

PODRĘCZNIK

NIE DAJ SIĘ
WKRĘCIĆ
FAKE NEWS!

pod redakcją
Doroty Ostrożańskiej

marzec 2021



**PRAWDA
CZY
FAŁSZ?**

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie

techsoup
EUROPE



UN
UREALNIAJ
ASPIRACJE

SPIS TREŚCI

CZ.I PODRĘCZNIK

"NIE DAJ SIĘ WKRĘCIĆ FAKE NEWS!"

1. Co potrzebujesz wiedzieć o fake news?
2. Z jakich powodów 100-lecie Kobiet zaangażowało się w tę kampanię?
3. Czym jest fact-checking?
4. Jak zadbać o swoje bezpieczeństwo w sieci?
 - 4.1. Czym są kompetencje medialne i z jakich powodów warto je rozwijać?
 - 4.2. Jakie są 4 kroki metodologii SIFT?
 - 4.3. Czy krytyczne myślenie się opłaca?
 - 4.4. Jakie figle płata nam nasz własny mózg? - błędy poznawcze
5. Co mogą narzędzia online wspierające ocenę weryfikacji informacji?
 - 5.1. Weryfikacja fotografii
 - 5.2. Weryfikacja video
 - 5.3. Weryfikacja poprzez narzędzia do geolokalizacji
 - 5.4. Narzędzia typu #PrzebijBańkę
6. Które pojęcia warto znać? - SŁOWNICZEK POJĘĆ

CZ.II LEKTURA UZUPEŁNIAJĄCA

ARTYKUŁY 100-LECIA KOBIEC

W tej sekcji znajdziesz linki do 30 zweryfikowanych artykułów na początek. Możesz czytać je jeden po drugim lub wybiórczo, sięgając po interesującą Cię tematykę. Ułożone są chronologicznie, zostały zamieszczone na naszej stronie www.100leciekobiet.pl w kolejności, w której powstawały. W związku z tym, że w 100-leciu Kobiet reprezentujemy różne środowiska: biznesowe, pozarządowe, herstoryczne, edukacyjne zweryfikowałyśmy artykuły o różnej treści w oparciu o nasze zasoby intelektualne i zawodowe oraz zainteresowania i wyznawane wartości. Znajdziesz tu treści nt rynku pracy kobiet i ich kompetencji zawodowych, aktywności obywatelskiej kobiet, praw kobiet, funkcjonowania kobiet w społeczeństwie i rodzinie, ról społecznych, aktywizmu, także kulturowego dziedzictwa, sztuki, literatury będących osiągnięciami kobiet.

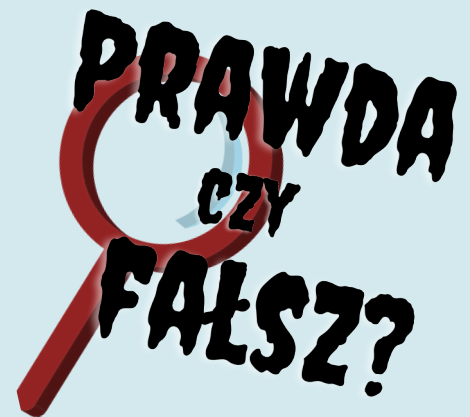
Miłej edukacji!



PODRĘCZNIK

NIE DAJ SIĘ WKRĘCIĆ FAKE NEWS!

autorka:
Dorota Ostrożańska



SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie



1. CO POTRZEBUJESZ WIEDZIEĆ O FAKE NEWS?

Powodów, dla których zapraszamy Cię do lektury **Podręcznika *Nie daj się wkręcić fake news!***, stanowiącego uzupełnienie społecznej kampanii edukacyjnej "**PRAWDA czy FAŁSZ – bądź pewna siebie i świadoma tego, co dzieje się wokół Ciebie**" jest wiele. Tak, jak i zagrożeń płynących z faktu, iż, czy chcemy czy nie, żyjemy w świecie fake news. A świat ten roi się od:

- *celowych manipulacji informacją dla określonych celów i namacalnych zysków przy nieuczciwych intencjach
- *fabrykowanych kłamstw
- *nadużyć w wykorzystywaniu prawdziwych informacji poprzez wyjmowanie wypowiedzi z kontekstu czy użycie zdjęć z przeszłości
- *mowy nienawiści

Warto dodać, że świat fake news nie ogranicza się tylko do środowiska online, z którym nieprzypadkowo jest ze względu na tempo rozwoju technologicznego i cyfrowego kojarzony. De facto fake news są stare jak świat. A kanały ich dystrybucji bardzo różnorodne.

Obecnie zaś dzięki możliwościom, które dają armie botów, fabryki trolli, tysiące klonowanych profili i sztuczna inteligencja, skala zjawiska przybiera na sile. Ogólnoeuropejskie badanie Eurobarometr, przeprowadzone przez Kantar TNS na zlecenie Komisji Europejskiej w lutym 2018 dowiodło, że fake newsy to codzienność dla prawie połowy Polaków – aż 48% przyznało, że codziennie lub prawie codziennie spotyka się z wiadomościami czy informacjami, które ich zdaniem zniekształcają rzeczywistość lub nawet są nieprawdziwe. W Europie ta sama statystyka wynosi 37%. Aż 79% badanych w Polsce uważa, że zjawisko stanowi problem dla funkcjonowania demokracji (odpowiednio 83% Europejczyków). Co ciekawe, Polki i Polacy są zdania, że w 71% przypadków potrafią rozpoznać zniekształcone treści*, co wydaje się dość optymistycznym założeniem.





//

MARZEC 2021

1. CO POTRZEBUJESZ WIEDZIEĆ O FAKE NEWS? / CIĄG DALSZY

Niestety w praktyce, nieświadome braku kompetencji medialnych, nie zdajemy sobie sprawy, jak często jesteśmy ofiarami fałszerstw, a nawet same niechcący, w dobrej wierze powielamy nieprawdziwe treści, ulegając np. zakłóceniom poznawczym.

*Czy Strajk Kobiet blokował karetkę na sygnale?

*Czy Greta Thunberg wezwała Chińczyków do zaprzestania używania tradycyjnych pałeczek w celu ochrony drzew?

