnopolskiego, na drugim miejscu wśród młodzieży, ale ze zdecydowanie mniejszą liczbą wskazań, znalazła się interpretacja tego pojęcia jako manipulacji (badanie uczniów - 12,7%, badanie ogólnopolskie - 14,0%).

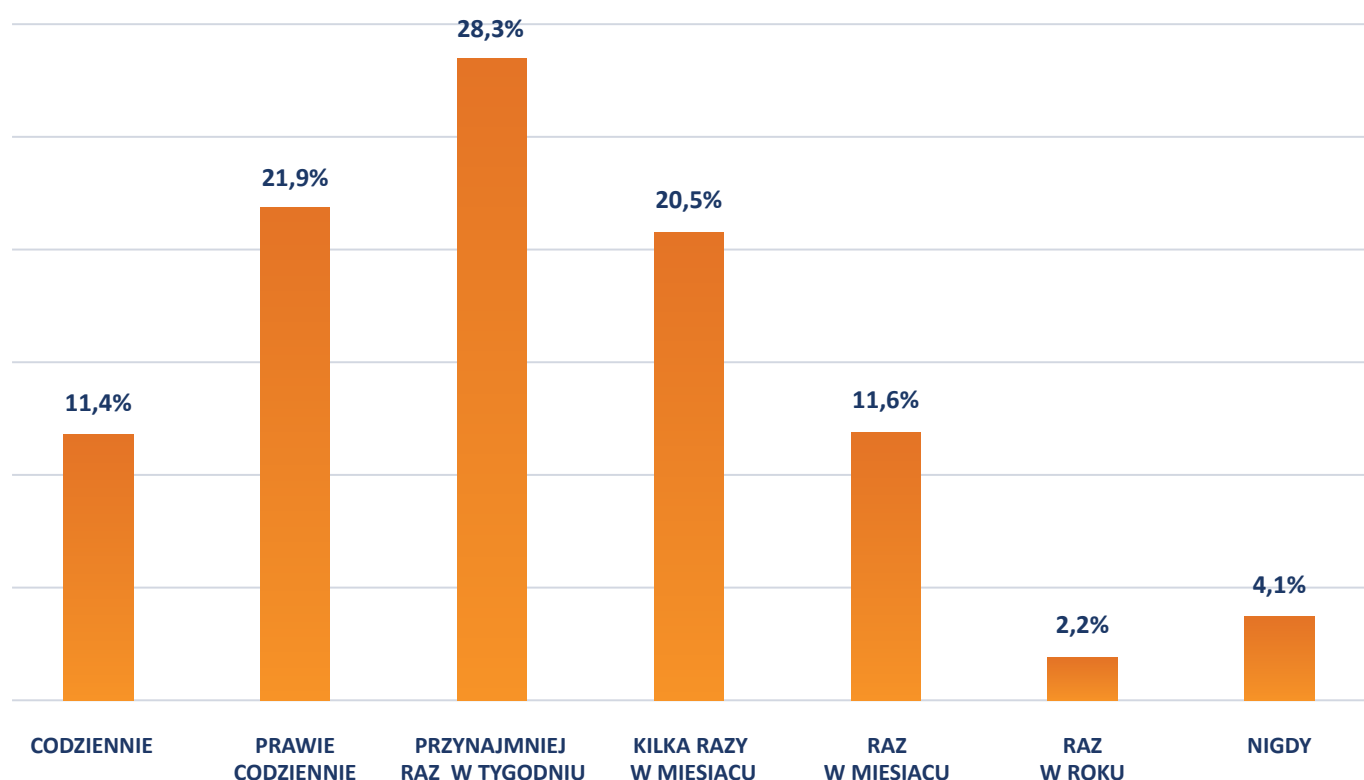
Co według Ciebie oznacza pojęcie fake news?



Częstotliwość występowania fake news

Wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych, co 4 osoba spotyka się z fake newsami przynajmniej raz w tygodniu (28,3%). Natomiast co 5 uczeń deklaruje, że ma styczność z tego rodzaju informacjami prawie codziennie (21,9%) lub kilka raz w miesiącu (20,5%). Co dziesiąty uczeń ma sporadyczny kontakt z tego rodzaju wiadomościami - raz w miesiącu (11,6%) lub napotyka na nie codziennie (11,4%). Pokazuje to trend wzrostowy tego zjawiska oraz jego coraz bardziej powszechny charakter. Aż 61,5% młodych osób zadeklarowało, że ma przynajmniej raz w tygodniu kontakt z fake newsami, natomiast wśród ogółu Polaków problem ten dotyczy 40% osób. 4,1% uczniów deklaruje, że nigdy nie miało do czynienia z taką informacją (brak kontaktu z fake newsami deklarowało 8% badanych w badaniu ogólnopolskim).

