

Rozdział 8.
Wiarygodna i rzetelna informacja
jako podstawa decydowania
o własnych wyborach młodych
Polaków w świetle badań
w projekcie GANESA

8.1. Ocena wiarygodności mediów i internetowych publikatorów

Żyjemy w społeczeństwie informacyjnym, a to oznacza zarówno dostęp do informacji, jak i korzystanie z różnych ich źródeł. Dla młodych ludzi, do których adresowana była ankieta projektu GANESA (licealiści i uczniowie technikum oraz studenci), naturalne są te udogodnienia, które służą pozyskiwaniu wiadomości, szybkość w dostępie do nich, a także możliwość ich skomentowania i przesłania dalej. Pytania z ankiety projektu GANESA, które stanowią przedmiot niniejszego opracowania, dotyczyły zarówno zawartości tradycyjnych masowych źródeł informacji (gazet czy rozgłośni radiowych), jak i serwisów internetowych i innych kanałów informacyjnych, które można zaliczyć do technologii web 2.0¹. Pojawia się jednak pytanie, czy w dzisiejszym spolaryzowanym i nieustannie zmieniającym się świecie młodzież potrafi ocenić i docenić wiarygodność mediów i internetowych publikatorów, a więc tych źródeł wiadomości, które w badanej grupie wiekowej są najbardziej popularne. Jest to o tyle istotne, że kwestia rzetelności mediów masowych ma kluczowe znaczenie dla funkcjonowania ustroju demokratycznego i stanowiła jeden z merytorycznych filarów projektu GANESA.

Dwa pierwsze pytania z tego zakresu tematycznego (pytanie 3. i 4.) dotyczyły wiarygodności internetowych publikatorów oraz mass mediów, natomiast jedno pytanie (pytanie 17.) – wskazania źródeł na tyle miarodajnych, że można im zaufać, dokonując wyboru miejsca studiowania. W odpowiedziach na te zagadnienia respondenci w sposób intuicyjny wykorzystywali pojęcie „wiarygodności”, czyli *cechę kogoś lub czegoś niebudzącego wątpliwości i takiego, któremu można zaufać*². Internetowy tezaurus traktuje więc terminy „wiarygodność” i „zaufanie” jako tożsame³, a w odniesieniu do mass mediów i interneto-

¹ Web 2.0 oznacza rodzaj technologii internetowej, która nie polega tylko na jednostronnym przekazywaniu informacji przez serwisy publikujące np. artykuły, ale również umożliwiające odbiorcom interakcje i tworzenie poczucia wspólnoty. Zob. J. Brzostek-Pawłowska, *Zmiany w modelach i technologiach informacyjnych w dobie Web 2.0 i Web 3.0*, „Elektronika” 2011, nr 3.

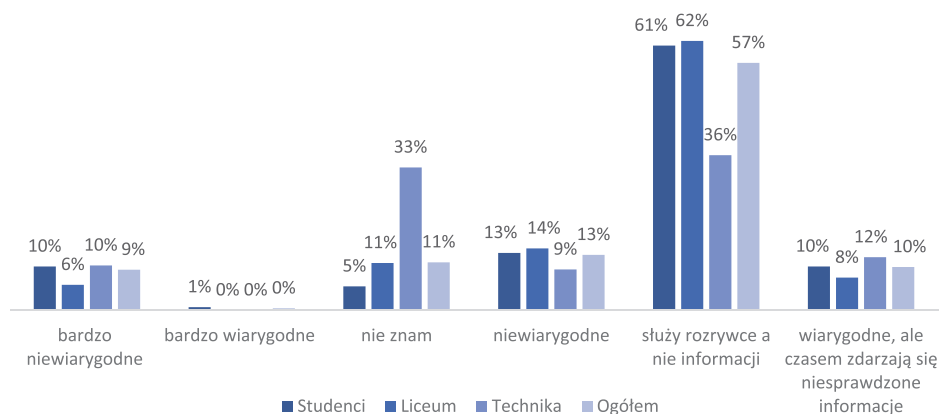
² <https://wsjp.pl/haslo/podglad/5318/wiarygodnosc> [dostęp: 17.07.2022].