Czy Dorota Wellman, używając wulgaryzmów skomentowała stanowisko wobec rządzącej partii PiS?

Nie. Nie. Nie. Wszystko to fake newsy.

*Czy miała rację prof. Małgorzata Fuszara mówiąc, że około 90% ofiar przemocy to kobiety, zaś około 90% sprawców przemocy to mężczyźni (chodzi o przemoc domową)?

*Czy prawdą są słowa Sylwii Spurek, że kobiety zajmują 29,3% stanowisk w organach dużych przedsiębiorstwach w UE i tylko 16,6% najwyższych stanowisk kierowniczych?

*Czy prawdą jest, że manifestacje i protesty w sprawie aborcji nie wpłynęły na wzrost liczby zachorowań na COVID-19?***

Tak. Tak. Tak. Wszystko to prawda.

Jednak odpowiedź na żadne z 6 wyżej wymienionych pytań nie była w chwili ich zadania dla potencjalnej osoby odpowiadającej oczywista.

Wszystkie powyższe przykłady pochodzą z oficjalnej strony Stowarzyszenia Demagog – pierwszej w Polsce organizacji fact-checkingowej.

My, 100-lecie Kobiet dołączyłyśmy poprzez projekt

#PrawdaczYFałszBądźpewnasiebieiświadomatego codziejesię wokół Ciebie do działań wpisujących się w szerzenie idei fact-checkingu w Polsce.

Dzięki szkoleniu zrealizowanemu przez TechSoup Europe, którego część z nas była uczestniczkami, mogłyśmy rozwinąć nasze kompetencje medialne, a teraz jako certyfikowane absolwentki programu czynimy z tych kompetencji użytek i rozpowszechniamy dobre praktyki dalej.

Źródła tekstu:

*http://www.tnsglobal.pl/.../03/K.013_Fake_news_003a-18.pdf

** i *** <https://demagog.org/pl/>

Źródła zdjęć:

*<https://pixabay.com/pl/>

2. Z JAKICH POWÓD 100-LECIE Kobiet ZAANGAŻOWAŁO SIĘ W TĘ KAMPANIĘ?

*#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei
ŚwiadomategocdziejesięwokółCiebie*

Powód nr 1/SZEROKI ZAKRES NIEPRAWDZIWYCH INFORMACJI W INTERNECIE I JEGO RÓWNI SZEROKIE KONSEKWENCJE

Roli i znaczenia nowych technologii i social mediów we współczesnym świecie nie sposób nie doceniać - nie tylko informują (ich funkcja zasadnicza), ale wpływają na sposób myślenia ludzi, ich emocje, wyobrażenia i postawy. Charles Wright Mills w "Elicie Władzy" (wyd. polskie - Wydawnictwo "Książka i Wiedza") twierdził, że „nikt nie zna dokładnie wszystkich funkcji środków masowej informacji”, podkreślając mnogość funkcji pełnionych współcześnie przez media, w tym funkcje ludyczne, oddziałujące na kulturę masową oraz edukacyjne. Jesteśmy non stop pod wpływem działania tzw. "czwartej władzy", kształtującej opinię publiczną, determinującej decyzje i świadome wybory masowych odbiorczyń i odbiorców, generującej postawy o poważnych konsekwencjach społecznych. Niestety internetowe massmedia są narzędziem informacji, jak również dezinformacji. Pozytywnego, jak i negatywnego wpływu. Skala zjawisk fake-news, celowych manipulacji w sieci oraz dezinformacji jest zatrważająca (przykładem jest kampania prezydencka w USA z 2016, gdzie 200 rosyjskich kont docierało do 15 mln ludzi i wywołało 213 mln reakcji).

Powód nr 2/NISKO ROZWIŃTE BĄDŹ ZUPEŁNY BRAK KOMPETENCJI MEDIALNYCH W SPOŁECZEŃSTWIE, A TAKŻE NISKA ŚWIADOMOŚĆ CZYM SĄ KOMPETENCJE MEDIALNE.

Edukacja medialna i nieodzownie idący z nią w parze rozwój kompetencji medialnych stał się nagłą potrzebą na różnych poziomach edukacji społeczeństwa. Zasadniczo kompetencje medialne większości społeczeństwa można ocenić jako wymagające doskonalenia: nie znamy definicji bańki filtrującej czy informacyjnej, homofilii, komory pogłosowej czy efektu potwierdzenia.



07

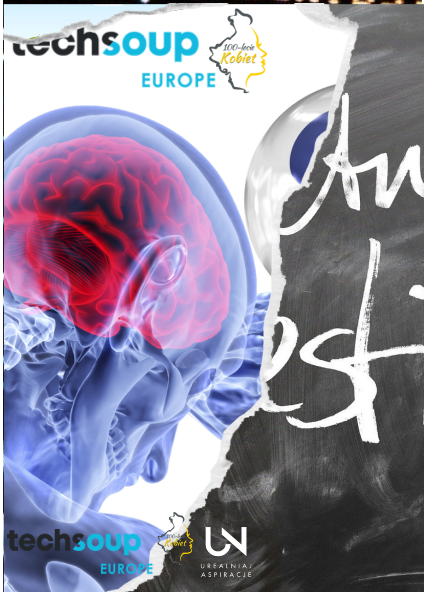
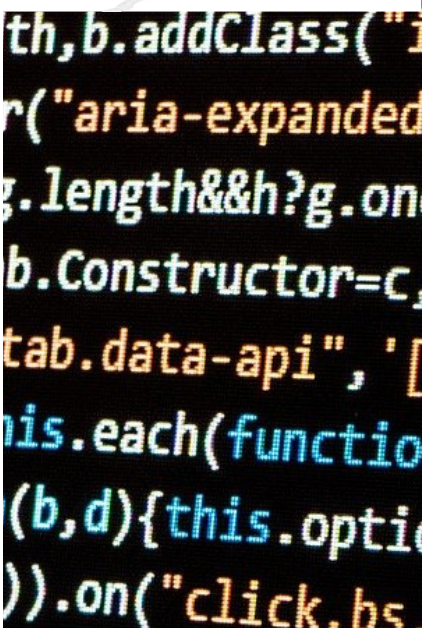
2. Z JAKICH POWÓD 100-LECIE Kobiet ZAANGAŻOWAŁO SIĘ W TĘ KAMPANIĘ?

