

**FLPP**

FUNDAMENTĀLIE UN  
LIETIŠĶIE PĒTĪJUMU  
PROJEKTI

LZP reģistrācijas numurs Nr. lzp-2019/1-0278

LU reģistrācijas Nr. LZP2019/48

Finansējuma kods Z-LZP48-ZF-N-960

# Dezinformācijas jēdziena definēšana un Latvijas iedzīvotāju mediju lietojuma aspekti

Mārtiņš Pričins

12.03.2020

# Dezinformācijas definīcijas un pieejas

- Radniecīgie jēdzieni
  - Fake news
  - Misinformation
  - Disinformation
  - Media manipulation
  - coordinated inauthentic behavior
  - Propaganda
  - ...

Jack., C. (2017). *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*. Data & Society Research Institute

- «Žurnālistiem, komentētājiem, politikas veidotājiem un pētniekiem ir daudz jēdzienu – propaganda, dezinformācija, «misinformation»[..]. Katram no tiem ir sava kultūras, asociatīvās un vēsturiskās nozīmes atkarībā no kontekstiem[..] Vārdi, kurus mēs izvēlamies, lai aprakstītu mediju manipulācijas, var novest pie pieņēmumiem par to, kā informācija izplatās, kas to izplata un kas to saņem. Šie pieņēmumi var veidot izpratni, kāda veida iejaukšanās vai risinājumi ir vēlami, piemērojami vai vispār iespējami.»

# Eiropas Komisijas Augsta līmeņa Ekspertu grupa «Viltus ziņas un tiešsaistes dezinformācija»:

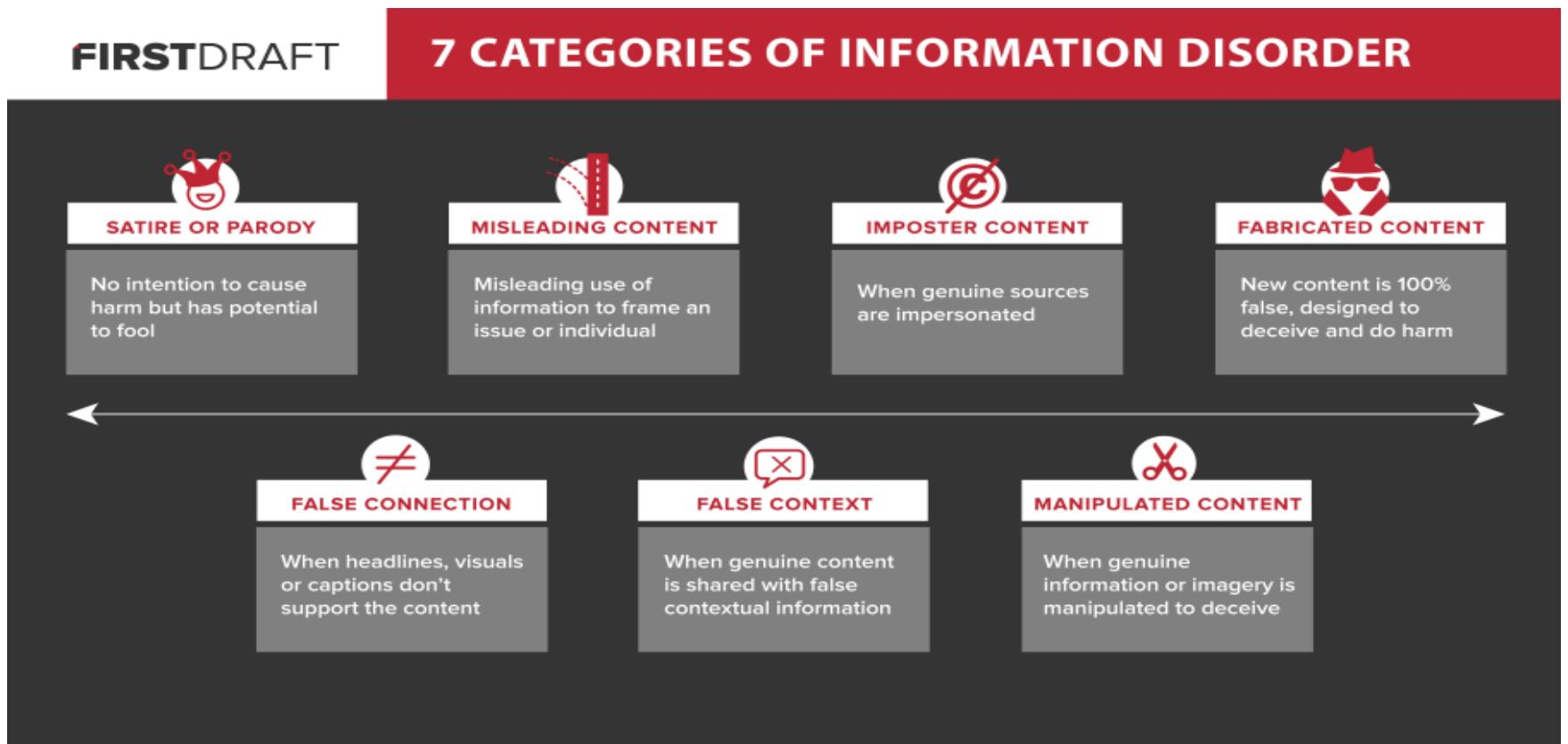
- Dezinformācija ietver visa veida nepatiesu, kļūdainu vai maldinošu informāciju, kas ir izstrādāta, prezentēta un reklamēta ar nolūku radīt kaitējumu sabiedrībai vai gūt peļņu.
- 3 kritiskie kritēriji:
  1. Maldināšana
  2. Kaitējuma potenciāls
  3. Nodoms nodarīt kaitējumu
- Kritēriji izslēdz:
  - maldinošos (deceptive) vēstījumus, kas var radīt kaitējumu bez izplatītāju ziņas (misinformation).
  - Nemaldinošos vēstījumus, kas paredzētas, lai kaitētu citiem (piem, aizspriedumi par rasi, seksuālo vai dzimumu identitāti).
- Dezinformācijas vēstījumi ir munīcija informācijas kara kampaņās, neletālie ieroči, kuru mērķis ir pakļaut pretinieku.
- Freelon, D., Wells, C. (2020) ir pret populārā jēdziena «viltus ziņas» izmantošanu, jo uzskata, ka ir teorētiski nozīmīgāki jēdzieni, bet viltus ziņas ir Trampa un viņa sekotāju centieni deleģitimizēt nelabvēlīgu ziņu atspoguļojumu.