³ Na temat znaczenia pojęcia „wiarygodność” w obszarze niemieckojęzycznym m. in. Z. Oniszczyk, *Wiarygodność mediów masowych. Przypadek niemiecki*, „Rocznik Prasoznawczy” 2018, R. 12, s. 57–66, tu np.: *W niemieckiej nauce o komunikowaniu (Kommunikationswissenschaft) w analizowaniu społecznej rangi mediów masowych używane są dwa pojęcia: zaufanie (Vertrauen) oraz wiarygodność (Glaubwürdigkeit). Nie traktuje się je przy tym jako synonimy. Termin zaufanie ma bowiem szerszy zakres znaczeniowy aniżeli wiarygodność. Drugie z pojęć jest bowiem rozumiane jako swoiste zjawisko społeczne, będące częścią składową (Teilphänomen) zaufania.*

wych publikatorów będzie to oznaczało zarówno przekonanie o prezentowaniu treści zgodnych z rzeczywistością, obiektywnych (zakres znaczeniowy słowa „wiarygodność”), jak i wielokrotne potwierdzenie swoich pozytywnych doświadczeń z tymi źródłami informacji (zakres znaczeniowy słowa „zaufanie”).

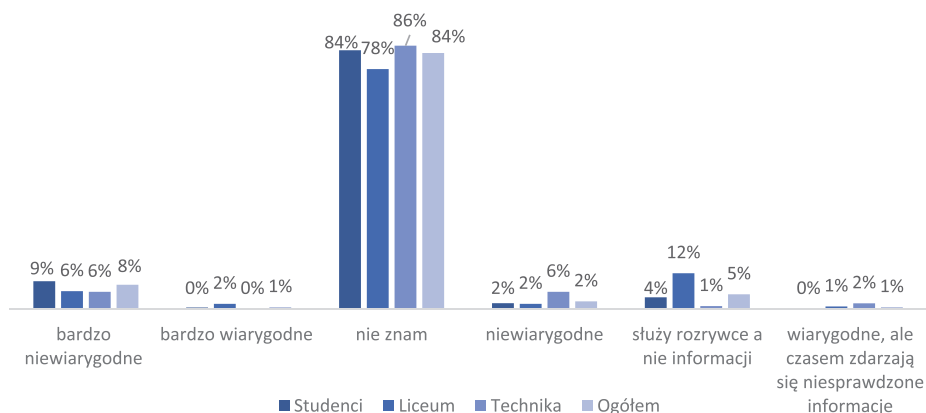
Wśród instytucji pojawiających się w ankiecie projektu GANESA (pytanie 3. i 4.) znalazły się takie, które ze względu na długi czas funkcjonowania w przestrzeni publicznej miały szanse zasłużyć w opiniach odbiorców na miano mediów wiarygodnych lub wręcz przeciwnie – zostać uznane za stronnice, subiektywne, a także prezentujące w sposób ludyczny opisywaną rzeczywistość.

Wykres 8.1. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *Demotywtory*



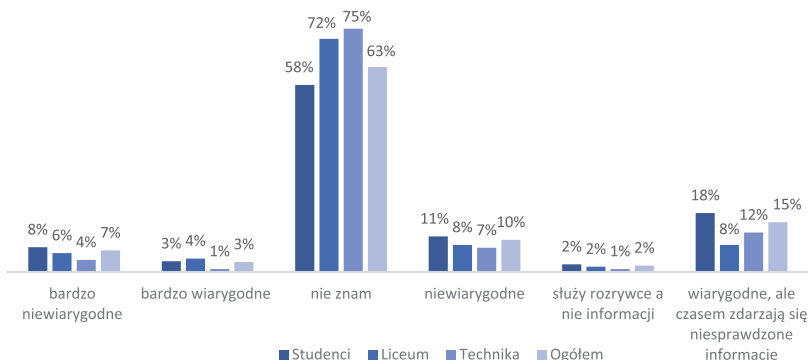
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.2. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *Król Sanjaya*



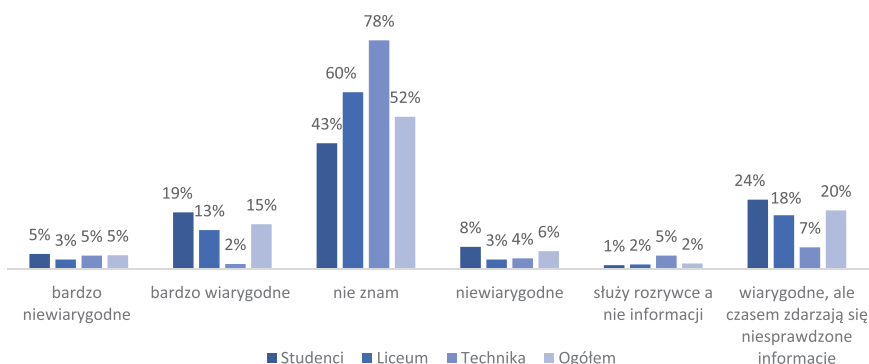
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.3. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *Niezależna.pl*