#PrawdacyFałszBądźpewnasiebieiświadomategocodziejesięwokółCiebie

Nie wiemy, czym jest utajone uprzedzenie oraz nie jesteśmy świadomi, jakim zakłóceniom poznawczym (nad którymi chcemy czy nie, mamy jednak ograniczoną kontrolę) ulegamy. Stykamy się z pojęciami fake-news, dezinformacja, postprawda, które częściej funkcjonują w przestrzeni publicznej, ale czy gdyby przeciętnych Nowaka czy Kowalską zapytać o dokładne wyjaśnienia, czym de facto są, to czy potrafiliby odpowiedzieć? Wiele informacji przeciętny odbiorca przyjmuje bezkrytycznie, bez sprawdzania źródeł, bez znajomości metodologii zapobiegającej traktowaniu tego, co wymyślone, a co gorsze szkodliwe jako oczywistego, naukowo potwierzonego i wiarygodnego. Odbiorca korzysta z tych fałszywych informacji dla własnego użytku, a nawet je powiela, stając się nieświadomie nośnikiem fałszywych treści.

Powód nr 3/ŁATWOŚĆ DYSTRYBUCJI FAKE-NEWS I DEZINFORMACJI W SIECI

Brak czasu, pośpiech, ogrom źródeł, natłok informacyjny i niestety bezmyślność to wielcy sprzymierzeńcy fałszu i jednocześnie wrogowie prawdy w mediach. Przyczyniają się do tego, że szkodliwe fake-news są dystrybuowane różnymi kanałami komunikacji, często wykraczającymi poza internet, ponieważ w nie uwierzyliśmy i rozpowszechniamy je także poza siecią. Tzn. "bańki" tworzymy w mediach, skupiając się w społecznościach o podobnych poglądach i chętnie udostępniając treści nas sycące emocjonalnie, zgodne z naszymi przekonaniem i wartościami. Tworzymy je także w realnym świecie (aktualnie wzięwszy pod uwagę okoliczności pandemiczne w mniejszym stopniu), spotykając się ze znajomymi i bliskimi, szerząc kręgi fałszywych informacji, szczególnie gdy dla tych osób jesteśmy ważni i opiniotwórczy. W przestrzeni SM technologie niestety mogą skutecznie ten proceder wzmacniać (sztuczna inteligencja, fabryki trolli, boty, fejkowe konta i automatyczne profile).





08

3. CZYM JEST FACT-CHECKING?

*#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei
świadomategocodziejesisięwokółCiebie*

Fact-checking jako taki zajmuje się sprawdzaniem faktów. Fact-checkingiem zaś zajmują się najczęściej instytucje związane z massmediami lub niezależne organizacje pozarządowe, zdarza się, że środowiska akademickie. W ostatnich latach także znacząco wzrosła liczba organizacji fact-checkingowych o komercyjnym charakterze działania (wg Poynter Institute z 28,6% w 2018 do 46% w 2019, tym samym zmniejszyła się liczba inicjatyw akademickich z 7,1% do 4%, a także tych prowadzonych przez organizacje pozarządowe – z 64,3% do 49,3%)*

Organizacje fact-checkingowe koncentrują się na poprawie jakości debaty publicznej, weryfikacji wypowiedzi polityków i polityczek, urzędników i urzędniczek, a także innych wpływowych osób, opiniotwórczych w kontekście wpływu na debatę publiczną. Weryfikacja odbywa się dzięki docieraniu do źródeł, danych statystyk, analiz poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii, narzędzi online umożliwiających orzekanie autentyczności filmów, nagrań, fotografii, tekstów. Fact-checkerzy i fact-checkerki sporządzają raporty, szkolą w zakresie fact-checkingu i uświadamiają społeczeństwo w zakresie wpływu szkodliwej narracji (np. Akademia Fact-Checkingu Demagoga czy Akademia Demaskatora). Kierują się w swoich działaniach bezstronnością, transparentnością, przejrzystością finansową oraz strukturą organizacji, klarownością metodologii i odpowiedzialnością za ewentualne korekty, podawane każdorazowo do opinii publicznej tak, by po uzyskaniu nowych danych, czytający mieli dostęp do najbardziej aktualnych weryfikacji. Działające w Polsce organizacje Fact-checkingowe to: Demagog, Demaskator, Konkret24, AntyFake, OkoPress.**

*Krótka historia fact-checkingu (http://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/krotka-historia-fact-checkingu/)

