



Beata Biel



Sebastian Bykowski



Jakub Kuś



dr Krzysztof Mazur

Wpływ technologii informacyjnych na społeczną rzeczywistość. Szanse czy zagrożenia?

Warszawa, październik 2017



Nowa religia: informacjonizm?

Podczas debaty eksperci próbowali wspólnie zastanowić się, jaki wpływ na życie społeczne wywiera rozwój technologii informacyjnych.

Dużą część dyskusji poświęcono zagrożeniom, jakie płyną z gigantycznego wzrostu znaczenia informacji w naszym życiu. Dziś wszystko jest informacją, która nie poddaje się kontroli, a człowiek jest tylko twórcą kontentu – treści. Niektórzy eksperci mówią wręcz o „nowej religii” – informacjonizmie.

Coraz mniejsze znaczenie mają autorytety, ponieważ zalew informacji, poglądów i punktów widzenia powoduje, że nie wiadomo, kogo pytać. Media kiedyś uważane za opiniotwórcze i wiarygodne przyciągają publiczność nie informacjami, ale rozrywką (tzw. infotainment). Powszechnie rozpowszechniane są tzw. fake newsy, czyli nieprawdziwe informacje. Żyjemy też w „bańkach informacyjnych” określanych przez algorytmy mediów społecznościowych.

Jednocześnie jednak rozwijają się ruchy walczące o lepsze regulacje, hamujące ingerencję technologii w nasze życie. Powstają też nowe media, którzy starają się dostarczać czytelnikom rzetelnych, pogłębionych informacji, uwzględniających różne punkty widzenia. Czy będziemy zatem potrafili przekuć zagrożenia w szanse?



” Współcześnie rozwój nauk i nowych technologii podważają rolę człowieka jako fundamentu i podmiotu postępu. W zamian nadchodzi rodzaj „nowej religii” nazywanej informacjonizmem, w centrum której nie ma już ani Boga, ani człowieka, a ich miejsce zajmują algorytmy.

Krzysztof Mazur | politolog i filozof, prezes Klubu Jagiellońskiego



” Sieć elektroniczna zaciska się wokół nas coraz mocniej i wywiera coraz większy wpływ na rzeczywistość społeczną. Dlatego tak ważne wydaje mi się, aby wiedzieć, w jaki sposób tworzona jest rzeczywistość elektroniczna, zrozumieć, w jaki sposób oddziałuje na nas i na nasz świat, a wszystko po to, by nauczyć się ją jak najlepiej wykorzystywać.

Maciej Witucki | przewodniczący Komitetu Dialogu Społecznego KIG





Dialog zagrożony. W bańce informacyjnej

Według raportu „Digital in 2017 Global Overview” przygotowanego przez We Are Social i Hootsuite Polacy spędzają w mediach społecznościowych średnio 1,45 godziny dziennie. I często robimy to w sposób bezrefleksyjny, nie zdając sobie sprawy, że jesteśmy manipulowani przez algorytmy, które prezentują treści budzące nasze emocje, a omijają te, które, zdaniem tych algorytmów, nie będą nas interesowały.

Powoduje to między innymi, że nasila się polaryzacja polityczna i społeczna. Przeciwnicy i zwolennicy określonych idei, poglądów czy instytucji (rządu, imigrantów, szczepień czy wycinek drzew) nie są już w stanie prowadzić normalnego dialogu – na co dzień żyją w innych bańkach informacyjnych, nie potrafią więc znaleźć wspólnego języka. Wydostanie się poza taki zakłęty krąg informacyjny wcale nie jest proste. Co więcej nakładają się to na jeszcze inne zjawiska. Z jednej strony ludzie poszukujący tzw. „fame’u”, starają się podkreślać kontrowersyjne opinie, wyolbrzymiać i przesadzać. Z drugiej strony, widać trend ukrywania w sieci swoich prawdziwych poglądów przez osoby obawiające się np. o rozwój swojego życia zawodowego (pracodawcy i eksperci HR przeglądają profile społecznościowe kandydatów). Ci ludzie starają się „lajkować” bezpieczne treści i unikają kontrowersyjnych tematów. Zarówno wyostrażanie swoich poglądów, jak i unikanie trudnych tematów nie przyczynia się do poprawienia naszej kultury dialogu. Życie w bańkach informacyjnych, brak dialogu i co za tym idzie – umiejętności rozwiązywania trudnych problemów może doprowadzić, zdaniem dyskutantów, do kryzysu cywilizacyjnego.



”

Dialog to dwustronna wymiana informacji. Aby mógł zaistnieć, potrzebna jest chęć porozumienia i znajomość tych samych faktów. A z tym jest dziś problem, m.in. z powodu rozwoju technologii informacyjnych. Nasze informacje, czerpane z internetu, są ograniczone przez tzw. bańki informacyjne.

