ISSN 1734-3801
e-ISSN 2450-081X
MEDIA – KULTURA – KOMUNIKACJA SPOŁECZNA
MEDIA – CULTURE – SOCIAL COMMUNICATION
Nr 22(2026)
247–249
https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/mkks
DOI: 10.31648/mkks.12267

Data przesłania artykułu: 12.01.2026
Data akceptacji artykułu: 12.01.2026

Marta Więckiewicz-Archacka
ORCID: 0000-0002-6873-4794
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Komunikat z badań „Lokalne i hiperlokalne media Warmii i Mazur wobec problemu dezinformacji"

Research Statement "Local and Hyperlocal Media in Warmia and Mazury Towards the Problem of Disinformation"

Słowa kluczowe: dezinformacja, fake news, media lokalne, media hiperlokalne, Warmia i Mazury
Keywords: disinformation, fake news, local media, hyperlocal media, Warmia and Mazury

W dobie nasilania się działań dezinformacyjnych wyzwaniem staje się poszukiwanie wiarygodnych źródeł informacji. Media lokalne, przekazujące treści na temat najbliższego otoczenia, zakorzenione w lokalnej społeczności, stają się w sytuacji pogłębiającego się chaosu informacyjnego wyjątkowo interesującym przedmiotem badań. Projekt badawczy „Lokalne i hiperlokalne media Warmii i Mazur wobec problemu dezinformacji" stanowi wyraz zainteresowania tym, w jaki sposób redaktorzy naczelni mediów lokalnych i hiperlokalnych postrzegają problem dezinformacji. Jego celem jest poszerzenie dyskursu na temat dezinformacji o wątek lokalny.

W okresie od października 2024 roku do kwietnia 2025 roku przeprowadzono 20 częściowo ustrukturyzowanych wywiadów z przedstawicielami wybranych lokalnych i hiperlokalnych mediów z Warmii i Mazur. Byli to redaktorzy naczelni tych mediów lub osoby przez nich wskazane. Z badania wykluczono media samorządowe, ze względu na odrębność ich charakteru i pełnionych przez nie funkcji. Cel badań stanowiło określenie, w jaki sposób przedstawiciele mediów

lokalnych i hiperlokalnych doświadczają problemu dezinformacji w swojej praktyce redakcyjnej i jakie metody dbania o wiarygodność treści stosują. Przyjęto częściowo ustrukturyzowaną formę wywiadów, dzięki czemu respondenci mogli wprowadzać szczególnie interesujące ich wątki niebezpośrednio związane z tematem badań, ale uzupełniające rozmowę o dodatkowe konteksty. Badania prowadzono na terenie województwa warmińsko-mazurskiego. Wybór wynikał m.in. z położenia tego regionu – jest to obszar przygraniczny, sąsiadujący z obwodem królewieckim, z czym wiążą się działania dezinformacyjne ze strony Rosji.

Omawiany projekt badawczy ma charakter wstępny i stanowi próbę rozpoznania tych zagadnień, które następnie mogą być przedmiotem bardziej szczegółowych badań. Wywiady były prowadzone w siedzibach redakcji lub w miejscu wyznaczonym przez uczestników badania, jeśli redakcja funkcjonowała w sposób zdalny (w formie zdalnej pracuje 55% badanych redakcji). Za zgodą uczestników wywiady były rejestrowane w formie nagrania audio, a następnie dokonano ich transkrypcji. Wywiady poddano procedurze kodowania w celu wyróżnienia najistotniejszych i najczęściej poruszanych zagadnień. W związku z problematyką badania jego uczestnikom zapewniono anonimowość.

Z przeprowadzonego badania wynika, że redaktorzy naczelni mediów lokalnych postrzegają media społecznościowe jako podstawowe źródło treści o charakterze dezinformującym. Szczegółowo wskazują na portal społecznościowy Facebook oraz grupy lokalne funkcjonujące pod nazwą Spotted, gdzie w sposób anonimowy dodawane są informacje na tematy lokalne, a także pytania czy ogłoszenia mieszkańców. Respondenci w krytyczny sposób oceniają wiarygodność mediów społecznościowych jako źródła informacji m.in. z uwagi na anonimowość osób zamieszczających treści. Przedstawiciele mediów lokalnych wskazują na problem wielokrotnego udostępniania treści w internecie bez ich weryfikacji, co przyczynia się do rozprzestrzeniania dezinformacji oraz utraty świadomości, jakie było źródło informacji. Wśród form dezinformacji, z jakimi najczęściej stykają się respondenci, wymieniono fake newsy, aktywność botów, fałszywe profile w mediach społecznościowych, a także maile zawierające informacje wprowadzające w błąd. Większość fake newsów na tematy lokalne, z jakimi zetknęli się respondenci, dotyczyła takich problemów jak przestępstwa czy nieszczęśliwe wypadki. Treści tego rodzaju mają charakter clickbaitów i często ich celem jest zachęcenie do kliknięcia w linki prowadzące do stron zawierających wirusy czy złośliwe oprogramowanie. Respondenci wymieniali również fake newsy o znacznie większym zasięgu, związane z prowadzoną przez Rosję wojną hybrydową, dotyczące np. stacjonujących na terenie województwa warmińsko-mazurskiego wojsk NATO.

Media lokalne zmagają się z problemami związanymi ze zmieniającą się sytuacją na rynku medialnym, w tym z trudnościami finansowymi. Mimo to odgrywają istotną rolę w społecznościach lokalnych. Pełnią funkcję kontrolną wobec władz lokalnych, inicjują debaty społeczne na tematy ważne dla lokalnej społeczności. Ponadto lokalne redakcje – tam, gdzie mają one stacjonarny charakter – stanowią miejsce, do którego mieszkańcy udają się z prośbą o interwencję. Respondenci, zapytani o uwarunkowania wiarygodności mediów lokalnych,

wskazywali na przywiązanie do klasycznego warsztatu dziennikarskiego, a także przestrzeganie zasady, iż należy oddać głos wszystkim podmiotom zaangażowanym w spór. Specyfiką mediów lokalnych jest to, że są one zanurzone w lokalnym środowisku, a dziennikarze dobrze znający lokalne konteksty są w stanie szybko zweryfikować określone treści. Jednocześnie dziennikarze mediów lokalnych samodzielnie pozyskują informacje, docierają do źródeł, co jest we współczesnych mediach, bazujących na udostępnianiu treści, zjawiskiem wartym dostrzeżenia. Dla przedstawicieli mediów lokalnych duże znaczenie ma wiarygodność osiągana poprzez rzetelną, często wieloletnią pracę w środowisku lokalnym i na rzecz tego środowiska. Z przeprowadzonych badań wynika, że media lokalne mogą stanowić przeciwwagę dla anonimowych doniesień w mediach społecznościowych.

W erze dominacji globalnych platform medialnych i trudnego do opanowania zalewu fake newsów w social mediach to właśnie zakorzenienie w lokalnej społeczności może stanowić trafną strategię walki z dezinformacją. Rola mediów lokalnych w procesie budowania odporności na dezinformację jest warta dostrzeżenia zarówno w debacie publicznej, jak i w badaniach naukowych.

Badania sfinansowano ze środków Narodowego Centrum Nauki w ramach grantu Miniatura-8, nr projektu 2024/08/X/HS6/00536.