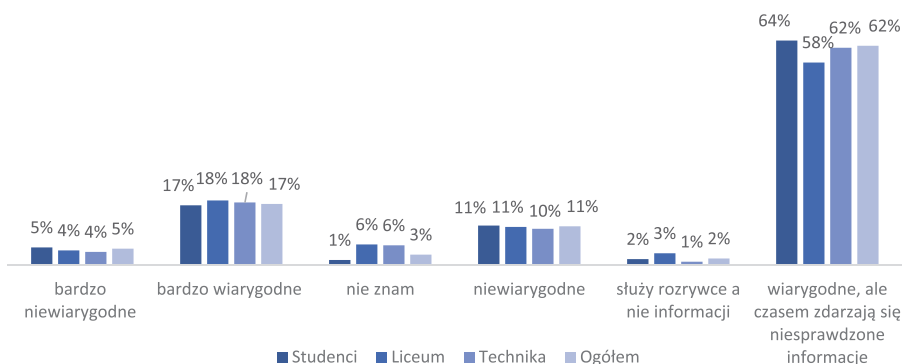
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.4. Ocenia wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *OKO.press*



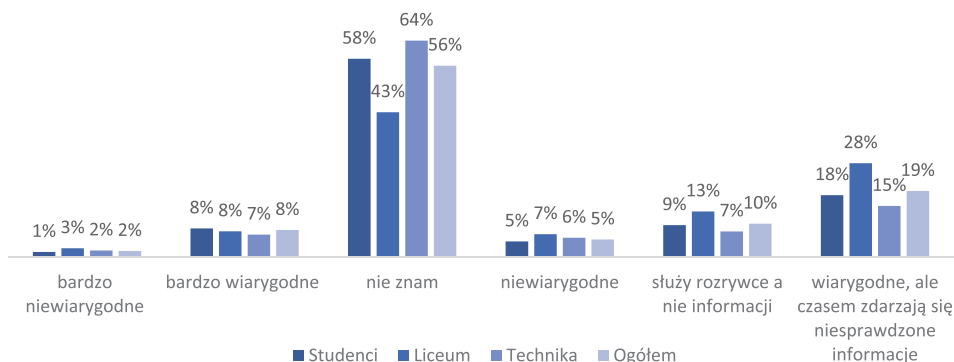
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.5. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *Onet.pl*



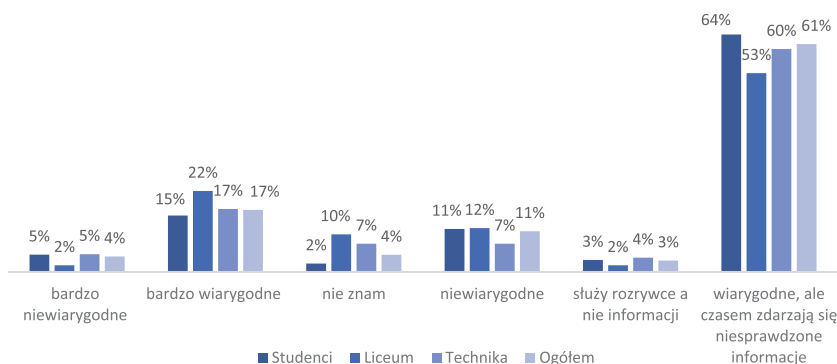
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.6. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *Reddit Word News*



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.7. Ocena wiarygodności instytucji publikujących swoje poglądy lub informacje w sieci: *wp.pl*



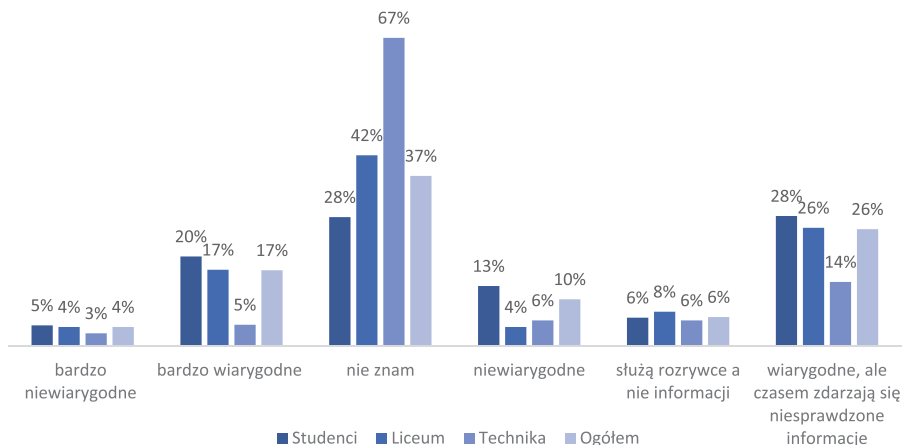
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Respondenci za najbardziej wiarygodne spośród wymienionych instytucji uznali serwisy: *OKO.press* (15%), *Onet.pl* (17%) oraz *wp.pl* (17%). Jednocześnie jednak zwrócili uwagę, że czasami znajdują się na nich niezwyfikowane wiadomości, a nawet podważyli ich wiarygodność (11% ankietowanych uznało za niewiarygodny serwis *Onet.pl* i tak samo został oceniony serwis *wp.pl*). Wyniki ankiety projektu GANESA w zakresie serwisów niewiarygodnych można by interpretować w taki sposób, że respondenci, poza nieznanością niektórych internetowych publikatorów, nie dysponują narzędziami sprawdzającymi ich rzetelność. Tezie tej jednak mogłyby zaprzeczyć wyniki naszych działań podejmowanych w ramach projektu GANESA, a zwłaszcza dwa online spotkania z panem Filipem Szulik-Szareckim (przedstawicielem projektu WOJOWNICY KŁAWIATURY), w ramach których młodzież licealna wykazała się kompetencjami medialnymi oraz umiejętnościami w zakresie rozpoznawania fake newsów i deepfake'ów.