”

Sebastian Bykowski | wiceprezes zarządu, dyrektor generalny PRESS-SERVICE
Monitoring Mediów



Fake news: silniejsze niż prawda

Śmierć Tiny Turner ogłoszona przez portal informacyjny znanego medium telewizyjnego czy scena z filmu zaprezentowana w programie znanego komentatora jako prawdziwy obrazek katastrofy samolotu – to tylko niektóre przykłady fake newsów, czyli nieprawdziwych informacji rozpowszechnianych w mediach.

Ekspertci stwierdzili, że walka z fake newsami jest trudna. Każdy z nas może się jednak uczyć, w jaki sposób rozpoznawać takie przekłamania. Powinniśmy być bardziej ostrożni, korzystając z internetu i z mediów w ogóle, bardziej uważnie czytać to, co do nas trafia, nie tylko tytuły i leady, lecz także całe artykuły. Warto odejść od czytania pionowego, to znaczy przewijania ekranu na telefonie – czy to w mediach społecznościowych, czy na stronach portali informacyjnych. Trzeba być dociekliwym – otwierać linki, czytać je, dowiadywać się więcej. Co gorsza, fake newsy coraz częściej wygrywają z faktami. Według analiz amerykańskiego serwisu BuzzFeed dezinformacja ma większy zasięg i szersze grono odbiorców niż prawdziwe newsy. Najczęściej celem tych przekłamań są zyski finansowe albo korzyści polityczne. Walkę z internetową propagandą i zalewem fake newsów zapowiedziały już m.in. Google, Wikipedia czy Facebook, który wiosną 2017 r. zaczął oznaczać mało wiarygodne wiadomości czerwonym trójkątem z ostrzegawczym wykrzyknikiem. Globalni giganci podjęli wspólną inicjatywę, która ma walczyć z fałszywymi informacjami i przywrócić zaufanie do treści.



” Fake newsy stają się coraz bardziej wyrafinowane. Przeciętny użytkownik internetu ma coraz większy problem, żeby odróżnić je od prawdziwych informacji i zweryfikować. Poza tym w internecie reagujemy bardzo szybko (dzielimy się treściami, „lajkujemy”), więc również te fałszywe informacje rozchodzą się błyskawicznie i trudno je powstrzymać. ”

Beata Biel | dziennikarka, koordynatorka projektu informacyjnego Konkret24 w Grupie TVN



Pokusa manipulacji nie do odparcia

Krzysztof Mazur z Klubu Jagiellońskiego zwrócił uwagę że nowoczesne technologie umożliwiają łamanie podstawowego prawa politycznego, jakim jest prawo do prywatnej opinii, której nie chcemy nikomu postronnemu ujawniać. Przedsiębiorstwa, partie polityczne czy ruchy społeczne nie mogą oprzeć się wielkiej pokusie, by poznawać nasze opinie i w sposób ciągły prezentować nam zindywidualizowany przekaz oddziałujący na nasze emocje. Może to prowadzić do wzrostu populizmów, czyli dochodzenia do głosu władzy, która mówi jedynie to, co chcemy usłyszeć.

Klasyczny już dziś przykład tego zjawiska to kampania wyborcza Donalda Trumpa z 2016 r. Współpracująca ze sztabem kandydata brytyjska firma posiadała bowiem olbrzymi zasób informacji o blisko 230 mln internautów uprawnionych do głosowania w USA – właśnie dzięki ich aktywności w mediach społecznościowych. Wejście w posiadanie tej wiedzy pozwoliło na skuteczniejsze poprowadzenie kampanii i dostosowanie komunikatów (czyli mówienie wyborcom tego, co chcą usłyszeć) podnoszonych na wiecach do konkretnych wyborców, ale też modelowanie ich zachowań. Dodatkowo, w sieci podczas kampanii pojawiła się gigantyczna liczba fake newsów, które najczęściej służyły właśnie kandydatowi republikanów (takie jak np. rzekome poparcie papieża Franciszka dla Trumpa, która to wiadomość spotkała się z 950 tys. interakcji na FB). O ile trudno przesądzać o celowych działaniach współpracowników obecnego prezydenta USA w tej drugiej kwestii, te zjawiska pozwoliły Trumpowi wygrać wybory.



”

Łatwo możemy sobie wyobrazić indywidualnie sprofilowane kampanie wyborcze, gdy na „wallu” każdego z nas na Facebooku pojawiają się inne, dostosowane do naszych preferencji, treści wyborcze.

A na koniec politycy, którzy wygrywają wybory, i tak nie spełniają obietnic żadnego z nas.

”

Krzysztof Mazur | politolog i filozof, prezes Klubu Jagiellońskiego



Umysł w sieci. Psychologiczne skutki nowych technologii

Liczba Dunbara (określenie od nazwiska amerykańskiego biologa Robina Dunbara) mówi o tym, że nie da się nawiązać głębszej relacji z grupą większą niż 150 osób. Jeśli w medium społecznościowym mamy 800 znajomych, jest oczywiste, że nie będziemy wchodzić z nimi w zażyły kontakt, a te powierzchowne relacje nie zastąpią prawdziwych przyjaźni.