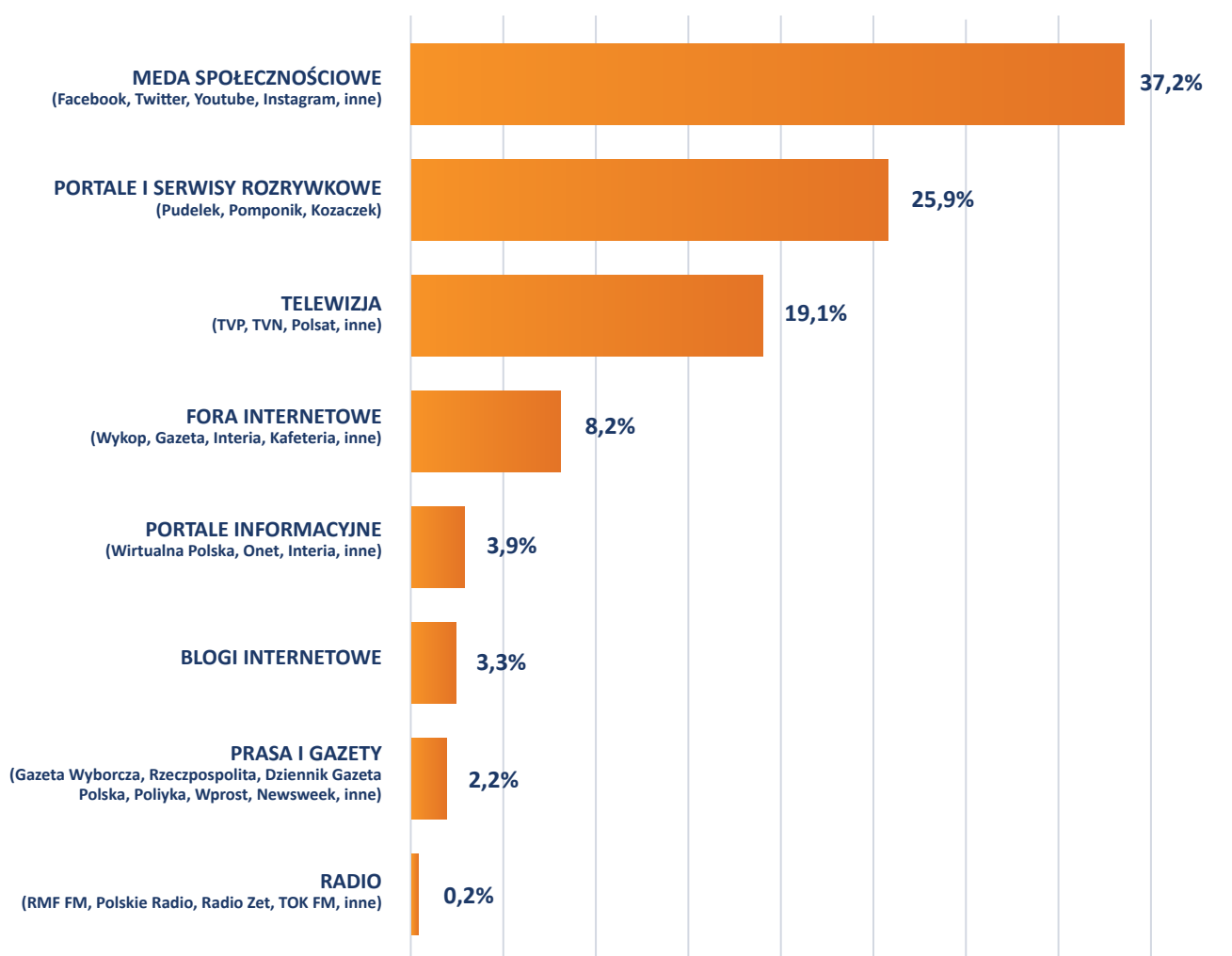
Jak często spotykasz się z fałszywymi informacjami tzw. fake news?



Występowanie fake news

Uczniowie wskazywali źródło, w którym najczęściej spotykali się z rozpowszechnianiem fałszywych informacji. Głównie są to: media społecznościowe (37,2%), portale i serwisy rozrywkowe (25,9%) oraz telewizja (19,1%). Za najbardziej rzetelne źródło danych młodzież wskazuje prasę i gazety (tylko 2,2% uczniów wskazało je jako miejsce rozpowszechniania fake newsów).

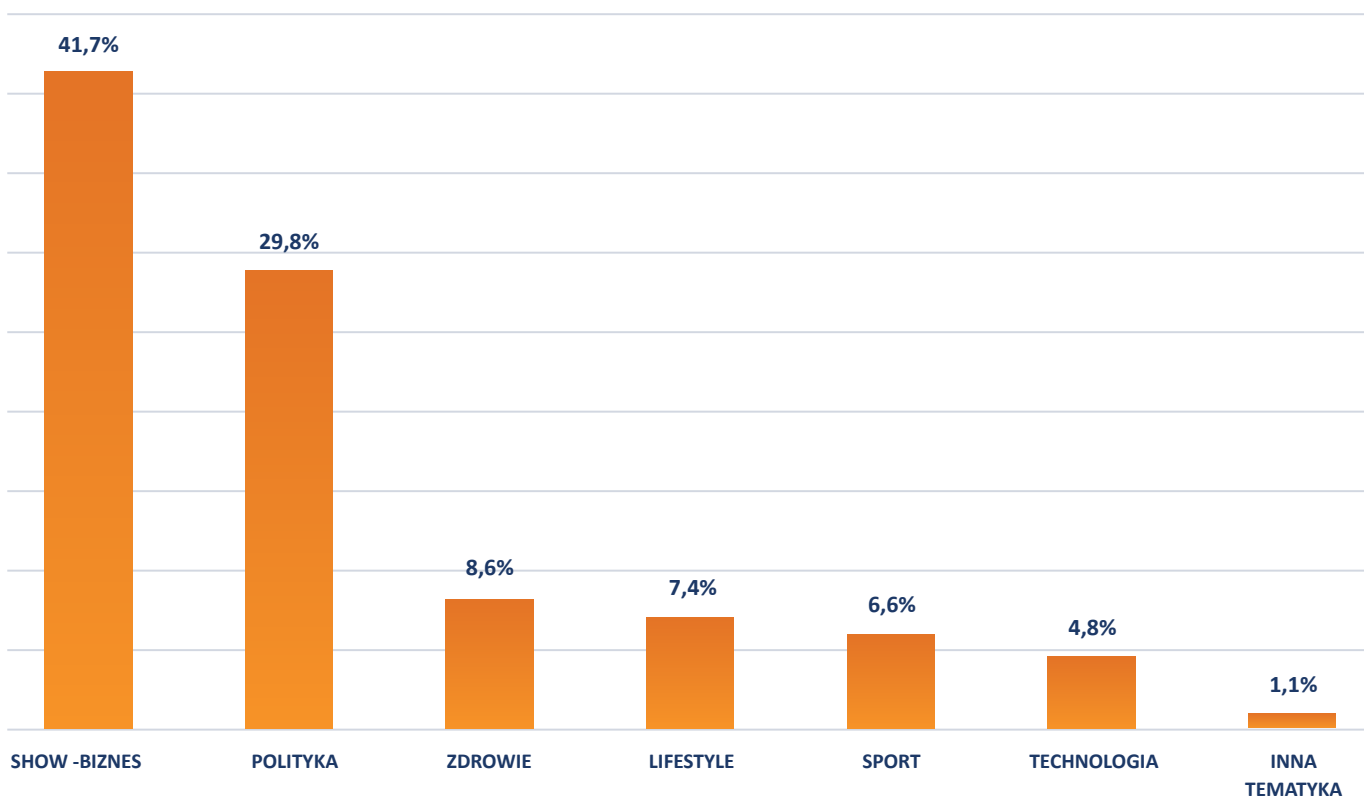
W jakich mediach najczęściej spotykasz się z rozpowszechnianiem fałszywych informacji tzw. fake news?



