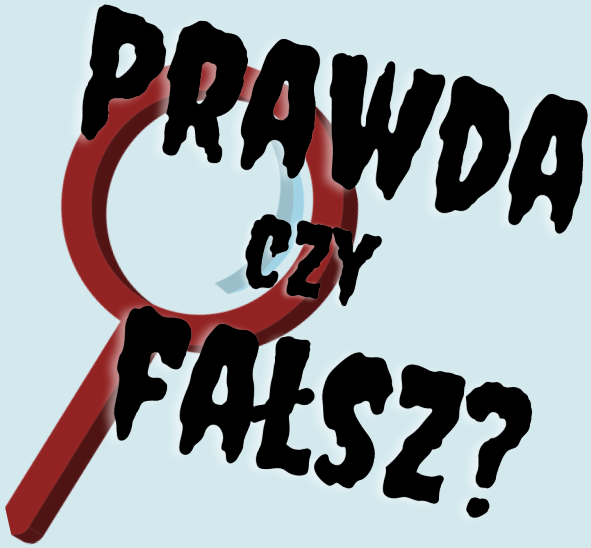
PODRĘCZNIK

NIE DAJ SIĘ WKRĘCIĆ FAKE NEWS!

pod redakcją
Doroty Ostrożańskiej

marzec 2021



SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

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

techsoup EUROPE
100-lecie Kobiet
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 poprzez narzędzia do geolokalizacji
5.3. Narzędzia typu #PrzebijBańkę
6.Które pojęcia warto znać? - SŁOWNICZEK POJĘĆ

CZ.II LEKTURA UZUPEŁNIAJĄCA

ARTYKUŁY 100-LECIA KOBIET

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

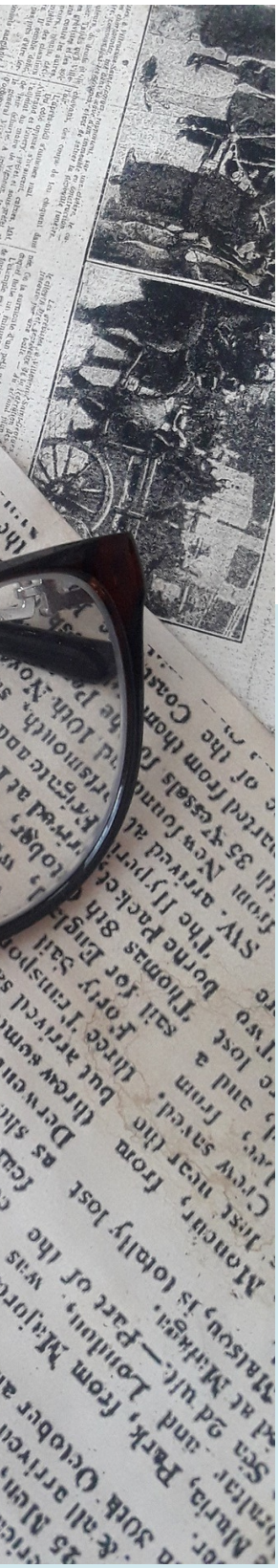
PRAWDA CZY FAŁSZ?

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

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

techsoup EUROPE
100-lecie Kobiet
UREALNIAJ ASPIRACJE

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.

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 przedsiębiorstw 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 **#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebieiświadomategocodziejesięwokółCiebie** 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_O03a-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?

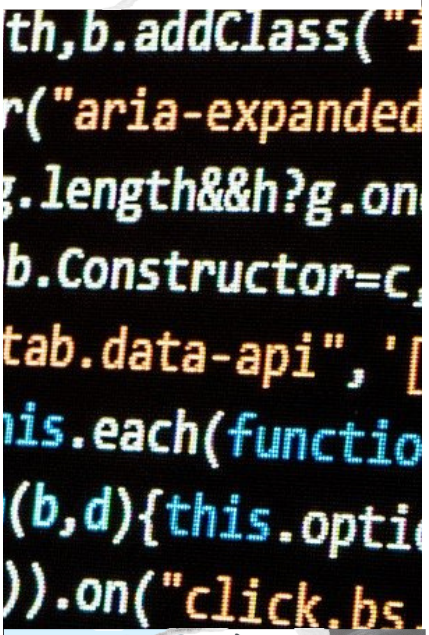
#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei świadomategocodziejesięwokółCiebie