**zredagowano na podstawie <https://cyberpolicy.nask.pl/czym-jest-fact-checking-zarys-inicjatyw-na-swiecie-i-w-polsce/>

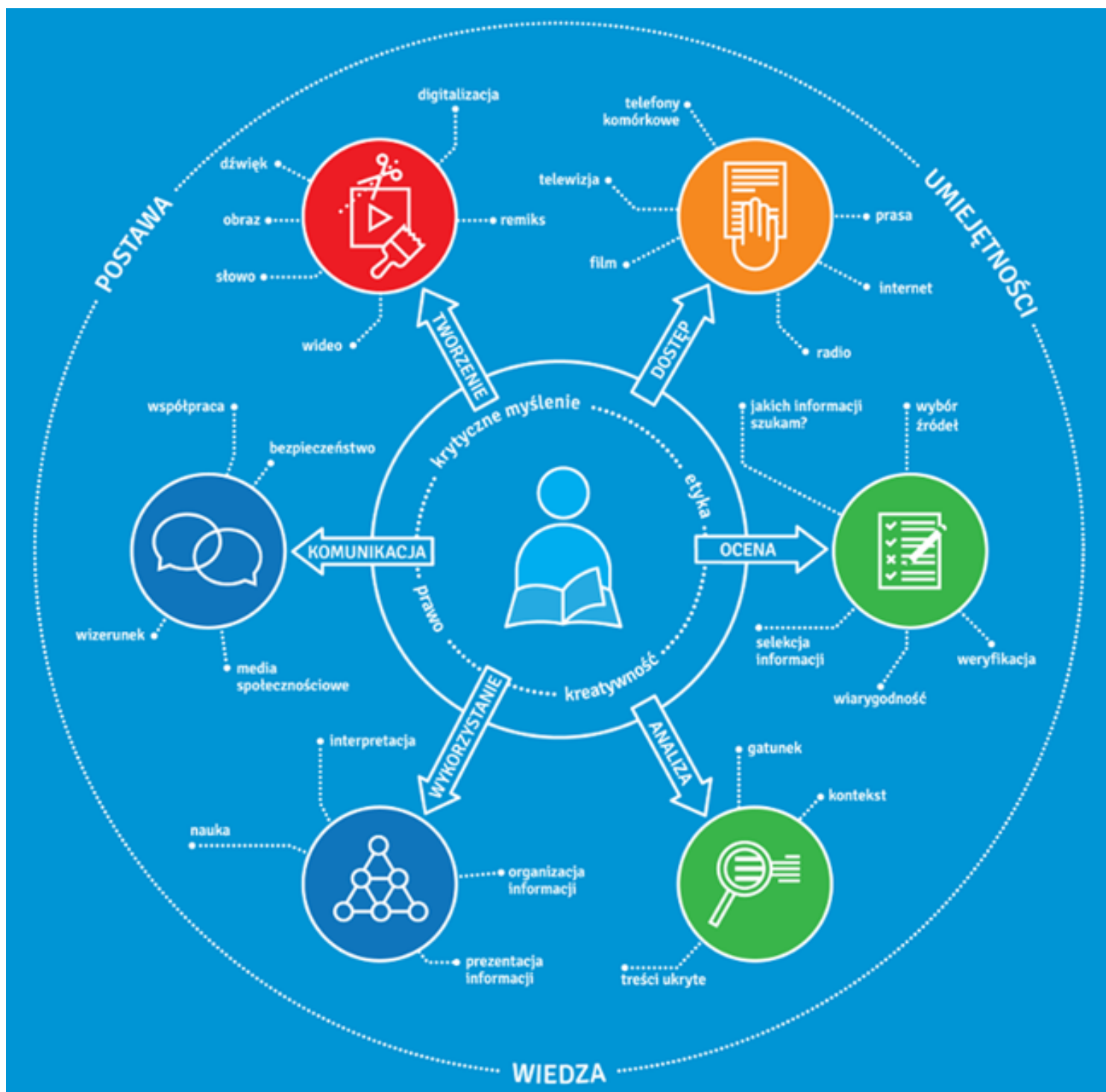


FAKE

BĄDŹ PEWNA SIEBIE
I ŚWIADOMA TEGO,
CO DZIEJE SIĘ WOKÓŁ CIEBIE

09

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE 4.1. BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? CZYM SĄ KOMPETENCJE MEDIALNE?



10

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE 4.2. BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? JAKIE SĄ 4 KROKI METODOLOGII SIFT?



STOP
Zatrzymaj się!



INVESTIGATE THE SOURCE
Zbadaj źródło



FIND BETTER COVERAGE
Znajdź powiązania



TRACE CLAIMS, QUOTES AND
MEDIA TO THE ORIGINAL CONTEXT
Śledź źródła

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE 4.2. BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? JAKIE SĄ 4 KROKI METODOLOGII SIFT?



1. Po pierwsze, kiedy po raz pierwszy trafisz na stronę i zaczniesz ją czytać - **STOP. Zatrzymaj się!**

- Zadaj sobie pytanie, czy znasz witrynę internetową lub źródło informacji i ufasz jej.
- Jeśli nie, użyj innych działań, aby zrozumieć, na co patrzysz.
- Nie czytaj ani nie udostępniaj jej, dopóki nie wiesz, co to jest.



2. Po drugie **ZBADAJ ŹRÓDŁO - dowiedz się, co oraz kogo czytasz**

- Jeśli oglądasz film na temat np. szkodliwości diety wege - sprawdź źródło.
- Znajomość źródła ma kluczowe znaczenie dla interpretacji tego, o czym mowa w filmie. Przeznaczenie 60 sekund na ustalenie, skąd pochodzi tekst czy inne opracowanie, może być kluczowe dla Twojej decyzji pt. czytać czy nie?



3. Po trzecie **ZNAJDŹ POTWIERDZENIE**

- Dowiedz się, czy tezy, które przedstawia źródło są prawdą czy fałszem.
- Najlepszą strategią jest zignorowanie źródła, które do Ciebie dotarło i wyszukanie innych wiarygodnych raportów lub analiz dotyczących tego tematu.

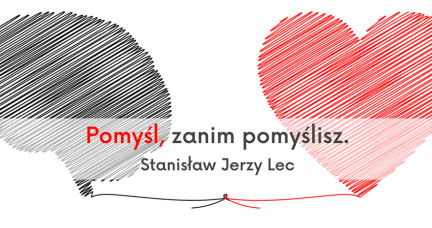


4. Po czwarte **ŚLEDŹ ŹRÓDŁA**

- Pamiętaj, że wiele rzeczy, które można znaleźć w Internecie, zostało pozbawionych kontekstu, np. fragmentaryczne filmy.
- Weźmy przykład: tekst z informacjami o nowym leczeniu cukrzycy powołujący się na artykuł naukowy i badania - to odpowiedzialna sprawa, prawda?
- W takim przypadku prześledź źródła, cytaty, linki, wypowiedzi ekspertek i ekspertów w danej dziedzinie. Zobacz je w oryginalnym kontekście i porównaj.

4.3. 4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? CZY MYŚLENIE KRYTYCZNE SIĘ OPŁACA?

Myślenie krytyczne to myślenie o myśleniu.