Tematyka fałszywych informacji

W badaniu ogólnopolskim Polacy wskazali, że głównie spotykają się z fake newsami o tematyce politycznej, natomiast wśród młodzieży dominuje tematyka: show-biznesu (41,7%) oraz polityki (29,8%). Pozostałe odpowiedzi (tj. zdrowie, lifestyle, sport i technologia) nie uzyskały poparcia przekraczającego 10%.

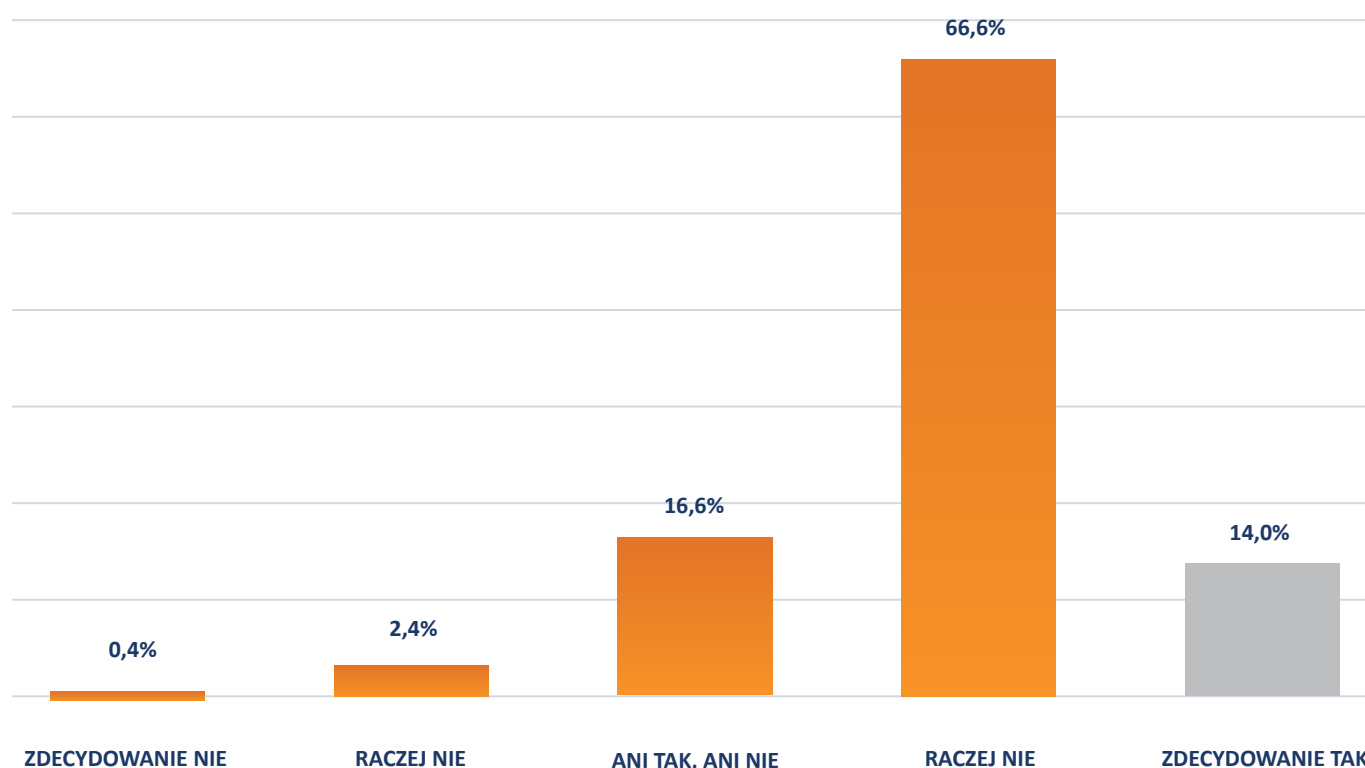
Jakich tematów dotyczyły fałszywe informacje, z którymi spotkałeś się w ciągu ostatniego roku?



Rozpoznawanie fake newsów

Zdecydowana większość uczniów deklaruje, że potrafi rozpoznać prawdziwość informacji znalezionej w Internecie (80,6%). 16,6% uczniów podchodzi neutralnie do swoich „umiejętności” rozpoznawania prawdziwości informacji w sieci i udzieliła odpowiedzi „ani tak, ani nie”.

Czy potrafisz rozpoznać czy informacja, którą przeczytałeś w Internecie była prawdziwa?