High Level Expert Group on Fake News and Disinformation. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation. *European Commission*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformatio>

Freelon, D., Wells, C. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, 37:2, pp. 145-156.

# Claire Wardle (FirstDraft News Research direktore)

- Dezinformāciju iekļauj «informācijas traucējumu» (information disorder) grupā.

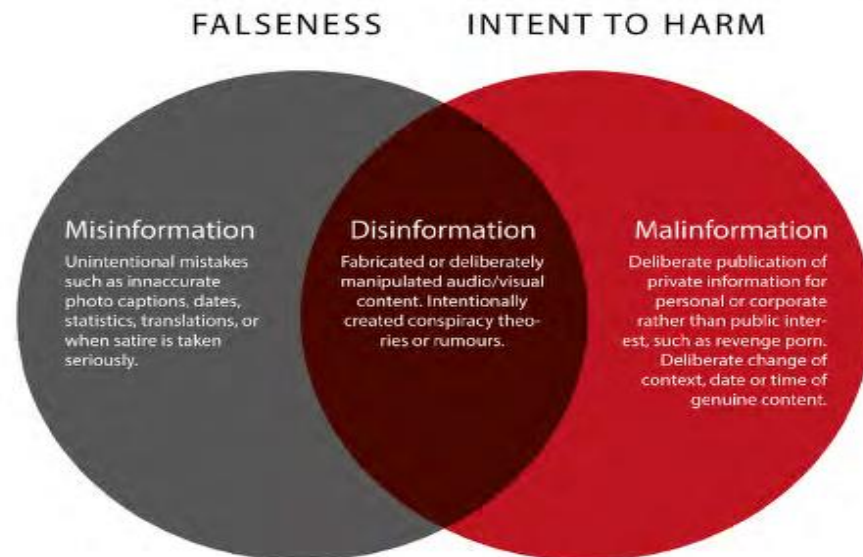


Konceptuālā ietvara 3 sastāvdaļas, katrs no tiem sadalīts 3 daļās.