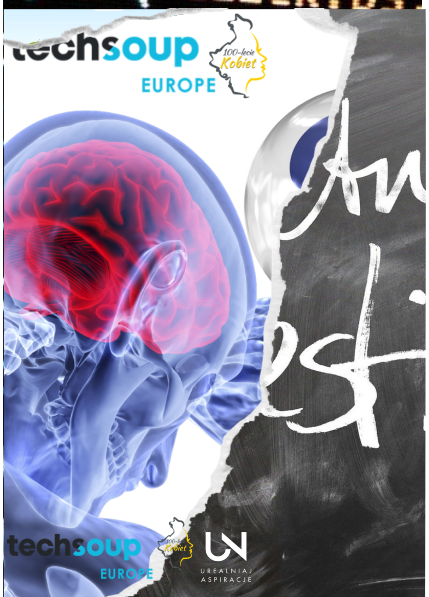
Powód nr 1/SZEROKI ZAKRES NIEPRAWDZIWYCH INFORMACJI W INTERNECIE I JEGO RÓWNIE SZEROKIE KONSEKWENCJE

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 wywołał 213 mln reakcji).

Powód nr 2/NISKO ROZWINIĘTE 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 naglącą 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.





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

#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebieiświadomategocodziejesięwokółCiebie

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 potwierdzonego 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 sprzemierzeńcy 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 przekonaniami i wartościami. Tworzymy je także w realnym świecie (aktualnie wziąwszy pod uwagę okoliczności pandemicznie 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).

3. CZYM JEST FACT-CHECKING?

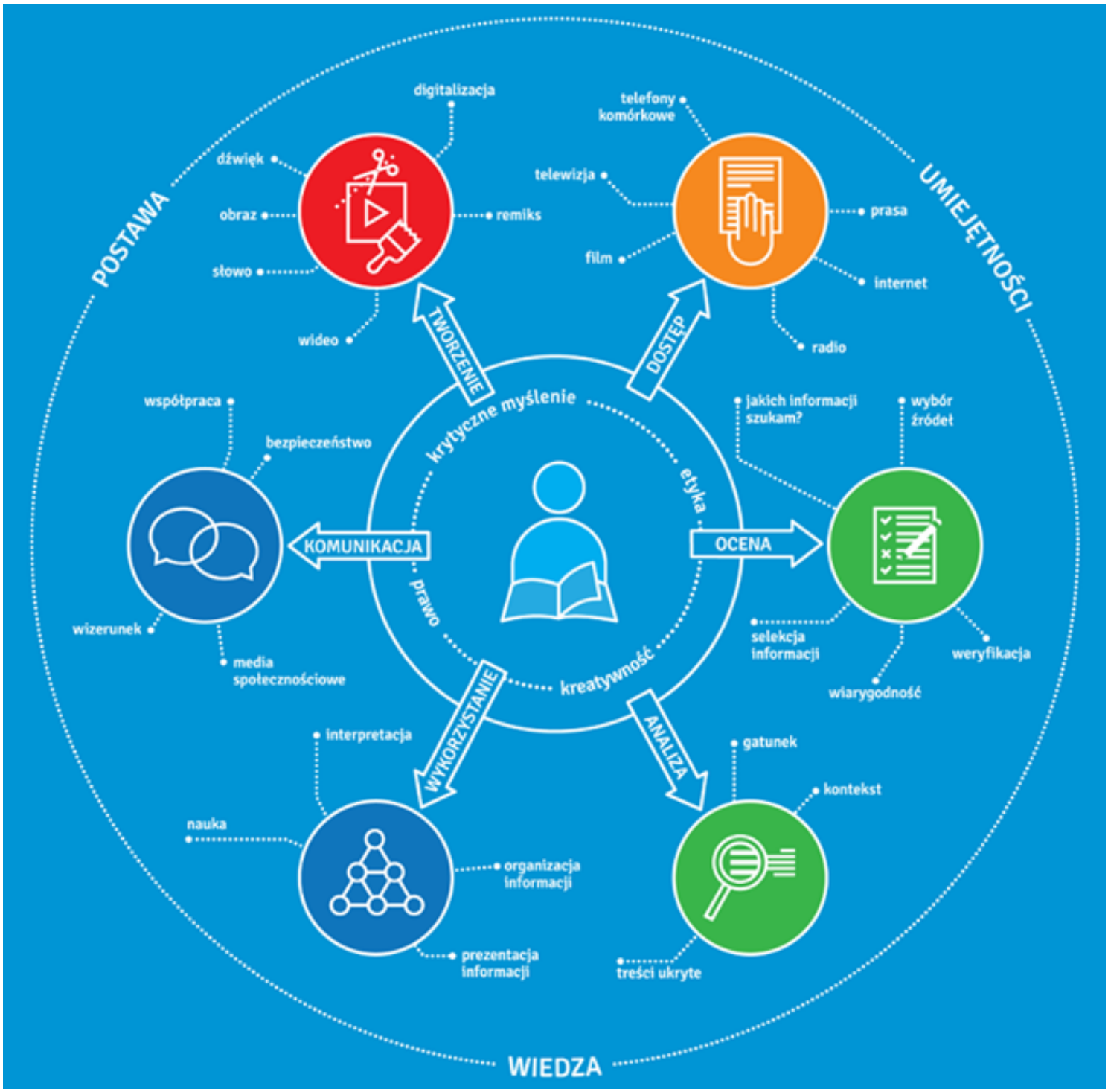
#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei świadomategocodziejesięwokółCiebie