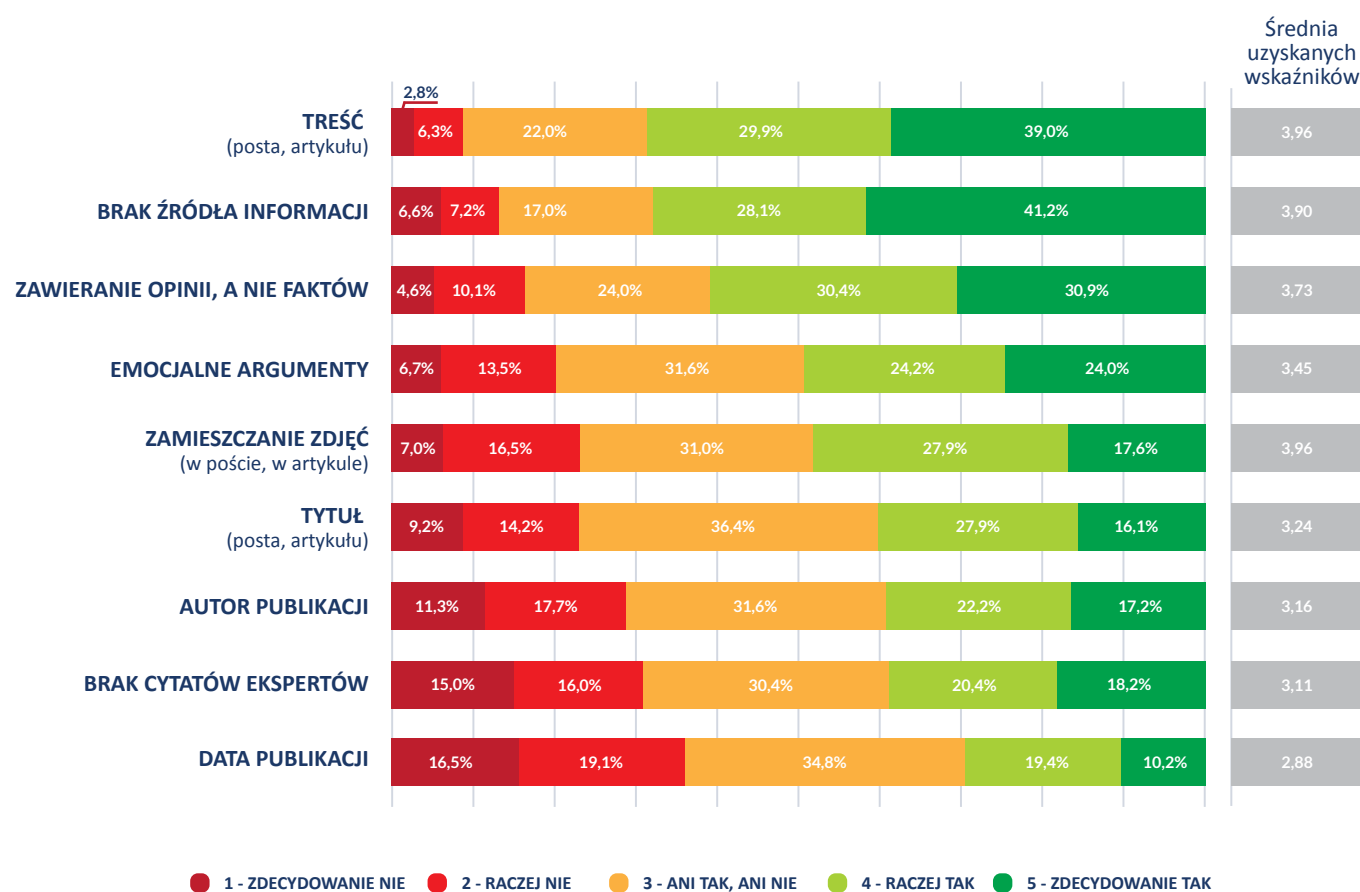


Weryfikacja fake news

Analiza odpowiedzi młodzieży szkolnej, biorącej udział w badaniu, wskazuje na trzy główne elementy, które służą rozpoznawaniu czy przeczytany post lub artykuł jest prawdziwy czy też jest fake newsem (elementy te uzyskały aprobatę ponad połowy respondentów, jako elementy wskazujące na fałszywość informacji - suma oceny 4 i 5). Należą do nich: treść posta lub artykułu (68,9%), brak źródła informacji (69,2%) oraz zawieranie opinii zamiast faktów (61,3%).

Wg ankietowanych najmniejsze znaczenie, przy identyfikacji prawdziwości informacji, mają: autor publikacji (39,4%), brak cytatów ekspertów (38,6%) oraz data publikacji (29,6%).