1) Informācijas traucējumu veidi: disinformation, misinformation, malinformation.

- Disinformation: informācija ir nepatiesi un apzināti radīta, lai kaitētu personai, sociālai grupai, organizācijai vai valstij.
- Misinformation: Nepatiesa informācija, bet nav radīta ar nolūku nodarīt kaitējumu.
- Malinformation: informācija, kas ir balstīta uz realitāti, ko izmanto, lai nodarītu kaitējumu personai, organizācijai vai valstij.

#### TYPES OF INFORMATION DISORDER



2) Informācijas traucējumu 3 fāzes: izveidošana, producēšana un izplatīšana.

3) Informācijas traucējumu 3 elementi: aģents, vēstījums un interpretētājs.

## Agent

Actor Type: Official / Unofficial  
Level of Organisation: None / Loose / Tight / Networked  
Type of Motivation: Financial / Political / Social / Psychological  
Level of Automation: Human / Cyborg / Bot  
Intended Audience: Members / Social Groups / Entire Societies  
Intent to Harm: Yes / No  
Intent to Mislead: Yes / No

## Message

Duration: Long term / Short-term / Event-based  
Accuracy: Misleading / Manipulated / Fabricated  
Legality: Legal / Illegal  
Imposter Type: No / Brand / Individual  
Message Target: Individual / Organisation / Social Group / Entire Society

## Interpreter

Message reading: Hegemonic / Oppositional / Negotiated  
Action taken: Ignored / Shared in support / Shared in opposition



# Dezinformācijas pētniecība politiskajā komunikācijā

- Freelon & Wells (2020) dezinformācijas pētījumus iedala divās plašās kategorijās: satura un uztveršanas pētījumi.
- Satura pētījumi: satura analīze, tā mērķi, auditorija un sekas.
- Uztveres studijas: aptaujas un/vai eksperimenti, kur cenšas noteikt, kā dezinformācija ietekmē viedokļus, attieksmes un izturēšanos.

- 2018.gadā Eiropas Savienības valstu Mediju plurālisma monitoringa ziņojums:
  - Satura agregatoriem un sociālajām platformām ir dominējošs stāvoklis un ietekme uz ziņu veidošanas un izplatīšanas nozari, kā arī auditorijas paradumiem.
  - Izaicinājumi: algoritmi, mākslīgais intelekts un automatizācija (info ražošana un izplatīšana)

- Britu pētnieks Richard Fletcher uzskata, ka diskusijās tiek informēti potenciālie ieguvumi:
  - ziņu diēta daudzveidības veicināšanā
  - Politiskās līdzdalības palielināšanās
  - Neliela politisko attieksmju depolarizācija

Fletcher, R. (2019). The Impact of Greater News Literacy. In :Newman, N.,Fletcher, R.,Kalogeropoulos, A.,Levy, D. A. L.,Nielsen, R. K. Reuters Institute Digital News Report 2018. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <http://media.digitalnewsreport.org>

# Mediju lietojums Latvijā

- 2017.gada KM pētījumā par Latvijas iedzīvotāju medijpratību secināts, ka Latvijas informatīvās vides veidošanā arvien lielāku nozīmi ieņem interneta ziņu portāli un sociālo tīklu platformas.
- CSP: internetu lieto vairāk nekā 1,44 miljoni Latvijas iedzīvotāju.
- Visbiežāk Latvijas iedzīvotāji izmanto internetu, lai 1) lietotu e-pastu (83,8%); 2) internetbanku (79,4%); 3) meklētu informāciju par precēm vai pakalpojumiem (75,7%); 4) lietotu sociālos tīklus (73,5%).
- Sociālo tīklu lietojuma rādītājs korelē ar vecuma grupu – jo jaunāka vecuma grupa, jo augstāks lietojums.

- NEPLP (2018.g. Latvijas Fakti aptauja):
  - dažādu informācijas resursu un mediju patēriņš ir cieši saistīts ar respondentu vecumu – jo jaunāks respondents, jo retāk tiek izmantota televīzija, radio un preses izdevumi
  - Internets jauniešu auditorijā ir visizplatītākais informācijas resurss – gandrīz visi jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem izmanto sociālos medijus (98%), kā arī interneta ziņu portālus (93%).
- Pētījums par Latvijas bērnu un pusaudžu medijpratību liecina, ka 2017. gadā šajā vecuma grupā “WhatsApp” ir populārākā interneta platforma saziņai (to mēdz izmantot 86% respondentu, bet 63% izmanto katru dienu).