Fact-checking jako taki zajmuje się sprawdzaniem faktów. Fact-checkingiem zaś zajmują się najczęściej istytucje 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%)*
Organizacei 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 poprze wykorzystanie nowoczesych 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 struktur organizacji, klarownością metodologii i odpowiedzialnością za ewentualne korekty, podawane każdorazowo do opinii publiczne 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/

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.1. CZYM SĄ KOMPETENCJE MEDIALNE?



Źródło mapy: https://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/edukacja_medialna_infografika.pdf

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.2. 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 BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.2. 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 dziedzienie. Zobacz je w oryginalnym kontekście i porównaj.

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.3. CZY MYŚLENIE KRYTYCZNE SIĘ OPŁACA?

Myślenie krytyczne to myślenie o myśleniu.

Ten_ta, kto myśli, że (wszystko) wie, niczego się nie uczy.

A przecież nie o to Ci chodzi, prawda?

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 dojdziesz do konkluzji, przedstaw ją zainteresowanym.

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.4. 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.

polaryzacja przekonań

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

Źródła definicji: zredagowano na podstawie https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_b%C5%82%C4%99d%C3%B3w_poznawczych

4. JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

4.4. 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

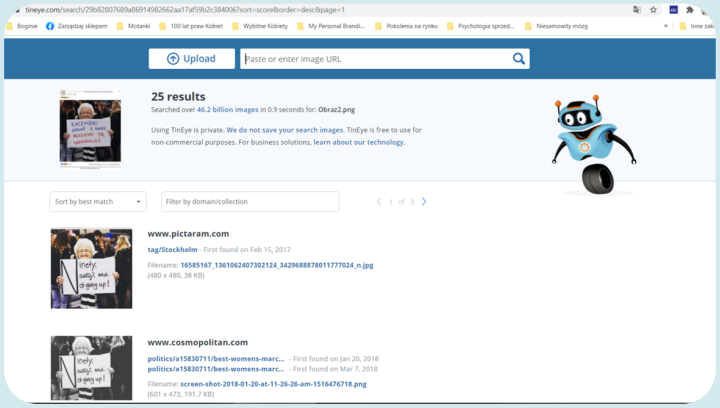
skupiając uwagę na tym, co potwierdza nasze nawyki i oczekiwania, odwracamy ją od tego, co je kwestionuje

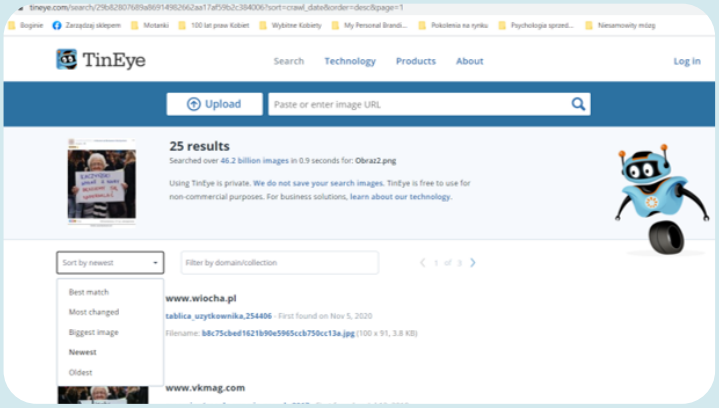
Źródła definicji: zredagowano na podstawie https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_b%C5%82%C4%99d%C3%B3w_poznawczych