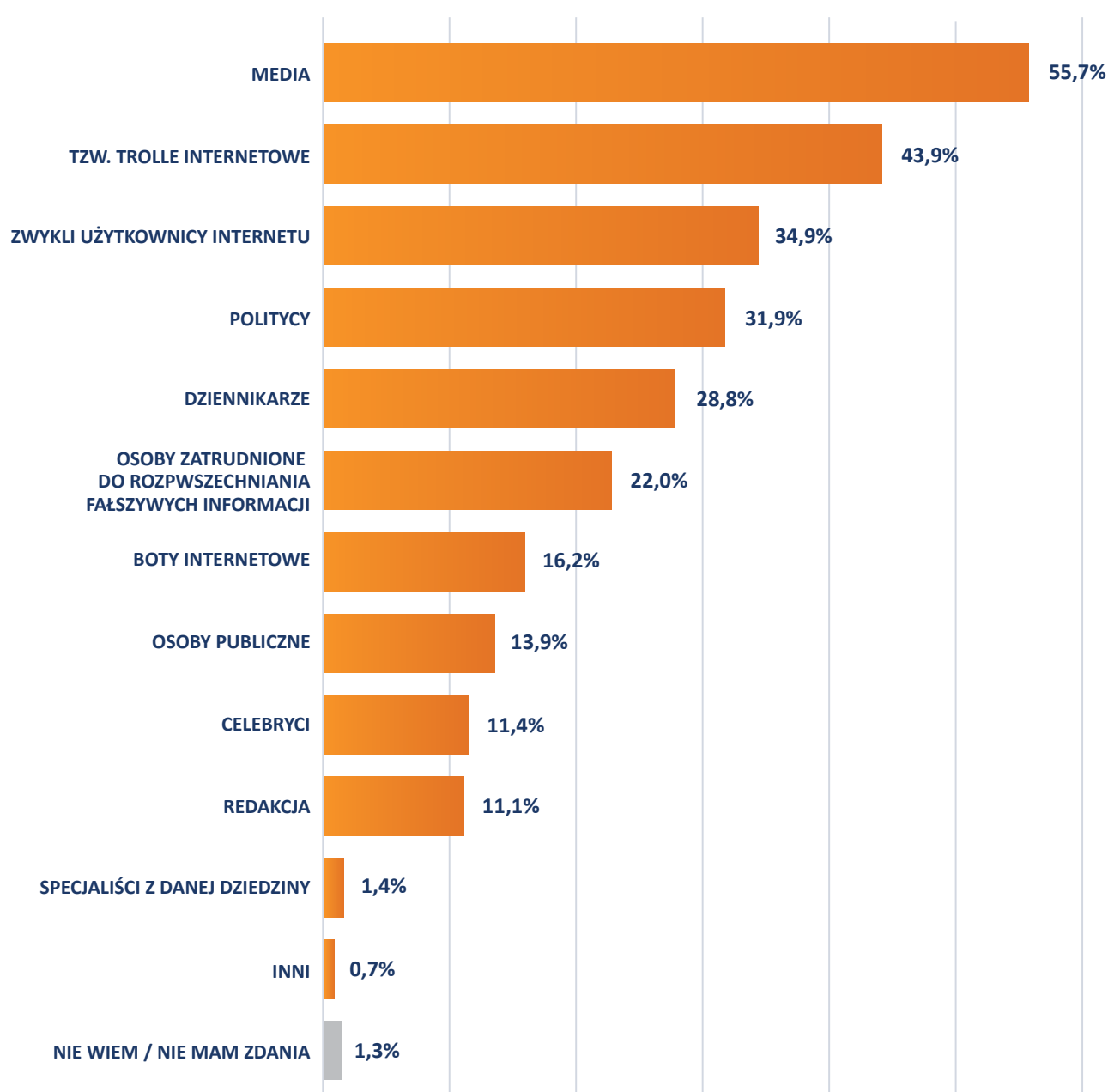
Oceń na skali od 1 do 5, które z poniższych elementów mogą wskazywać, że dana informacja jest fałszywa (jest tzw. fake news)?



Rzeczpospolite fake news

Według uczniów, za rozpowszechnianie fałszywych informacji, odpowiedzialne są głównie: media (55,7%), osoby potocznie określane trollami internetowymi (43,9%) oraz zwykli użytkownicy Internetu (34,9%). Politycy, którzy znaleźli się na pierwszym miejscu wśród wskazań Polaków (56%), u uczniów zajmują dopiero 4 miejsce (31,9%).

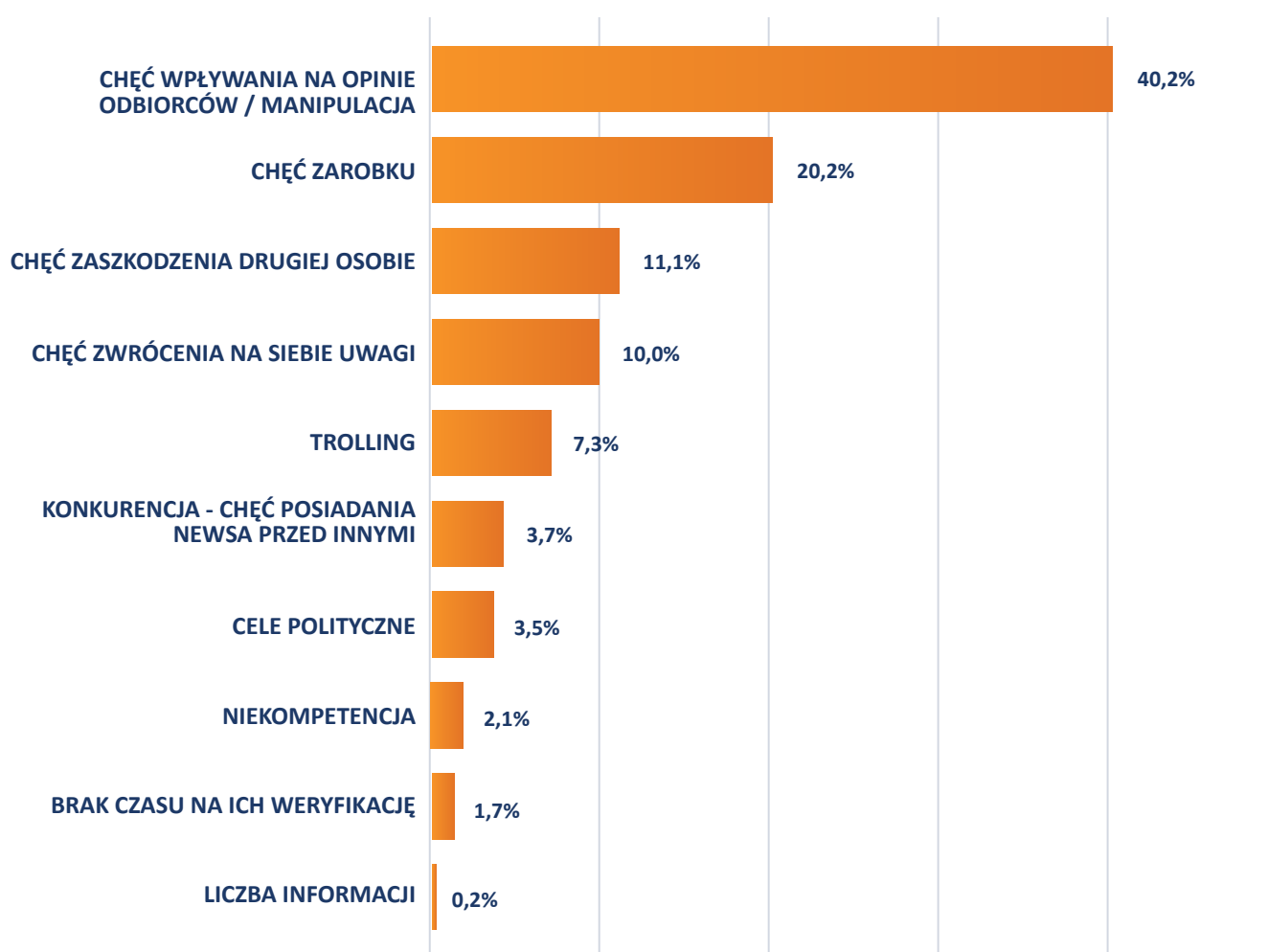
Kto, według Ciebie, najczęściej rozpowszechnia fałszywe informacje?