# Sociālo mediju platformas

- Dezinformācijas izplatīšana sociālo mediju platformās ir kļuvusi par kritisku sabiedrības interešu problēmu.
  - Politiski un ekonomiski motivēti aktori platformas izmanto, lai izplatītu **propagandu, naida runu un sazvērestības teorijas**.
  - Pilsoņi tiek pārpludināti ar ļoti polarizējošiem ziņojumiem, «hyper-partisan commentary» un troļļu retorikas koordinētiem mēģinājumiem manipulēt ar sabiedrisko domu.
  - Ārzemju aģenti, interešu grupas, uz peļņu balstīti aktori savās kopienās dalās ar sensacionāliem vēstījumiem, «clickbait» saturu un augsti politizētās ietekmes kampaņām.
- Savienojumā ar uzticības līmeņa kritumu plašsaziņas līdzekļiem un valsts institūcijām, pieaug bažas par dezinformācijas ietekmi uz sabiedrību.

# Uzticamības faktors

- Uzticēšanās līmenis ir svarīgs faktors, jo tā trūkums var pazemināt valsts funkcionalitāti un konkurētspēju.
- Zemi Saeimas partiju reitingi un uzticēšanās Saeimai.
  - 2018.g. septembrī Saeimai pilnībā uzticējās tikai 1%, drīzāk uzticējās 18%, drīzāk neuzticējās – 50%, bet pilnībā neuzticējās 25% respondentu.

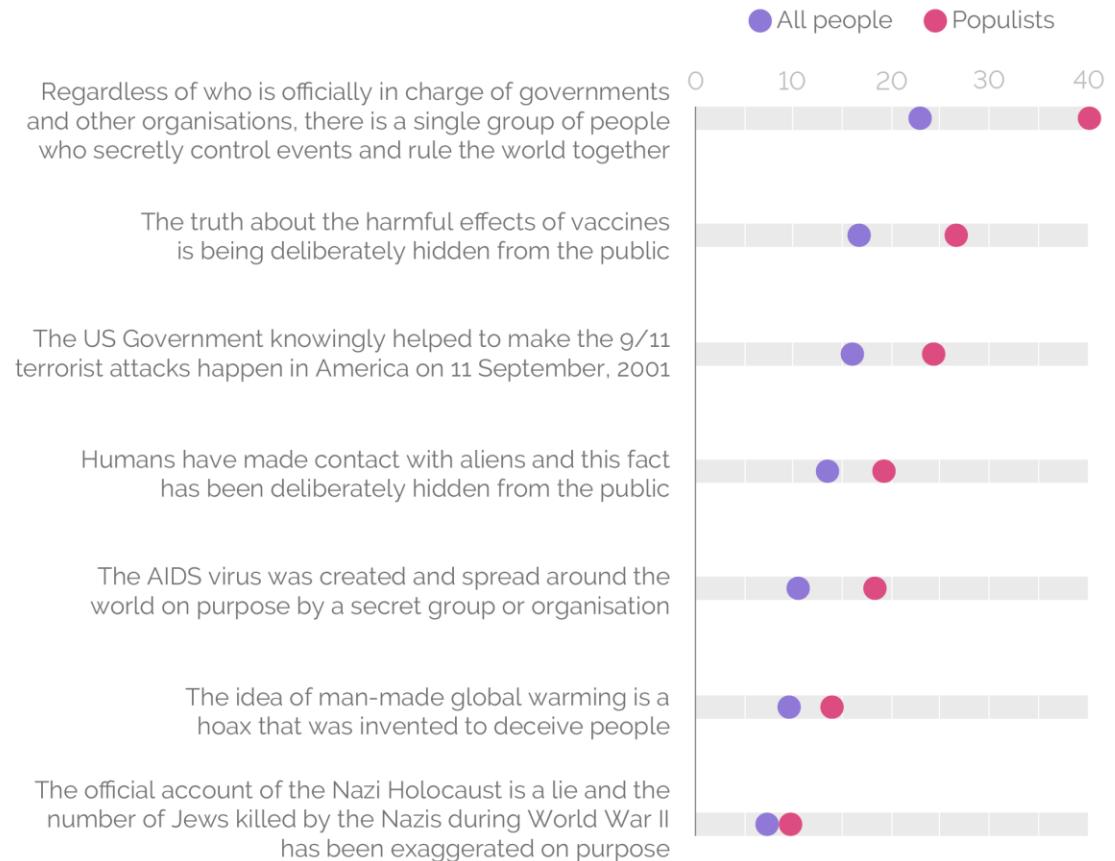
# YouGov-Cambridge Globalism Project (2019)