1. **Zdefiniuj problem lub pytanie.** Zrób to tak precyzyjnie, jak tylko to możliwe. Im węższe zagadnienie - tym bardziej dokładne odpowiedź.
2. **Zbierz dane: fakty, opinie i argumenty.** Znajdź kilka źródeł, różnie zapatrujących się na dany problem i porównuj odmienne punkty perspektywy.
3. **Zbadaj i oceń dane.** Czy Twoje źródła są godne zaufania? Czy wnioski są potwierdzone danymi, czy tylko wyrażają osądy? Czy hipotezy są poparte wystarczającą liczbą informacji/danych?
4. **Sprawdź obiektywność.** Czy masz pewność, że Twoje źródła nie są stronnicze? Czy pewne założenia/osobiste preferencje nie kierowały Twoim wyborem źródeł?
5. **Oceń ważność danych.** Która informacja jest najważniejsza? Czy próba, na której przeprowadzono badanie, jest wystarczająco duża? Czy wszystkie opinie i argumenty, rzeczywiście odnoszą się do problemu?
6. **Podejmij decyzję / ustal wnioski.** Jakie wnioski możesz wyciągnąć oraz które z nich mają uzasadnienie w faktach Oceń mocne i słabe strony wszystkich możliwych opcji.
7. **Zaprezentuj lub zakomunikuj wyniki.** Gdy już dojdiesz do konkluzji, przedstaw ją zainteresowanym.

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE 4.4. BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? JAKIE FIGLE PŁATA NAM NASZ WŁASNY MÓZG? - BŁĘDY POZNAWCZE

BŁĄD POZNAWCZY to ogólne określenie nieracjonalnego sposobu postrzegania rzeczywistości. Poniższe grafiki przedstawiają grupę najpowszechniejszych błędów poznawczych, zdefiniowanych u ludzi. Błędy te dotyczą nas wszystkich, determinują nasze poglądy i decyzje. Większość z nich niestety nam szkodzi. Przyczyną pojawiania się błędów są często ograniczone zasoby poznawcze, brak czasu lub motywacji do formułowania poprawnych sądów oraz pragnienie zachowania dobrego samopoczucia.*

UTAJONE UPRZEDZENIA - uprzedzenia nabywane przez nas dzięki psychologicznej skłonności do interpretowania otrzymywanych informacji tak, by odpowiadały one naszym (niekoniecznie świadomym) skojarzeniom czy emocjom, nawet jeśli pozostają w sprzeczności z deklarowanymi przez wartościami czy poglądami.

heurystyka dostępności

traktowanie dostępnych informacji jako wyczerpujących, podejmowanie decyzji bez pogłębionego riserczu (skakanie do konkluzji)

owczy pęd

uleganie mechanizmom stadnym w makroskali, bezkrytyczne kopiowanie zachowań

gromadomyślenie

uleganie konformizmowi w ramach grupy, tłumienie wątpliwości lub uwag krytycznych z uwagi na strach przed zakłóceniem *status quo*

polaryzacja przekonań

z punktu widzenia dwóch różnych schematów poznawczych te same fakty mogą wspierać sprzeczne względem siebie modele rzeczywistości

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE 4.4. BEZPIECZEŃSTWO W SIECI? JAKIE FIGLE PŁATA NAM NASZ WŁASNY MÓZG? - BŁĘDY POZNAWCZE/CIĄG DALSZY



efekt halo

konstruowana społecznie dobra lub zła; reputacja, która zniekształca percepcję i ocenę czyichś rzeczywistych kompetencji



zakotwiczenie

działanie w oparciu o informacje początkowe; interpretowanie nowych informacji przez pryzmat tych początkowych



efekt konfirmacji

tendencja do poszukiwania tylko takich informacji, które nauczyliśmy się wynajdywać, i które siłą rzeczy potwierdzają nasz dotychczasowy sposób myślenia



efekt strusia

chowanie głowy w piasek, wypieranie lub ukrywanie negatywnych informacji z uwagi na strach przed zakłóceniem *status quo*



efekt posiadania

zakochanie we własnych pomysłach, niechęć do analizy / krytyki istniejących rozwiązań produktów / informacji



efekt zaprzeczania

skupiając uwagę na tym, co potwierdza nasze nawyki i oczekiwania, odwracamy ją od tego, co je kwestionuje

BĄDŹ PEWNA SIEBIE
I ŚWIADOMA TEGO,
CO DZIEJE SIĘ WOKÓŁ CIEBIE

15

5. CO MOGĄ NARZĘDZIA ONLINE WSPIERAJĄCE OCENĘ WERYFIKACJI INFORMACJI?

5.4.

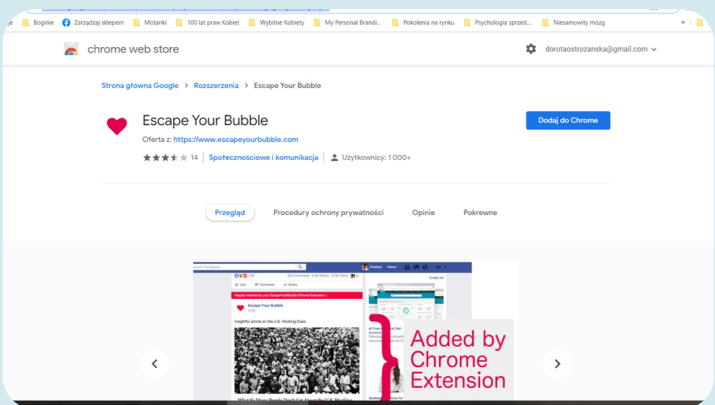
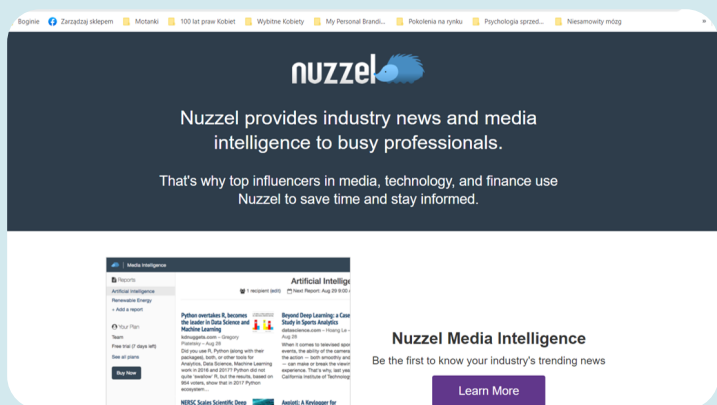
WERYFIKACJI INFORMACJI?