Wyjaśnienie tej rozbieżności tkwi być może w tym, że – zgodnie z tendencją globalną – coraz więcej osób poszukuje informacji w internecie, ale przede wszystkim w mediach społecznościowych, które nie zostały ujęte w pytaniach ankietowych.

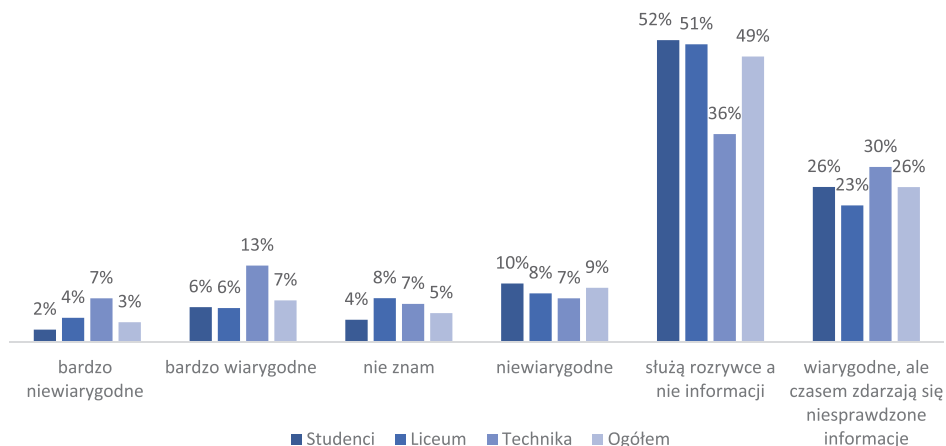
Za najbardziej niewiarygodne mass media, spośród wskazanych w ankiecie, zostały w opinii respondentów uznane: *Program III Polskiego Radia* (12% ankietowanych uznało tę rozgłośnię za bardzo niewiarygodną, a 16% za niewiarygodną) oraz *Fakt* (dla 16% respondentów gazeta ta jest bardzo niewiarygodna, a dla 22% – niewiarygodna), natomiast doceniono rzetelność *Gazety Prawnej* (40% respondentów – w większości studentów WPAiE UWr – uznało ten dziennik za najbardziej rzetelny) oraz *Gazety Wyborczej* (32%).