Przyczyny tworzenia fake newsów

W wyniku próby zdefiniowania głównych motywów, jakie zdaniem uczniów przyświecają podczas tworzenia informacji nazywanych fake newsami, wśród najczęściej wskazywanych źródeł znalazły się: chęć wpływania na opinie odbiorców/manipulacja (40,2%), motyw zarobkowy (20,2%), chęć zaszkodzenia drugiej osobie (11,1%).

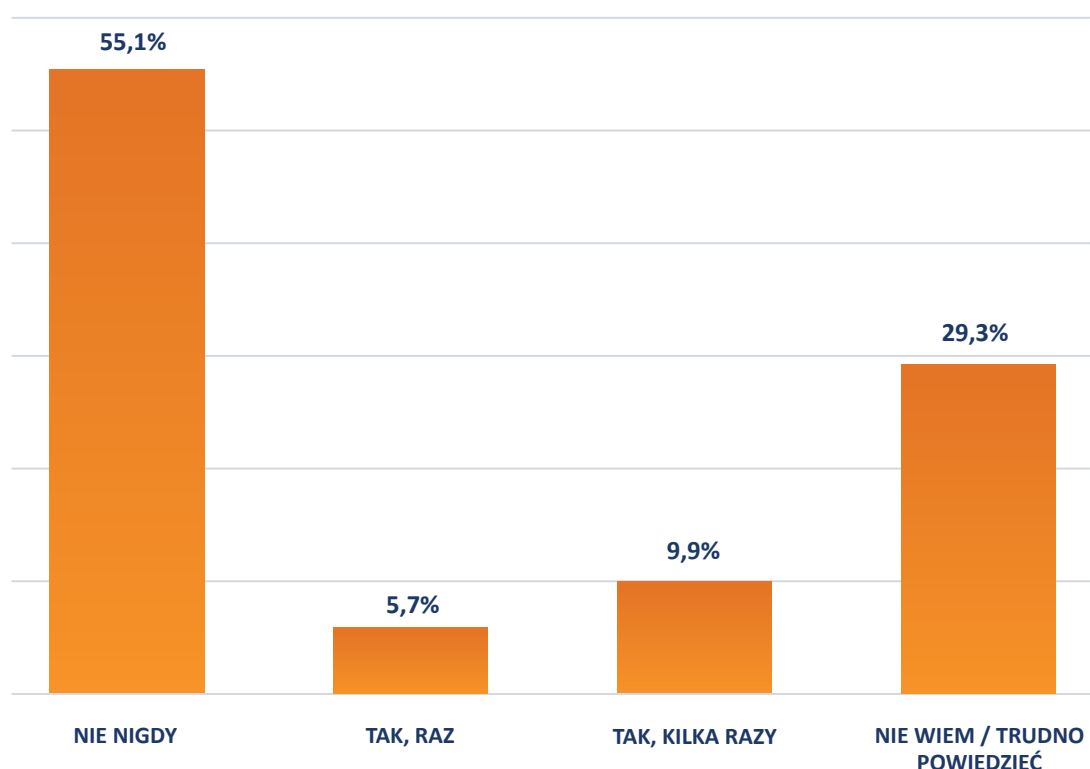
Jaka jest, według Ciebie, główna przyczyna tworzenia informacji, które są fałszywe?



Rozpowszechnianie fake newsów

Ponad połowa przebadanych uczniów wskazuje, że nigdy nie udostępniła informacji, która w późniejszym czasie okazała się być nieprawdziwa (55,1%). Co trzeci uczeń nie potrafił odnieść się do tej kwestii (29,4%). Z kolei 15,6% uczniów potwierdziło, że zdarzyło im się udostępnić informację, która okazała się być fake newsem (raz lub kilka razy).