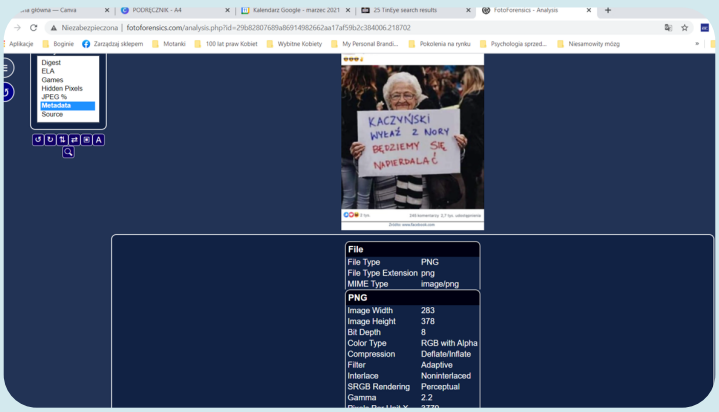
5. CO MOGĄ NARZĘDZIA ONLINE WSPIERAJĄCE OCENĘ WERYFIKACJI INFORMACJI?

5.1. NARZĘDZIA DO WERYFIKACJI FOTOGRAFII

Nie, nie chodzi o zmiany, który wprowadza w fotografii właściciel zdjęcia, fotograf czy edytor, a którymi są kadrowanie, ożywianie obrazu czy wyostrzanie detali. Chodzi o prawdziwość lub fałszywość zdjęcia.
A to pozwala sprawdzić narzędzie **TinEye**, które poinformuje nas, czy oglądane zdjęcie pojawiło się wcześniej w internecie oraz wskaże, gdzie się pojawiło i ile razy. Umożliwia to technologia ***"Reverse Image Search"***, tzw. wsteczne wyszukiwanie obrazu. Użycie narzędzia jest proste: należy wejść na stronę www.tineye.com - wystarczy załadować zdjęcie lub podać link do fotografii w sieci, by po chwili odczytać wyniki, które dodatkowo można posegregować wg kategorii: najbardziej podobne i najbardziej zmienione, najdawniejsze wykorzystanie i najnowsze wykorzystanie oraz znaleźć zdjęcia o największej wielkości. (zrzuty z ekranu z przykładem starszej pani "ubliżającej" Jarosławowi Kaczyńskiego, stworzone na potrzeby niniejszego podręcznika zamieszczono poniżej; tematowi baneru trzymanego na przerobionym zdjęciu poświęciłyśmy też 1 z 30 artykułów)
Kolejne, nieco bardziej zaawansowane narzędzie to **FotoForensics** - zamieszczenie pliku bądź linku jest tak samo proste, jak w przypadku TinEye i wyniki również generowane są od razu. Możemy je przeanalizować korzystając z 6 kategorii weryfikacji: **Diges**t (podstawowe informacje o grafice)**/ELA** (skrót od Error Level Analysis - funkcja, która pozwala wyłapać miejsca, w któych do modyfikacji doszło, np. usunięć lub przeróbek poprzez dodanie materiału)/**Hidden Piksels**, tzw. ukryte piksele, których inne programy graficzne nie wychwytują/**JPEG%** - stopień nasycenia pikselami wersji oryginalnej i analizowanej **/Meta data** - takie FBI zdjęcia: kiedy zostało zrobione, w rozbiciu na date i godzinę, jakim sprzętem, w jakim programie/**Source** - plik źródłowy (2 grafiki na dole obrazują wykorzystanie najważniejszych funkcji