Wykres 8.8. Ocena wiarygodności massmediów: Angora

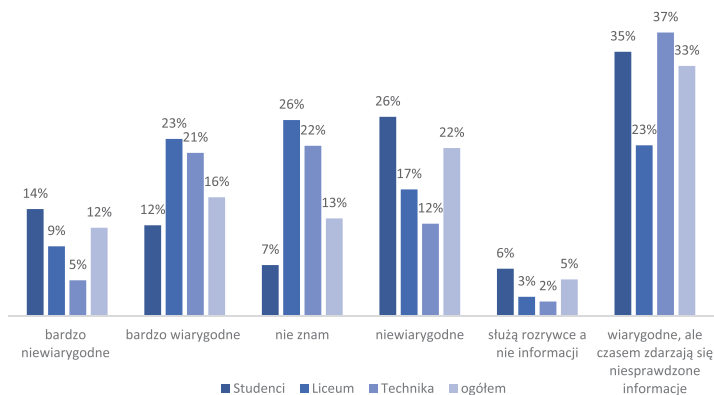


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

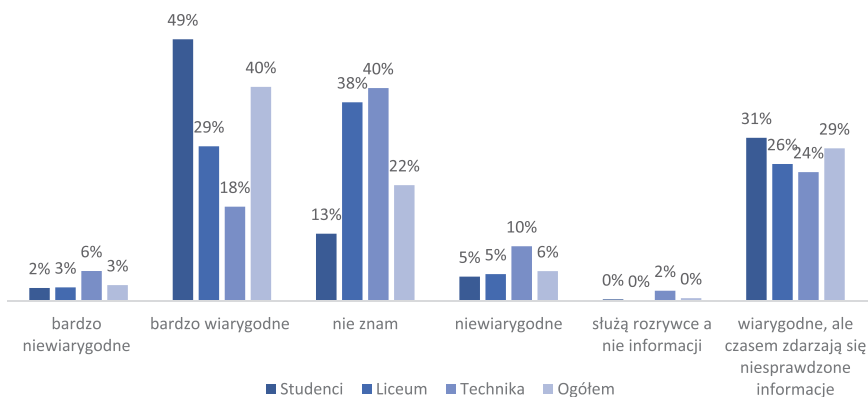
Wykres 8.9. Ocena wiarygodności massmediów: Eska



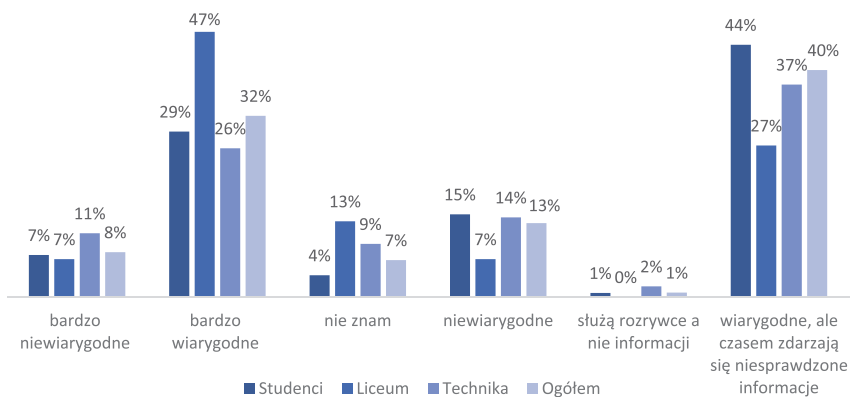
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.10. Ocena wiarygodności massmediów: *Fakt*

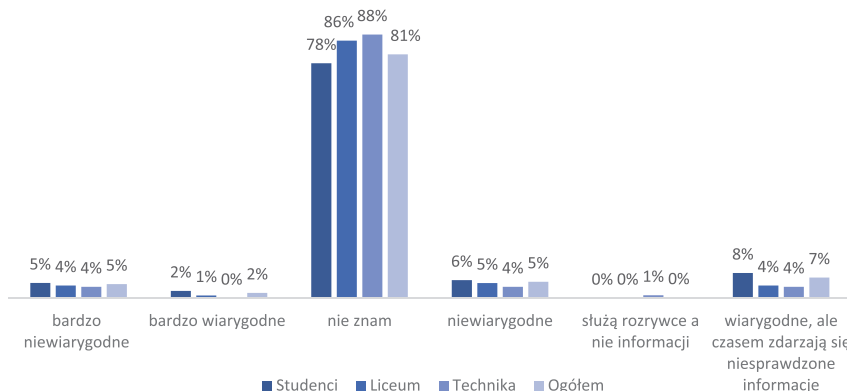
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.11. Ocena wiarygodności massmediów: *Gazeta Prawna*

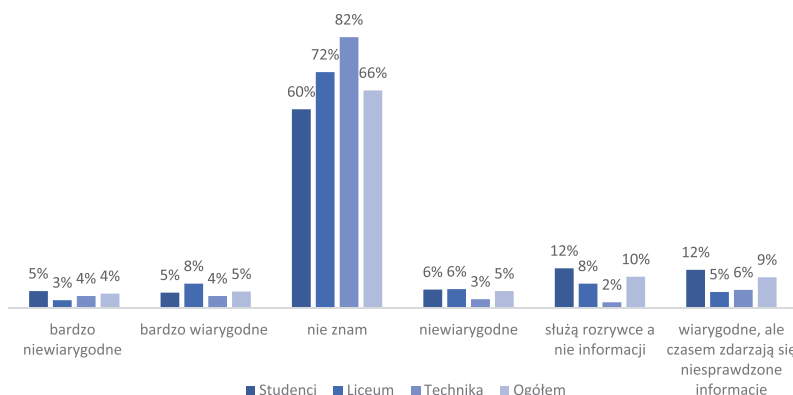
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.12. Ocena wiarygodności massmediów: *Gazeta Wyborcza*