NARZĘDZIA TYPU #PRZEBIJBANKĘ

Nawet, jeśli posiadamy świadomość naszych baniek informacyjnych, nie jest ona wystarczającą, by skutecznie przeciwdziałać skutkom tego zjawiska.

Są jednak sposoby umożliwiające **PRZEBICIE BAŃKI**, jak np. korzystanie z alternatywnych wyszukiwarek internetowych, innych niż ta, z której korzystamy zazwyczaj (*Google., Bing.com., Yahoo.com., Baidu.com., Yandex.ru., Nekst.com., DuckDuckGo.com., InternetArchive.com.*) "**Oszukać algorytmy**" możemy także poprzez zaglądnienie na strony spoza kręgu naszych zainteresowań i baniek, lajkowanie ich czy komentowanie treści na nich zamieszczonych, choć to bywa trudne szczególnie dla osób liczących się z reakcjami i opiniami znajomych, obawiających się odrzucenia lub kompromitacji. Warto poszerzyć sobie horyzont źródeł wyszukiwania interesujących nas treści.

Inną opcją jest korzystanie z aplikacji typu: **Escape Your Bubble (widoczna na grafice), Feedly, Reddit, Smart News i Nuzzlel (widoczna na grafice) i Flipboard** - narzędzi, które po przeanalizowaniu Twoich algorytmów, rozpoczynają "niszczenie" Twojej bańki poprzez sugerowanie nam treści innych niż te, po które najprawdopodobniej byśmy sięgnęli czy sięgnęli (niestety aktualnie narzędzia te dostępne są jedynie w wersjach angielskich).



6. KTÓRE POJĘCIA WARTO ZNAĆ?

SŁOWNICZEK POJĘĆ

BAŃKA FILTRUJĄCA - zjawisko ograniczające danej osobie dostęp do pełnego spektrum informacji opublikowanych w internecie na określony temat polegające na preferowaniu przez algorytmy filtrujące takich treści, które odpowiadają profilowi demograficznemu tej osoby oraz jej zachowaniom w sieci. Treści, które do profilu tej osoby oraz jej zachowań nie pasują, są wyłączone. Algorytmy analizując wcześniejsze działania osoby (kliknięcia, wyszukiwania, polubienia, czas spędzony na stronie). Zjawisko to nazywa się też indoktrynacją /za Elim Pariserem, który jako pierwszy odkrył ten proces/; z drugiej strony zjawisko dotyczy w największej mierze osób, które spędzają w sieci najwięcej czasu na wyszukiwaniu i analizowaniu treści w SM.

BAŃKA INFORMACYJNA - zjawisko zbliżone znaczeniem do bańki filtrującej, niemniej dotyczące kwestii psychosocjologicznych. To zamknięta przestrzeń poznawcza, w której przekonania i poglądy danej osoby są nieustannie wzmacniane i potwierdzane dzięki interakcjom z osobami o podobnych poglądach i wartościach, światopoglądzie lub tożsamości społecznej.

BOT - program podszywający się pod człowieka, wykonujący za niego proste czynności w internecie, z tymże z większą szybkością. To boty często wykorzystywane są do rozsyłania spamu, masowego rejestrowania się w serwisach, a także blokowania stron. Z powodu botów czasami potrzebujemy wpisać hasło lub wykonać inne proste czynności, gdy dokonujemy zakupu lub rejestrujemy się na jakimś portalu, by udowodnić, że nie jesteśmy nim.

CLICKBAIT - dosłowne tłumaczenie z j. angielskiego brzmi: "przynęta na klika". Cklickbait to krzykliwy baner, nagłówek, tytuł, który wręcz wymusza kliknięcie, a potem wejście na stronę. Stają za tym korzyści finansowe, bo kliknięcie w clickbait zazwyczaj przynosi efekt. Kliknięcie w link zostaje zapisane, a wpływy z reklam na niej umieszczonych rosną.

DEEFFAKE - fałszywka powstała w wyniku użycia techniki obróbki filmów z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Przykładem może być nakładanie prawdziwych obrazów i wypowiedzi polityków, polityczek lub celebrytów, celebrytek np. na prawdziwe sylwetki i obrazy z filmów pornograficznych. I choć wyprodukowanie filmów jest pracochłonne, efekty bywają tak realistyczne, że do złudzenia przypominają prawdę. Niestety w większości przypadków deepfake powstają, by zaspokajać nieczyste intencje i szkodzić.

DEZINFORMACJA - Informacja stroniczna, celowo wprowadzająca w błąd, zmanipulowane fakty lub przekazy, propaganda. Dezinformacja jest zamierzona i konsekwentna, ma działać na szkodę osoby, instytucji, partii politycznej czy firmy, której dotyczy.

FAKE NEWS - nieprawdziwe informacje, często o sensacyjnym charakterze, tworzone z zamiarem rozpowszechnienia na szeroką skalę, w celu osiągnięcia zysku, wypromowania lub zdyskredytowania osoby publicznej, organizacji, partii politycznej, firmy itd. Jeśli fake news jest clickbaitem, zazwyczaj stanowi ważny element kampanii dezinformacyjnej o skrupulatnie zaplanowanej strategii. Należy pamiętać, że satyra nie jest fake newsem. Fake News mogą przybierać formy dezinformacji, misinformacji i malinformacji, gdzie:

MISINFORMACJA występuje, gdy fałszywa informacja jest udostępniana, ale nie ma na celu nikomu zaszkodzić.

DEZINFORMACJA ma miejsce, gdy fałszywa informacja jest udostępniana świadomie, by wywołać szkodę.