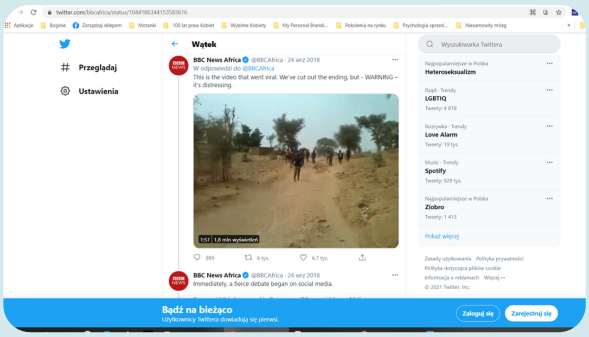


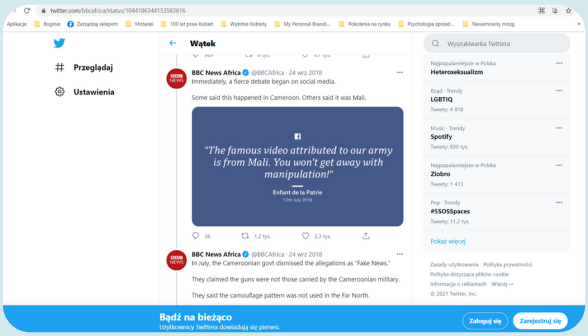
Źródła: https://tineye.com/search/29b82807689a86914982662aa17af59b2c384006? sort=crawl_date&order=desc&page=1
http://fotoforensics.com/analysis.php?id=29b82807689a86914982662aa17af59b2c384006.218702

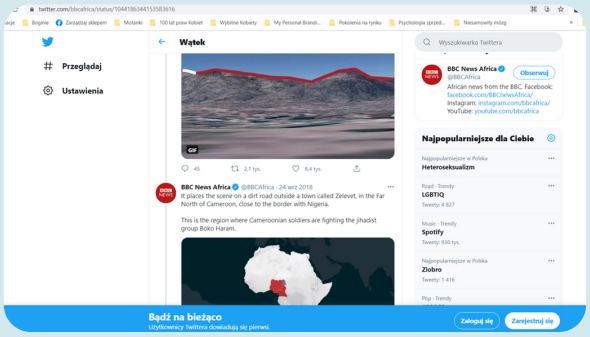
5. CO MOGĄ NARZĘDZIA ONLINE WSPIERAJĄCE OCENĘ WERYFIKACJI INFORMACJI?

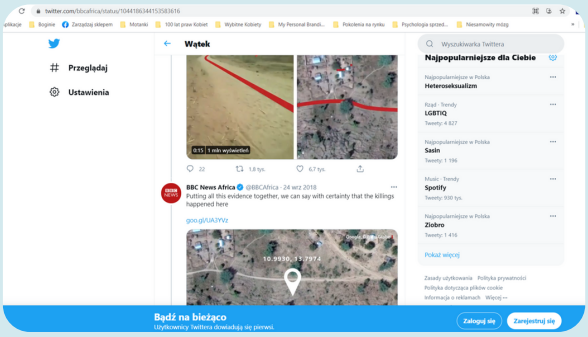
5.3. NARZĘDZIA DO WERYFIKACJI POPRZEZ GEOLOKALIZACJĘ

Narzędzia do weryfikacji poprzez geolokalizację (geoweryfikacja) są pomocne w ustaleniu wiarygodności nagrań czy zdjęć poprzez sprawdzenie, czy materiał naprawdę pokazuje te miejsca, o których mowa i czy zostały zrobione w tym czasie, który został podany. Sprawdza też takie aspekty jak rzeźba terenu, odległości, zabudowanie terenu. Użycie metod geoweryfikacyjnych pozwoliło na to, by zabójcy kobiet i dzieci w Kamerunie latem 2014 roku zostali osądzeni w sprawiedliwych procesach. Mowa o przerażającym filmie, który zaczął krążyć w lipcu 2018 roku w mediach społecznościowych, na którym grupa żołnierzy wyprowadza kobiety z małymi dziećmi z zawiazanymi oczami, rzuca je na ziemię i padają 22 strzały. Rząd Kamerunu początkowo zaprzeczał, jakoby do zbrodni doszło na terenie ich państwa, jednak po śledztwie BBC Africa, dokonanym z użyciem metod geolokalizacyjnych, gdy informacje stopniowo były przekazywane opinii publicznej, po miesiącu nagle zmienił swoje stanowisko: "Po tygodniach zaprzeczania, że zabójstwa te miały miejsce w Kamerunie, Minister Komunikacji ogłosił, że 7 wojskowych zostało aresztowanych i jest przedmiotem śledztwa"*.
Kolejne kroki weryfikacji można prześledzić oglądając i czytając anglojęzyczny materiał pod linkiem **https://twitter.com/bbcafrica/status/1044186344153583616**, kiedy to po kolei eksperci diagnozują: lokalizację dzięki analizie charakterystycznego pasma górskiego i wykorzystaniu do jego weryfikacji **Google Earth**, dokładne miejsce wydarzenia w wiosce Zelevet na dalekiej północy Kamerunu blisko granicy z Nigerią, odnalezienie miejsca zbrodni poprzez analizę ukształtowania terenu na podstawie zdjęć satelitarnych, określenie czasu zabójstwa poprzez analizę zabudowań na terenie wsi na przestrzeni lat 2014-2018, a także stopnia nachylenia cieni słonecznych rzucanych przez słońce, co pomogło ustalić nie tylko porę roku, ale zawęziło ramy czasowe w granicach 20 marca a 5 kwietnia 2015 r. Ustalono też przynależność żołnierzy do wojsk Kamerunu (analiza umundurowania i broni), a następnie wykorzystując informacje zamieszczane przez samych "bohaterów" zdarzenia na łamach SM, odkryto i potwierdzono ich tożsamości. Poniższe grafiki obrazują wybrane elementy procesu.