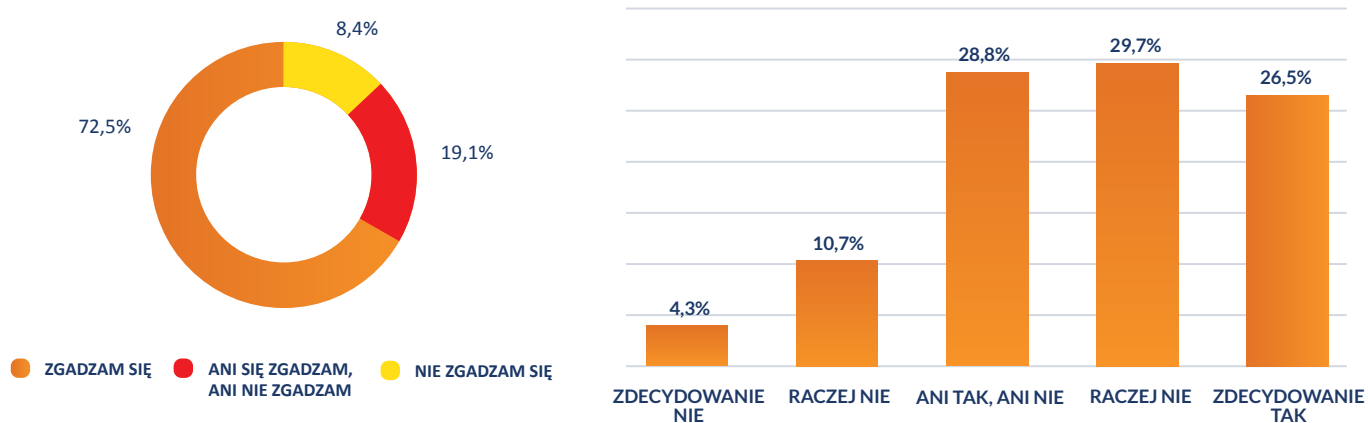
Czy zdarzyło Ci się udostępnić informację, która okazała się być fałszywa, była tzw. fake newsem?



Problem fake news

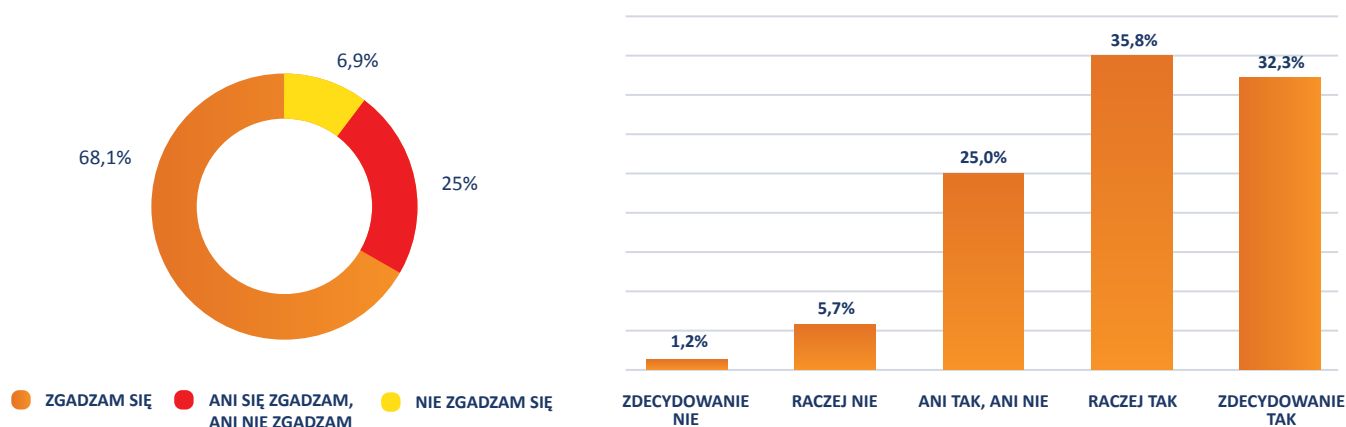
Większość przebadanych uczniów (56,2%) wskazała, że pojawianie się nieprawdziwych, zniekształcających rzeczywistość informacji stanowi w Polsce problem. Jednocześnie 28,8% nie jest w stanie określić, czy takie zjawisko jest problemem, który pojawia się w naszym kraju. W przypadku badania ogólnopolskiego większy odsetek badanych Polaków wskazał, że nieprawdziwe i zniekształcające rzeczywistość wiadomości są problemem w Polsce - zgodziło się z tym stwierdzeniem 79,4% badanych. Co ciekawe jedyną grupą wiekową, w której poparcie dla takiego twierdzenia jest niższe, są respondenci w grupie powyżej 65 roku życia (62%).

Obecność wiadomości i informacji, które są nieprawdziwe lub zniekształcają rzeczywistość, stanowi problem w Polsce



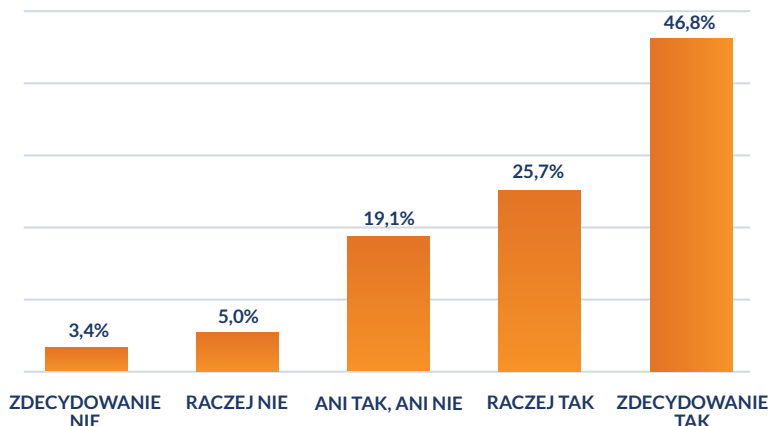
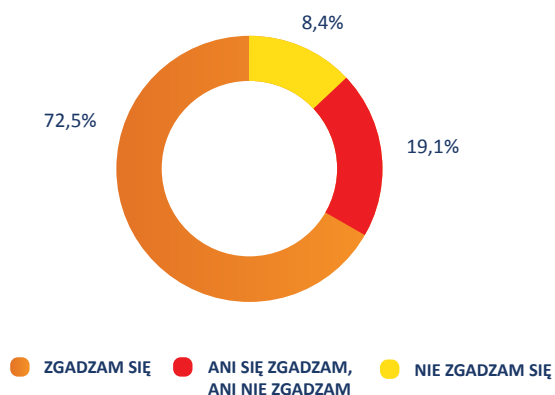
Przebadani uczniowie w większości dostrzegają, że zjawisko fake newsów będzie się pogłębiać, z takim twierdzeniem zgadza się 68,1% badanych. Tylko bardzo niewielki odsetek z nich uznał (6,9%), że rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji nie będzie zjawiskiem, które będzie postępować. ¼ badanych uczniów nie była w stanie stwierdzić, czy zjawisko fake newsów będzie się pogłębiać. Także w badaniu ogólnopolskim ⅓ respondentów wskazało, że dojdzie do nasilania się zjawiska fake newsów.