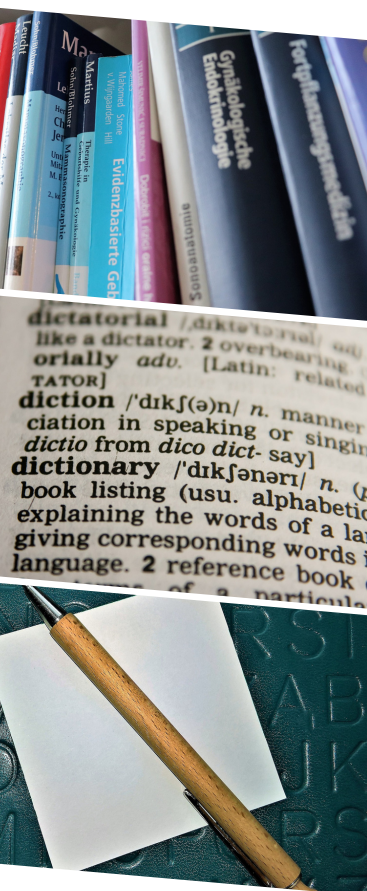
MALINFORMACJA występuje, gdy prawdziwa informacja (np. dane wrażliwe) udostępniane są, aby komuś zaszkodzić.

GATEKEEPER, GATEKEEPERKA (selekcjonowanie treści) - osoba lub inny podmiot kontrolujący dostęp do informacji, często pełniący rolę autorytetu, który rozstrzyga o rzetelności lub jakości przekazu.

**PRAWDA
CZY
FAŁSZ?**

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie



6. KTÓRE POJĘCIA WARTO ZNAĆ?

SŁOWNICZEK POJĘĆ

HOMOFILIA - skłonność do nawiązywania relacji społecznych z osobami, posiadającymi podobne do naszych cechy jak: wiek, płeć, pochodzenie, wykształcenie, poglądy, przekonania, wyznawane wartości, status ekonomiczno-społeczny.

INFLUENCER, INFLUENCERKA - osoba posiadająca zdolność do wywierania wpływu na inne osoby za pośrednictwem mediów tradycyjnych lub społecznościowych.

KOMORA POGŁOSOWA (echo chamber) - środowisko, w którym wyrażane, uznawane oraz wielokrotnie powtarzane są te same opinie i poglądy, a funkcjonujące w nim osoby nie mają styczności z osobami o odmiennych poglądach, światopoglądach czy opiniach na dany temat. Anglojęzyczna nazwa doskonale oddaje sens zjawiska - treści nas interesujące wracają do nas jako echo odbijające się od ścian szczelnie zamkniętej komory, wielokrotnie wzmacnione. Zjawisko może być niebezpieczne, prowadzić może bowiem do polaryzacji opinii, poglądów i stanowisk przyjmowanych przez społeczności tkwiące w zamkniętych bańkach informacyjnych.

KOMPETENCJE MEDIALNE - kompetencje rozpatrujemy w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw; w przypadku kompetencji medialnych mowa o świadomej obecności w sieci, zarówno jeśli chodzi o korzystanie z informacji, jak i ich tworzenie i upowszechnianie. Zaliczymy do nich m.in.: wyszukiwanie informacji i ich weryfikację, ocenę ich autentyczności i użyteczności, przyswajanie i przetwarzanie oraz wykorzystywanie. Wśród nich jest też myślenie krytyczne, uznawane za jedną z kluczowych kompetencji XXI w. Diagram przygotowany przez Edukację Medialną, kompleksowo wyjaśnia tematykę, rodzaje oraz podział kompetencji medialnych. https://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/edukacja_medialna_infografika.pdf

MALINFORMACJE - prawdziwa informacja udostępniana z nieuczciwymi, złymi intencjami. Celowo opublikowana w interesie osobistym, korporacyjnym, politycznym np. pornografia z zemsty. Może zawierać umyślnie zmienione dane: miejsce, datę, godzinę, kontekst.

MISINFORMACJE - fałszywe informacje rozpowszechniane w różnych środkach przekazu, świadomie bądź nie, niezależnie od celu ich rozpowszechniania. Mogą być udostępniane w dobrej wierze według wiedzy lub opinii osoby przekazującej ją dalej.

POST-PRAWDA - pojęcie odnoszące się do środowiska, w którym fakty są postrzegane jako nieistotne lub mniej istotne niż opinie i osobiste przekonania, i w którym emocje są wykorzystywane do kształtowania opinii publicznej. Próby dementowania kłamstw często nie odnoszą skutku z powodu ignorowania czy bagatelizowania przez odbiorców i odbiorczynie treści, wołających, wołące polegać na emocjach i trwać przy swoich przekonaniach. Post-prawda może prowadzić do rozbieżności w postrzeganiu czy nawet wiedzy nt faktów w społecznościach pozostających pod wpływem swoich baniek informacyjnych.

SATYRA - często bywa mylona z fake news, choć w praktyce jest publicystyką, której celem jest ośmieszanie zjawisk, idei, osób, instytucji, obyczajów, zależności społecznych. Serwisy satyryczne, którym zależy na tym, by unikać dezinformacji, umieszczają przy satyrze informację o jej żartobliwym czy ironicznym charakterze.

TROLL INTERNETOWY - osoba, której obecność i aktywności w sieci mają z założenia wywoływać gniew, prowokować, poddawać w wątpliwość fakty, mącić, upowszechniać kłamstwa, niby zachęcać do dyskusji, ale wcale jej nie prowadzić, dezorientować, sięgać po różnorodne taktyki, by osiągnąć swój efekt: rola ofiary, grożenie, hejt. Najlepszym rozwiązaniem jest ignorowanie trolla.

**PRAWDA
CZY
FAŁSZ?**

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie





LINKI DO ARTYKUŁÓW

100-LECIA KOBIEC

autorki:
Bożena Bednarek
Eliza Szadkowska
Marta Siemieniuk
Dorota Ostrożańska

**PRAWDA
CZY
FAŁSZ?**

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie



LINKI DO ARTYKUŁÓW 100-LECIA KOBIET



SEKCJA I: herstoria, role społeczne kobiet kiedyś i dziś, osiągnięcia kobiet SEKCJA II: aktywność obywatelska kobiet w różnych środowiskach