- Aptaujāti ap 25 tūkstošiem cilvēku dažādās valstīs Eiropā, Āfrikā, Āzijā, Ziemeļamerikā un Dienvidamerikā

<https://yougov.co.uk/topics/politics/articles-reports/2019/05/03/which-conspiracy-theories-do-populists-believe>

## Populists are more likely to believe conspiracy theories

Which of the following statements, if any, would you say are true? (Please select all that apply) % of combined population in 19 countries





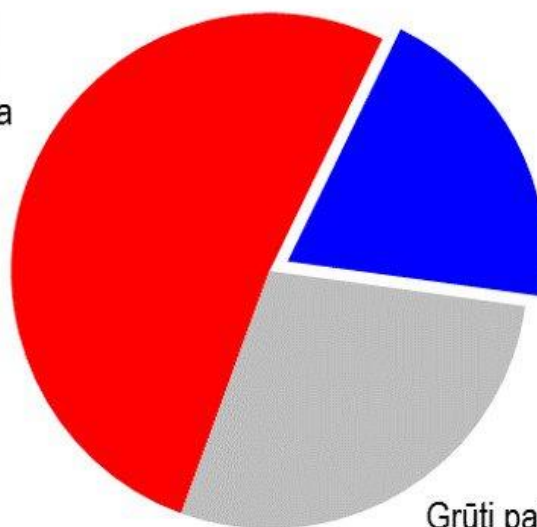
## Vai pastāv Pasaules valdība?

Q: "Kuram no šiem viedokļiem Jūs vairāk piekrītat?"

2018.gada augusts (%) (visi respondenti)

Pasaulē pastāv kāda organizāciju vai cilvēku grupa, kurai ir ietekme uz visiem pasaules procesiem, kura kontrolē daudzu pasaules valstu valdību darbu

**52%**



Nepastāv tāda organizācija vai cilvēku grupa, kura ietekmē visus būtiskos procesus pasaulē un daudzu pasaules valstu valdību darbību