Zjawisko fake newsów, czyli rozpowszechniania nieprawdziwych informacji, będzie się pogłębiać



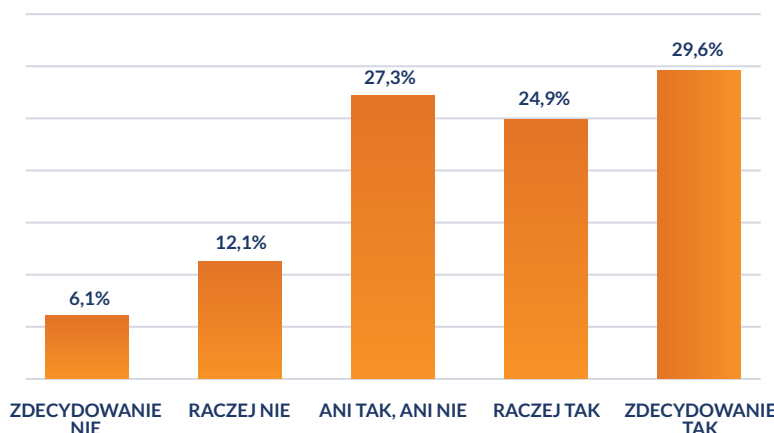
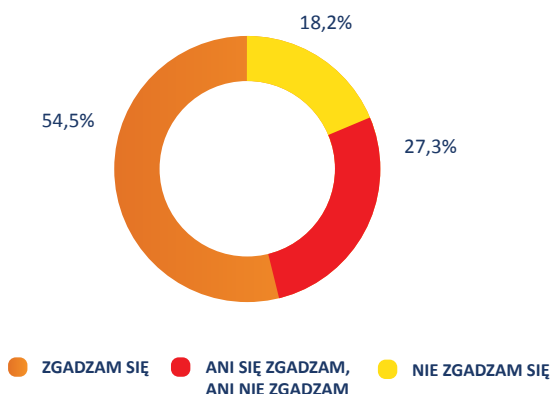
Aż 72,5% badanych uczniów zgadza się oraz zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że skala pojawiających się fałszywych informacji stanowi zagrożenie w postrzeganiu mediów przez ich odbiorców. Takiego zagrożenia nie dostrzega zaledwie 8,3% uczniów.

Skala pojawiających się fałszywych wiadomości stanowi zagrożenie dla postrzegania mediów, jako wiarygodnego źródła informacji



Ponad połowa uczniów (54,4%) zgodziła się, że edukacja społeczeństwa może przyczynić się do zmniejszenia liczby fałszywych informacji, które będą docierały do odbiorcy. Jednocześnie 27,3% uczniów nie było w stanie określić, czy edukacja będzie odgrywać jakąkolwiek rolę w ograniczeniu docierania fake newsów do odbiorców. Tylko 18,3% uczniów uznało, że edukacja nie jest w stanie wywierać wpływu na mniejszy zakres fałszywych informacji docierających do odbiorców. W przypadku badania ogólnopolskiego przekonanie o roli edukacji w badanej kwestii pojawiło się wśród 66% respondentów. Grupami wiekowymi, które najbardziej opowiedziały się za takim stwierdzeniem, byli Polacy pomiędzy 25 i 34 rokiem życia oraz 55 i 64 rokiem życia.

Edukacja społeczeństwa może przyczynić się do zmniejszenia liczby fałszywych informacji, docierających do odbiorcy



Stowarzyszenia Demagog

Stowarzyszenie Demagog to organizacja fact-checkingowa, której głównym celem jest poprawa jakości debaty publicznej poprzez dostarczanie obywatelom bezstronnej i wiarygodnej informacji.

Od 2014 roku zespół Demagoga weryfikuje wypowiedzi oraz obietnice wyborcze polityków na portalu demagog.org.pl.

Organizacja zajmuje się również rozpowszechnianiem idei fact-checkingu w Polsce.

W ramach walki z fake newsami, organizacja prowadzi warsztaty w szkołach i na uniwersytetach oraz realizuje projekty edukacyjne skierowane do młodzieży pn. Akademia Fact-Checkingu. Po przez Akademię trenerzy nie tylko dzielą się swoich doświadczeniem, ale przede wszystkim rozwijają wśród młodzieży krytyczne myślenie, uczą odróżniać prawdę od fałszu czy też wskazują jak szukać i korzystać tylko z rzetelnych źródeł informacji.

Portal Demagog.org.pl



3541
zweryfikowanych
wypowiedzi



549
sprawdzonych
osób

Akademia Fact-Checkingu



130
przeprowadzonych
warsztatów



2700
uczestników



40
miast



80
szkół

 **DEMAGOG**


AKADEMIA
FACT-CHECKINGU

KRYTYCZNY X UMYSŁ

**SPRAWDŹ JAK DZIAŁA
KRYTYCZNY UMYSŁ**

www.krytycznyumysl.pl