- 1/*Francuska ksawerianka nie pierwszy raz przeciera szlaki w kościelnych strukturach*/autorka artykułu Dorota Ostrożańska
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/07/francuska-ksawerianka-nie-pierwszy-raz-przeciera-szlaki-w-kościelnych-strukturach/>
- 2/*Jak fake news mogą wpłynąć na wyniki kampanii prezydenckiej na przykładzie Hillary Clinton*/autorka artykułu Dorota Ostrożańska
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/jak-fake-news-moga-wplynac-na-wyniki-kampanii-prezydenckiej-na-przykladzie-hillary-clinton/>
- 3/*Joanna Scheuring-Wielgus i dezinformacje na jej temat*/autorka artykułu Marta Siemieniuk
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/joanna-scheuring-wielgus-i-dezinformacje-na-jej-temat/>
- 4/*Winna czy niewinna? Beata Morawiec*/autorka artykułu Marta Siemieniuk
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/winna-czy-niewinna-beata-morawiec/>
- 5/*Dorota Wellman i fałszywe zdjęcie*/autorka artykułu Dorota Ostrożańska
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/dorota-wellman-i-falszywe-zdjecie/>
- 6/*Czy starsza pani prowokuje Jarosława Kaczyńskiego?*/autorka artykułu Marta Siemieniuk
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/czy-starsza-pani-prowokuje-jaroslaw-kaczynskiego/>
- 7/*Zmanipulowane w programie graficznym zdjęcie przedstawia Gretę Thunberg i Georga Sorosa, miliardera i filantropa*/autorka artykułu Marta Siemieniuk
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/fake-news-2/>
- 8/*Marta Lempart i fake news na jej temat*/autorka artykułu Marta Siemieniuk
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/fake-news/>

SEKCJA III: kobiety w rodzinie, prawo rodzinne a role społeczne kobiet

- 9/*Córka prezydenta, wnuczka profesora*/autorka artykułu Bożena Bednarek
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/07/corka-prezydenta-wnuczka-profesora/>
- 10/*Katarzyna Figura i rozpad jej rodziny*/autorka artykułu Bożena Bednarek
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/katarzyna-figura-i-rozpad-jej-rodziny/>
- 11/*Przemoc domowa i fałszywa mapa*/autorka artykułu Bożena Bednarek
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/uwaga-fake-news/>
- 12/*Dlaczego Megan Markle jest ciągle w ogniu krytyki i co ma do tego efekt potwierdzenia?*/autorka artykułu Dorota Ostrożańska
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/dlaczego-megan-markle-jest-ciagle-w-ogniu-krytyki-i-co-ma-do-tego-efekt-potwierdzenia/>

LINKI DO ARTYKUŁÓW 100-LECIA KOBIET/CIĄG DALSZY



SEKCJA IV: prawa obywatelskie, prawa kobiet, kompetencje zawodowe kobiet, wizerunek kobiet, stereotypy nt kobiet

13/Czy to możliwe, że na antenie TVP padło pytanie rozważające zasadność wprowadzenia tortur wobec kobiet? I to w czasach obecnych?/autorka artykułu Dorota Ostrożańska
<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/czy-to-mozliwe-ze-na-antenie-tvp-padlo-pytanie-rozwazajace-zasadnosc-wprowadzenia-tortur-wobec-kobiet-i-to-w-czasach-obecnych/>

14/Faworyzowanie kobiet przeszkadza nam w robieniu kariery – mówią mężczyźni/autorka artykułu Dorota Ostrożańska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/uwaga-fake-news-2/>

15/Feministki i mity na ich temat/autorka artykułu Dorota Ostrożańska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/feministki-i-mity-na-ich-temat/>

16/Kobieta – dobra szefowa w Polsce? Niemożliwe! Tak mówią uczestnicy i uczestniczki badania/autorka artykułu Dorota Ostrożańska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/kobieta-dobra-szefowa-w-polsce-niemozliwe-tak-mowia-uczestnicy-i-uczestniczki-badania/>

17/Kobiety i ich wpływ na koewolucję ludzi i psów/autorka artykułu Dorota Ostrożańska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/08/kobiety-i-ich-wplyw-na-koewolucje-ludzi-i-psow/>

18/Błyskawica Strajku Kobiet na bobsleyu/autorka artykułu Dorota Ostrożańska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/blyskawica-strajku-kobiet-na-bobsleyu/>

19/TOP 5! nietypowych zawodów dla kobiet/autorka artykułu Eliza Szadkowska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/top-5-nietypowych-zawodow-dla-kobiet/>

20/Silne kobiety w wojsku. O kobietach – żołnierzach w Polsce/autorka artykułu Eliza Szadkowska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/silne-kobiety-w-wojsku-o-kobietach-zolnierzach-w-polsce/>

21/Miła, słodka oraz naturalna. Taka powinna być kobieta/autorka artykułu Eliza Szadkowska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/mila-slodka-oraz-naturalna-taka-powinna-byc-kobieta/>

22/Szparka – sekretarka, czyli skarb szefa/autorka artykułu Eliza Szadkowska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/szparka-sekretarka-czyli-skarb-szefa/>

23/Fałszywy kanon urody kobiety idealnej i świat medycyny estetycznej/autorka artykułu Eliza Szadkowska

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/falszywy-kanon-urody-kobiety-idealnej-i-swiat-medycyny-estetycznej/>

24/Poszkodowane i „rozebrane” przez bota kobiety/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/poszkodowane-i-rozebrane-przez-bota-kobiety/>

SEKCJA V: sztuka, kultura, literatura

25/Kora, deep fake i hologram/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/kora-deep-fake-i-hologram/>

26/Kłamstwo o inspiracjach Viki Gabor/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/klamstwo-o-inspiracjach-viki-gabor/>

27/Wykorzystanie nazwiska/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/wykorzystanie-nazwiska/>

28/Olga Tokarczuk i jej widzenie świata/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/02/28/fake-news-literatura-2/>

29/Olga Tokarczuk i ulotka we Frankfurcie/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/03/07/olga-tokarczuk-i-ulotka-we-frankfurcie/>

30/Fake news na temat Joanny Bator/autorka artykułu Bożena Bednarek

<https://100leciekobiet.pl/2021/02/28/fake-news-literatura/>



techsoup
EUROPE



UN
UREALNIAJ
ASPIRACJE

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

bądź pewna
siebie i świadoma
tego, co dzieje się
wokół Ciebie

**PRAWDA
CZY
FAŁSZ?**