**20%**

Grūti pateikt  
28%

Bāze: visi respondenti, n=1015

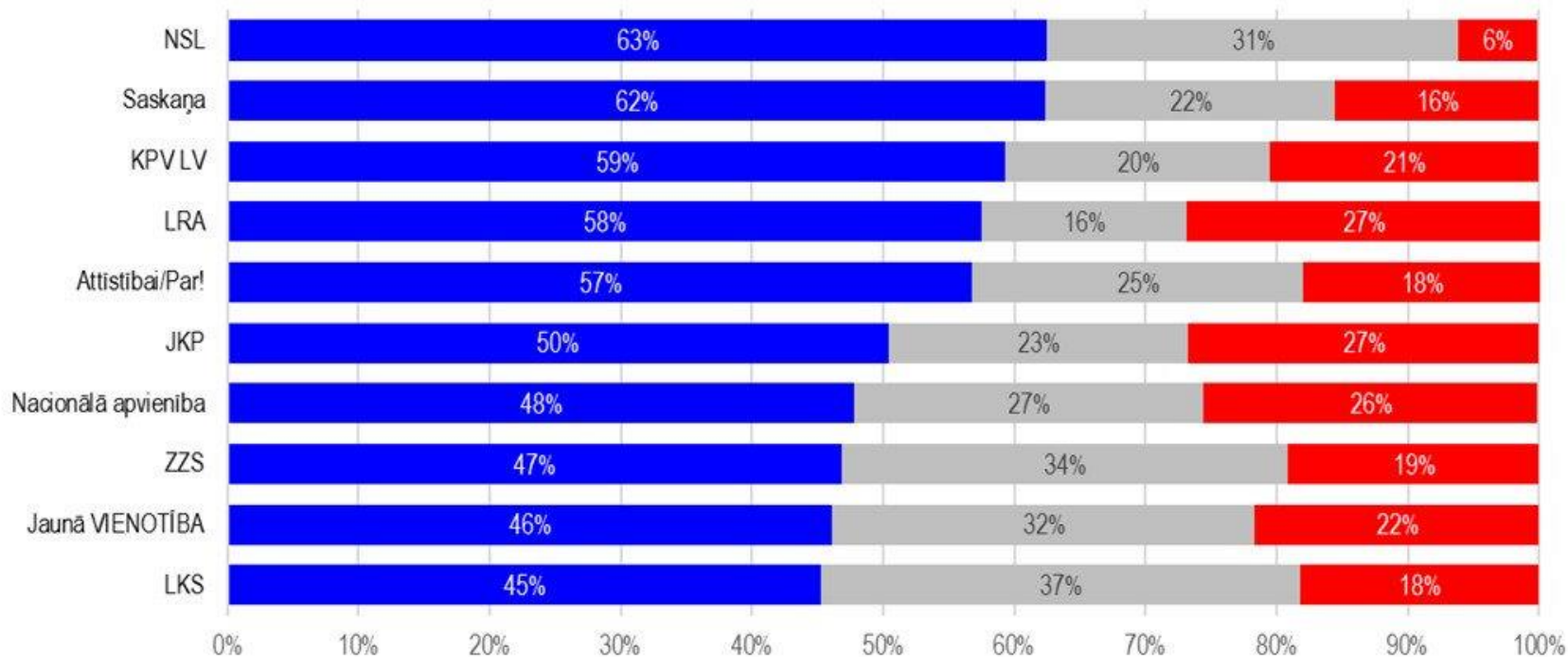
SKDS dati

## Vai pastāv Pasaules valdība? Atbildes dažādu partiju atbalstītāju vidū

Q: "Kuram no šiem viedokļiem Jūs vairāk piekrītat?"

2018.gada augusts (%) (visi respondenti)

- Pasaulē pastāv kāda organizācija vai cilvēku grupa, kurai ir ietekme uz visiem pasaules procesiem, kura kontrolē daudzu pasaules valstu valdību darbu
- Grūti pateikt
- Nepastāv tāda organizācija vai cilvēku grupa, kura ietekmē visus būtiskos procesus pasaulē un daudzu pasaules valstu valdību darbību



Bāze: tie, kas apgalvoja, ka gaidāmajās Saeimas vēlēšanās varētu balsot par attiecīgo partiju

SKDS dati

# Literatūra

1. Bradshaw, S., Howard, P., Kollanyi, B., Neudert, L.M. (2020). Sourcing and Automation of Political News and Information over Social Media in the United States, 2016-2018. *Political Communication*, 37:173–193
2. Brogi, E., Nenadic, I., De Azevedo Cunha, M. (2018). Policy Report 2018. In Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Retrieved from <http://cadmus.eui.eu>
3. Centrālā statistikas pārvalde. (2018). Izgūts no <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas-temas/zinatne-ikt/datori-internets/meklet-tema/2410-iedzivotaju-interneta-lietosanas-paradumi>
4. Fletcher, R. (2019). The Impact of Greater News Literacy. In :Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., Nielsen, R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <http://media.digitalnewsreport.org>
5. Freelon, D., Wells, C. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, 37:2, pp. 145-156.
6. High Level Expert Group on Fake News and Disinformation. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation. European Commission. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
7. Jack, C. (2017). Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information. Data & Society Research Institute
8. Latvijas Fakti. (2018). Pētījums par Latvijas iedzīvotāju interesēm, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem. Izgūts no [https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju\\_lieto%C5%A1ana\\_ataskaite\\_08.2018\\_%20\(002\).pdf](https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_ataskaite_08.2018_%20(002).pdf)
9. LU Sociālo zinātņu fakultāte. (2017). Pētījums par Latvijas bērnu un pusaudžu medijpratību. Izgūts no <https://www.km.gov.lv>
10. Smith, M. (2019). Which conspiracy theories do populists believe? *YouGov*. Retrieved from <https://yougov.co.uk/topics/politics/articles-reports/2019/05/03/which-conspiracy-theories-do-populists-believe>

Paldies par uzmanību!