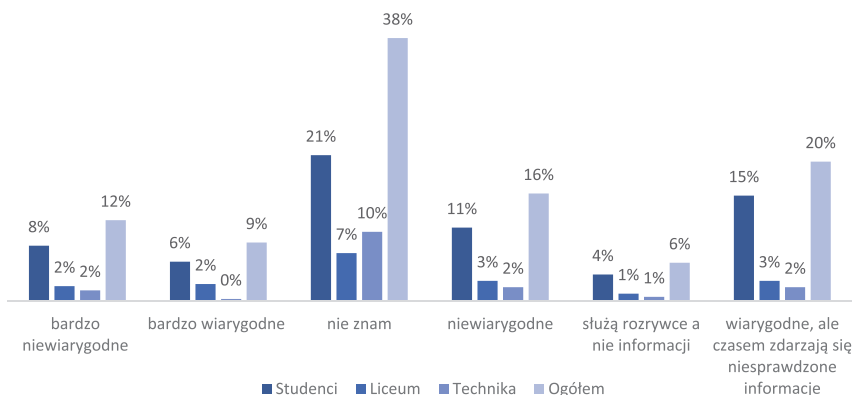
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.13. Ocena wiarygodności massmediów: *Najwyższy Czas*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

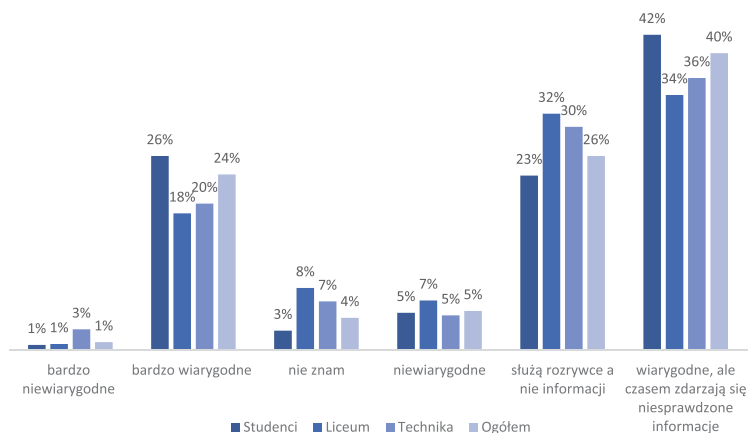
Wykres 8.14. Ocena wiarygodności massmediów: *Nie*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.15. Ocena wiarygodności massmediów: *Program III Polskiego Radia*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 8.16. Ocena wiarygodności massmediów: RMF FM



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

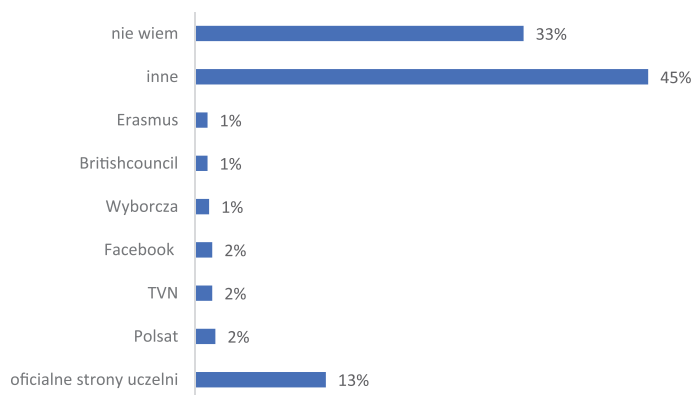
Za najbardziej niewiarygodne mass media, spośród wskazanych w ankiecie, zostały w opinii respondentów uznane: *Program III Polskiego Radia* (12% ankietowanych uznało tę rozgłośnię za bardzo niewiarygodną, a 16% za niewiarygodną) oraz *Fakt* (dla 16% respondentów gazeta ta jest bardzo niewiarygodna, a dla 22% – niewiarygodna), natomiast doceniono rzetelność *Gazety Prawnej* (40% respondentów – w większości studentów WPAiE UWr – uznało ten dziennik za najbardziej rzetelny) oraz *Gazety Wyborczej* (32%).

Dla młodych ludzi, na których przeprowadziliśmy badania ankietowe projektu GANESA, jednym z pierwszych wyborów życiowych jest ten, który dotyczy kierunku i miejsca studiów. Postanowiliśmy zatem zapytać o wybór zagranicznej uczelni, ponownie prosząc respondentów, by kierowali się wiarygodnością źródeł, z których mogą czerpać informacje na ten temat.