INNE PROGRAMY, KTÓRYCH MOŻNA UŻYĆ DO GEOWERYFIKACJI:

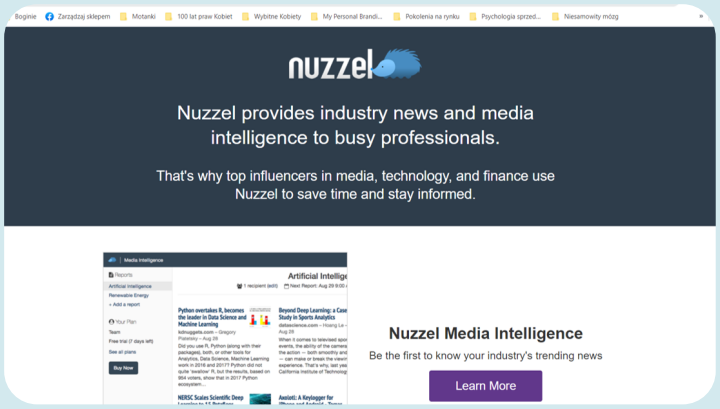
Zumi.pl
Mapy Bing
Targeo.pl
Google Earth
GoogleStreetView
Wikimapia

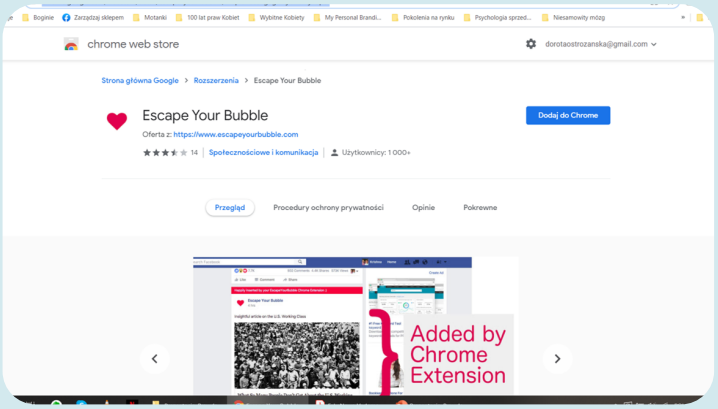
Źródła: *https://developers.nuzzel.com/, *https://chrome.google.com/webstore/detail/escape-your-bubble/meplcffeedlignghmjiohclihjffopoi, *https://www.youtube.com/watch?v=SoAolEHDIGE/, *https://www.doradcawbiznesie.pl; czym-jest-banka-informacyjna-czyli-ograniczony-dostep-do-nieograniczonych-informacji/

5. CO MOGĄ NARZĘDZIA ONLINE WSPIERAJĄCE OCENĘ WERYFIKACJI INFORMACJI?

5.3. NARZĘDZIA TYPU #PRZEBIJBAŃKĘ

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 zaglądanie 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 Nuzzel (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 sięgnęły czy sięgnęli (niestety aktualnie narzędzia te dostępne są jedynie w wersjach anglojęzycznych).





Źródła: *https://developers.nuzzel.com/, *https://chrome.google.com/webstore/detail/escape-your-bubble/meplcffeedlignghmjiohclihjffopoi, *https://www.youtube.com/watch?v=SoAoIEHDIGE/, *https://www.doradcawbiznesie.pl; czym-jest-banka-informacyjna-czyli-ograniczony-dostep-do-nieograniczonych-informacji/

6. KTÓRE POJĘCIA WARTO ZNAĆ?

PRAWDA CZY FAŁSZ?
SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA
bądź pewna siebie i świadoma tego, co dzieje się wokół Ciebie

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 wyłączane. 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 najwiecej 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". Ckickbait 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.