Dyskutanci stwierdzili, że o ile pozornie poczucie posiadania tak szerokiego grona znajomych może poprawiać nastrój, już samo obserwowanie przesadnie skupionych na własnych sukcesach informacji, postów tworzących wyidealizowane wizje życia może prowadzić do depresji i poczucia braku realizacji.

Innym zjawiskiem towarzyszącym ekspansji internetu w nasze życie jest tzw. FOMO (ang. Fear of Missing Out), czyli lęk przed pominięciem. Jest to syndrom pojawiający się u użytkowników mediów społecznościowych, którzy obawiają się, że przegapią coś istotnego i ominię ich to bezpowrotnie. Zjawisko to może towarzyszyć coraz powszechniejszemu uzależnieniu od internetu, ale także stresowi informacyjnemu, wynikającemu z nadmiaru komunikatów, którymi jesteśmy przytłoczeni i z którymi nie możemy sobie poradzić.

Co więcej, swoboda wypowiedzi i pozorne bezpieczeństwo poruszania się w sieci po pierwsze znacznie przesuwają granice moralne, a po drugie – prowadzą do zmęczenia i dezorientacji, które mogą np. skutkować podejmowaniem nieetycznych decyzji. Może to powodować posuwanie się do czynów (takich jak hejt czy prześladowanie), których w realnym życiu nigdy byśmy nie popełnili.



”

Z moich badań wynika, że internetowa wielozadaniowość, charakterystyczna dla korzystania z nowych mediów, wpływa negatywnie na rozwiązywanie problemów moralnych. Po prostu nie chce nam się na nich koncentrować, bo są zbyt trudne.

Jakub Kuś | psycholog nowych technologii, Uniwersytet SWPS

”



Rekomendacje

1. Korzystajmy z internetu w sposób „poziomy”, a nie „pionowy”, czyli czytamy uważnie, sprawdzamy źródła, dociekajmy i analizujemy. Zastanawiamy się, czy nasze emocje po lekturze jakiejś informacji nie wynikają z własnych uprzedzeń, a co więcej – czy jest możliwe, że ktoś celowo nami manipuluje.
2. Zastanówmy się i sprawdźmy w różnych źródłach, czy to, co czytamy w mediach społecznościowych, naprawdę jest powszechną opinią, czy może są to powielane, kontrowersyjne poglądy kilku osób z naszej sieci społecznościowej, które są podawane dalej i proponowane nam przez algorytmy mediów społecznościowych. Czy na pewno inni ludzie, których znamy, tak myślą?
3. Instytut Badań Edukacyjnych przeprowadził w 2016 roku eksperyment, z którego wynikało, że 60 proc. polskich gimnazjalistów nie potrafiło odróżnić w tekście faktów od opinii. Walka z fake newsami, bańkami informacyjnymi, celowymi manipulacjami powinna zaczynać się od edukacji i uwalniania młodych ludzi na to, że to, co pojawia się w sieci, często jest (rozpowszechnianą celowo lub nieintencjonalnie) bzdurą lub zwykłym fałszerstwem.

8,7 mln

Tyle odsłon miało 20 najpopularniejszych fake newsów dotyczących kampanii prezydenckiej w dniu wyborów w Stanach Zjednoczonych. 20 wiadomości mainstreamowych miało 7,3 mln.

źródło: buzfeed.com

51 %

Taki odsetek ludzi na świecie traktuje media społecznościowe jako źródło newsów – w Polsce jest to aż 58% społeczeństwa.

źródło: Reuters Digital News Report 2016



”

W erze sieci społecznościowych, fake newsów i globalizacji należy pamiętać o edukacji dzieci, które nie mają doświadczenia życia przed online. Jeśli nam, dorosłym, jest czasem trudno weryfikować informacje, czy utrzymać w ryzach postrzeganie tego, co realne, od tego, co kreowane w społecznościach, tym trudniejsze jest to dla dzieci i młodzieży – internetowych tubylców.

”

Magdalena Bigaj | Strategy Director EVG Group, ekspertka Komitetu Dialogu Społecznego KIG



Materiał opracowany na podstawie warsztatu

Wpływ technologii informacyjnych na społeczną rzeczywistość.

Szanse czy zagrożenia? zorganizowanego przez Komitet Dialogu Społecznego Krajowej Izby Gospodarczej 24 października 2017 r. w Warszawie.

W dyskusjach panelowych wzięli udział (na zdjęciach od lewej):

Beata Biel (Grupa TVN), **Krzysztof Mazur** (Klub Jagielloński),

Sebastian Bykowski (PRESS-SERVICE Monitoring Mediów),

Jakub Kuś (Uniwersytet SWPS),

Justyna Dźbik-Kluge (dziennikarka Radia ZET).

Komitet Dialogu Społecznego Krajowej Izby Gospodarczej (KDS) jest centrum myśli, które ma na celu poprawę jakości życia w Polsce, a w szczególności poprawę wzajemnych relacji między pracodawcami, pracownikami oraz administracją rządową i samorządową.

Więcej o KDS na stronie: www.dialogkig.pl