W kategorii „inne” – która dominuje w odpowiedziach respondentów – pojawiły się m.in. wskazania na kierowanie się opiniami znajomych (wymienianymi także na portalach społecznościowych), filmikami zamieszczanymi na serwisie YouTube, które zostały stworzone przez byłych lub aktualnych studentów, rekomendacjami doradców zawodowych. Te źródła wraz z 13% wskazaniem ankietowanych na oficjalne strony interesujących ich uczelni pozwalają na sformułowanie uogólnienia dotyczącego najczęstszej odpowiedzi na pytanie 17. – młodym adresatom ankiety projektu GANESA w dokonywaniu ważnych życiowych wyborów pomaga przede wszystkim Internet.

Istotnym wynikiem badawczym jest deklarowana znajomość mediów. Przed opracowaniem ankiety przeprowadziliśmy badania fokusowe wśród studentów i w młodszych grupach wiekowych, by wyłonić publikatory, które funkcjonują w ich świadomości. Staraliśmy się wytypować media „popularne”

Wykres 8.17. Podaj źródło (portal, gazeta, stacja telewizyjna lub radiowa, inne), z którego można by czerpać wiarygodne informacje przed planowaniem studiowania za granicą



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

takie, które budziły określone skojarzenia najczęściej j neutralne emocjonalnie u większości osób, z którymi zrobiliśmy wywiady i media „skrajne”, takie które budziły spore emocje – pozytywne i negatywne i częstotliwość ich występowania w deklaracjach wydała nam się istotna badawczo.

Badanie ankietowe wykazało, że spora część przedstawionych do oceny mediów była nieznana respondentom, przy czym częściej nieznajomość publikatora deklarowali uczniowie technikum. Król Sanjaya (entuzjasta teorii płaskiej Ziemi)– bohater popularnych jeszcze niedawno filmów o potencjale viralowym okazał się obecnie praktycznie powszechnie nierozpoznawalny. Słabą rozpoznawalność w badanej grupie mają też publikatory o wyraźnym profilu publikujące dostosowane do niego treści, takie jak Niezależna.pl, Najwyższy Czas, Nie, natomiast jeżeli chodzi o OKO.press zauważalna jest wyraźna dysproporcja rozpoznawalności. W grupie studentów zadeklarowało jego nieznajomość 43% respondentów a w grupie uczniów techników aż 78%. Podobną tendencję widać w przypadku znajomości tygodnika Angora: 67% uczniów techników zadeklarowało, że nie zna tego czasopisma, ale tylko 28% studentów odpowiedziało w taki sposób. Natomiast ponad połowa respondentów ogółem zadeklarowała nieznajomość Reddit Word News, przy czym w grupie licealistów jest to najmniejsza liczba badanych: 43%. Może to wynikać z faktu, iż jest to medium obcojęzyczne, przy czym w badaniach fokusowych respondenci deklarowali bardzo pozytywne opinie na temat jakości tego medium w myśl zasady „nasze media są kontrolowane, a tam jest prawda”, co dotyczyło informacji z zagranicy.

Badane wykazało, że respondenci deklarowali znajomość portali internetowych oferujących pełen przekrój informacji takich jak Onet.pl i Wp.pl; wielkonakładowych czasopism takich jak: Fakt, Gazeta Wyborcza, a nawet Gazeta

Prawna (w grupie studentów) – natomiast w pozostałych grupach badanych osób 40% uczniów technikum i 38% licealistów zadeklarowało jej nieznamość.

Ogólnopolskie rozgłośnie radiowe (Eska, Rmf.fm) zostały określone jako rozpoznawalne, co na tym tle znajomość programu III Polskiego Radia, wypada zdecydowane najslabiej (nie zna go 38% badanych).

Wyniki te świadczą o tym, że największy „potencjał” przenoszenia informacji mają media, które nie są zaprojektowane tak by docierać do konkretnego profilu odbiorcy. Badania mogą też sugerować, że badane grupy nie funkcjonują jeszcze w zamkniętych bańkach informacyjnych, co jednak należałoby potwierdzić badaniami, w których oznaczałoby też deklarowane poglądy respondentów.