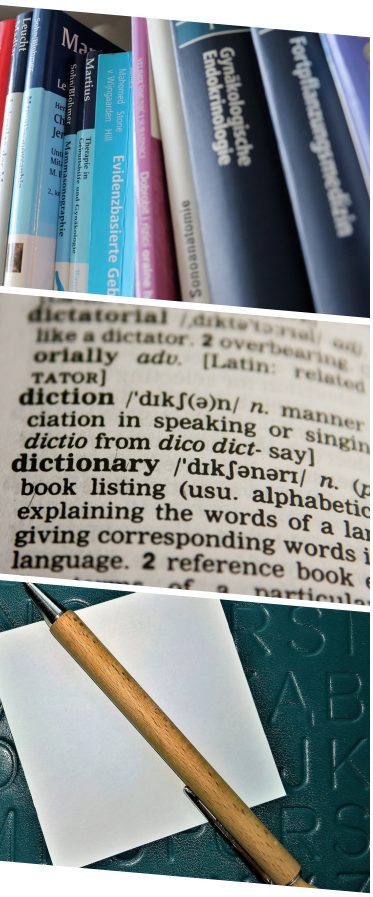
DEEFFAKE - fałszywka powstała w wyniku użycia techniki obróbki filmów z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Przykładem może być nakładanie prawdziwych obrazów i wypowiedzi polityków, polityczek lub celebrytów, celebrytek np. na prawdziwe sylwetki i obrazy z filmów pornograficznych. I choć wyprodukowanie 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 stronnicza, 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.



Źródła definicji: zredagowano na podstawie materiałów ze szkoleń organizowanych przez TechSoup Europe i OWOP oraz treści znalezionych na https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Strona_g%C5%82%C3%B3wna

6. KTÓRE POJĘCIA WARTO ZNAĆ?

PRAWDA CZY FAŁSZ?
SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA
bądź pewna siebie i świadoma tego, co dzieje się wokół Ciebie

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 wzmocnione. 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, wolących, wolące 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, któej 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.

Źródła definicji: zredagowano na podstawie materiałów ze szkoleń organizowanych przez TechSoup Europe i OWOP oraz treści znalezionych na https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Strona_g%C5%82%C3%B3wna

LINKI DO ARTYKUŁÓW

100-LECIA KOBIET

autorki:
Bożena Bednarek
Eliza Szadkowska
Marta Siemieniuk
Dorota Ostrożańska

PRAWDA CZY FAŁSZ?

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

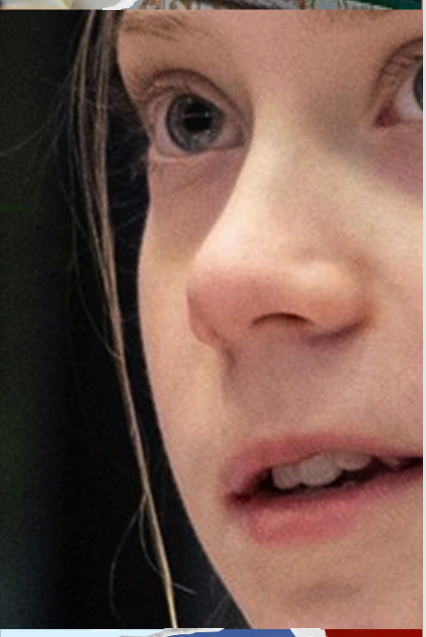
bądź pewna siebie i świadoma tego, co dzieje się wokół Ciebie

techsoup EUROPE

100-lecie Kobiet

UREALNIAJ ASPIRACJE

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-koscielnych-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-jaroslawa-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 – żołnierkach w Polsce/*autorka artykułu Eliza Szadkowska**
https://100leciekobiet.pl/2021/03/06/silne-kobiety-w-wojsku-o-kobietach-zolnierkach-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 artykuł Bożena Bednarek
https://100leciekobiet.pl/2021/03/05/kora-deep-fake-i-hologram/
26/Kłamstwo o inspiracjach Viki Gabor/autorka artykuł 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/

PRAWDA CZY FAŁSZ?

SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA

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

techsoup EUROPE

100-lecie Kobiet

UREALNIAJ ASPIRACJE