8.2. Kontekst badań

Ankieta została przeprowadzona wśród młodych ludzi w okresie pandemii COVID-19 (luty-kwiecień 2021 r.), kiedy to – jak podaje Reuters Institute⁴ – wzrosło, zwłaszcza na zachodzie Europy, zaufanie społeczeństwa do mediów, natomiast w Polsce zarówno popularność mediów tradycyjnych, jak i internetowych spadła. W świetle tych badań oraz wyników naszej ankiety należałoby zintensyfikować działania edukacyjne, które w przyszłości przyczynią się do powstania (lub ewolucji) mediów i publikatorów internetowych zasługujących na zaufanie społeczne i wysoką ocenę wiarygodności. Informacja bowiem we współczesnym świecie ma szerokie znaczenie: gospodarcze, ekonomiczne czy polityczne i słuszność ma W. Strykowski, który konkluduje: *Ludzie, którzy nie posiadą kompetencji z tego [informacyjnego i medialnego] obszaru, znajdą się w niebezpieczeństwie, gdyż nie będą przygotowani do pracy, do nauki i do codziennego funkcjonowania w życiu publicznym*⁵. Ponadto autor dostrzega w społeczeństwie informacyjnym możliwość wytworzenia nowych, lepszych form demokracji i zwiększenia udziału obywateli w życiu publicznym, bowiem: *zniknie bariera geograficzna i finansowa w nawiązywaniu i utrzymywaniu kontaktów międzyludzkich, co sprzyjać będzie pokojowi, solidarności i wzajemnemu zrozumieniu na skalę globalną*⁶. Takie rozumienie społeczeństwa informacyjnego współgra z głównymi

⁴ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> [dostęp: 13.07.2022].

⁵ W. Strykowski, *Rola mediów i edukacji medialnej we współczesnym społeczeństwie*, Katowice 2003, s. 112, dostęp elektroniczny: <https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Chowanna/Chowanna-r2003-t1/Chowanna-r2003-t1-s111-122/Chowanna-r2003-t1-s111-122.pdf>

⁶ Ibidem.

celami projektu GANESA, w którego założenia merytoryczne zostało m. in. wpisane: *Aby móc podejmować optymalne społecznie oraz personalnie decyzje, należy mieć możliwie przekrojowy i pełny dostęp do wiarygodnych i rzetelnych informacji. Niezbędna do tego jest umiejętność pozyskiwania takich danych i informacji, które przyczynią się do identyfikowania tzw. fake news, jak i interpretacji informacji w rzeczywistym kontekście społecznym i kulturowym*⁷. W celu realizacji tych zamierzeń oraz uwzględniając wyniki ankiety, także w omawianym tu obszarze, uczestnicy projektu GANESA przygotowali publikację zawierającą zbiór dobrych praktyk edukacyjnych oraz scenariuszy zajęć przeznaczonych dla uczniów szkół podstawowych, ponadpodstawowych oraz studentów⁸. Opracowując zbiór dobrych praktyk i scenariusze zajęć, które były zaplanowanymi efektami projektu, staraliśmy się wykorzystać w dobrym celu krytycyzm i sceptycyzm młodego pokolenia, ale z dużym zaskoczeniem zaobserwowaliśmy także pewną pojawiającą się tendencję. Otóż w zmieniającym się tak dynamicznie świecie nasi uczniowie i studenci dystansując się – co pokazały wyniki badań ankietowych – od instytucji i mediów masowych, jednocześnie w innych działaniach projektowych (spotkania z przedstawicielem projektu WOJOWNICY KŁAWIATURY, warsztaty na temat informacji i dezinformacji, warsztaty w Capitolu i in.) deklarowali dużo większe zaufanie do wiarygodności i rzetelności informacji publikowanych na serwisach internetowych swoich znajomych czy osób z rodziny. Być może więc nasza „globalna wioska” naprawdę ma szanse realizować w nowej formie komunikacyjnej idee, które my, starsze pokolenia, tak dobrze znamy: świata, w którym ludzie ze sobą rozmawiają, słuchają siebie nawzajem, a w razie potrzeby są dla siebie wsparciem. Pięknym tego przykładem jest bezprecedensowe zaangażowanie się, także młodych ludzi, w pomoc dla uchodźców z ogarniętej wojną Ukrainy. Życie dopisało więc scenariusz, który w sposób najbardziej adekwatny realizował zamierzenia projektu GANESA – by sprzeciwiać się wszelkim formom przemocy, umieć analizować przyczyny konfliktów i im przeciwdziałać, odżegnywać się od uprzedzeń, przełamując barierę etnocentryzmu oraz by weryfikować docierające do nas informacje.

⁷ O projekcie, www.ganesa.uni.wroc.pl [dostęp 14.07.2022].

⁸ M. Miodek (red.) M. Tabernacka, A. Tracz-Molasy, A. Knauber, M. Krakowska, R. Kuśniak-Winter, E. Reinhard, *Dialog w Unii Europejskiej. Scenariusze zajęć dydaktycznych z zakresu komunikacji, mediacji, stereotypów i przeciwdziałaniu dezinformacji*. Wrocław 2022.