

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 potrzebujemy 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

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-lecie 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 z przestrzeni biznesu i rynku pracy kobiet, działalności kobiet w organizacjach społecznych i wolontaryjnych, praw kobiet, funkcjonowania kobiet w społeczeństwie i rodzinie, ról społecznych, aktywizmu, także kulturowego dziedzictwa, sztuki, literatury będących osiągnięciami kobiet. Miłej edukacji!

CO POTRZEBUJESZ WIEDZIEĆ O FAKE NEWS?

Powodów, dla których zapraszamy Cię do lektury **Podręcznika *Nie daj się wkreślić 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

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 dołączyliśmy poprzez projekt

#PrawdacyFałszBądźpewnasiebieświadomegocodziejesięwokółCiebie 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/>

05



Z JAKICH POWODÓW 100-LECIE Kobiet ZAANGAŻOWAŁO SIĘ W TĘ KAMPANIĘ?

*#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei
ŚwiadomategocosiędziejewokółCiebie*



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 ROZWIŃIĘTE 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.



06



Z JAKICH POWODÓW 100-LECIE Kobiet ZAANGAŻOWAŁO SIĘ W TĘ KAMPANIĘ?

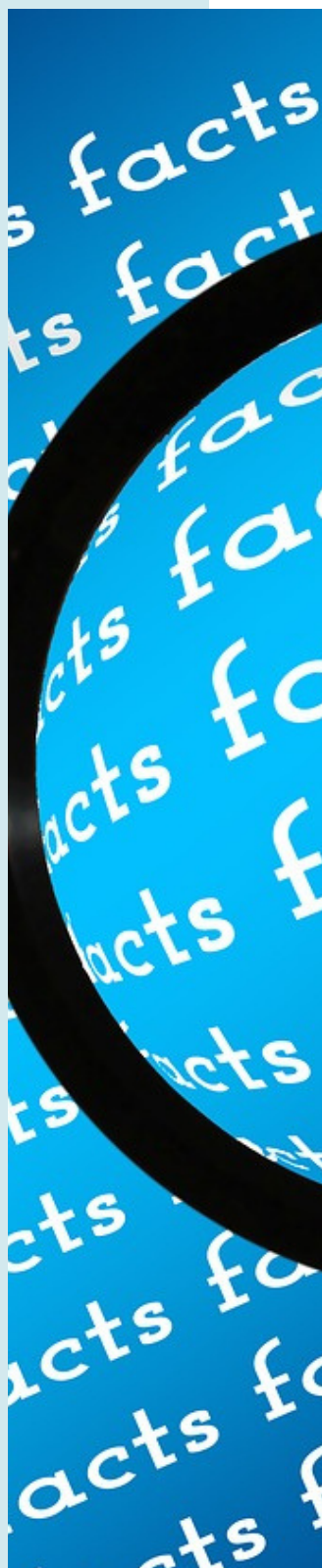
*#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei
świadomategocosiędziejewokółCiebie*



Nie wiemy, czym jest utajone uprzedzenie oraz nie jesteśmy świadomi, jakim zakłóceniem 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 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).



07



CZYM JEST FACT-CHECKING?

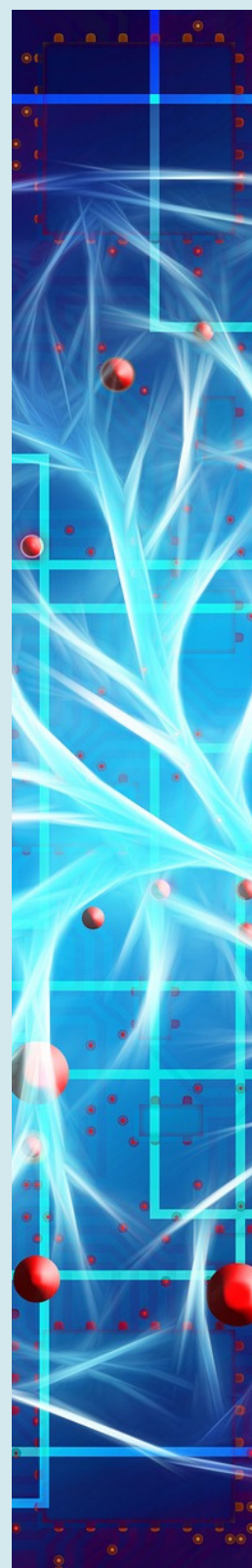
*#PrawdaczyFałszBądźpewnasiebiei
świadomategocosiędziejewokółCiebie*

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/>

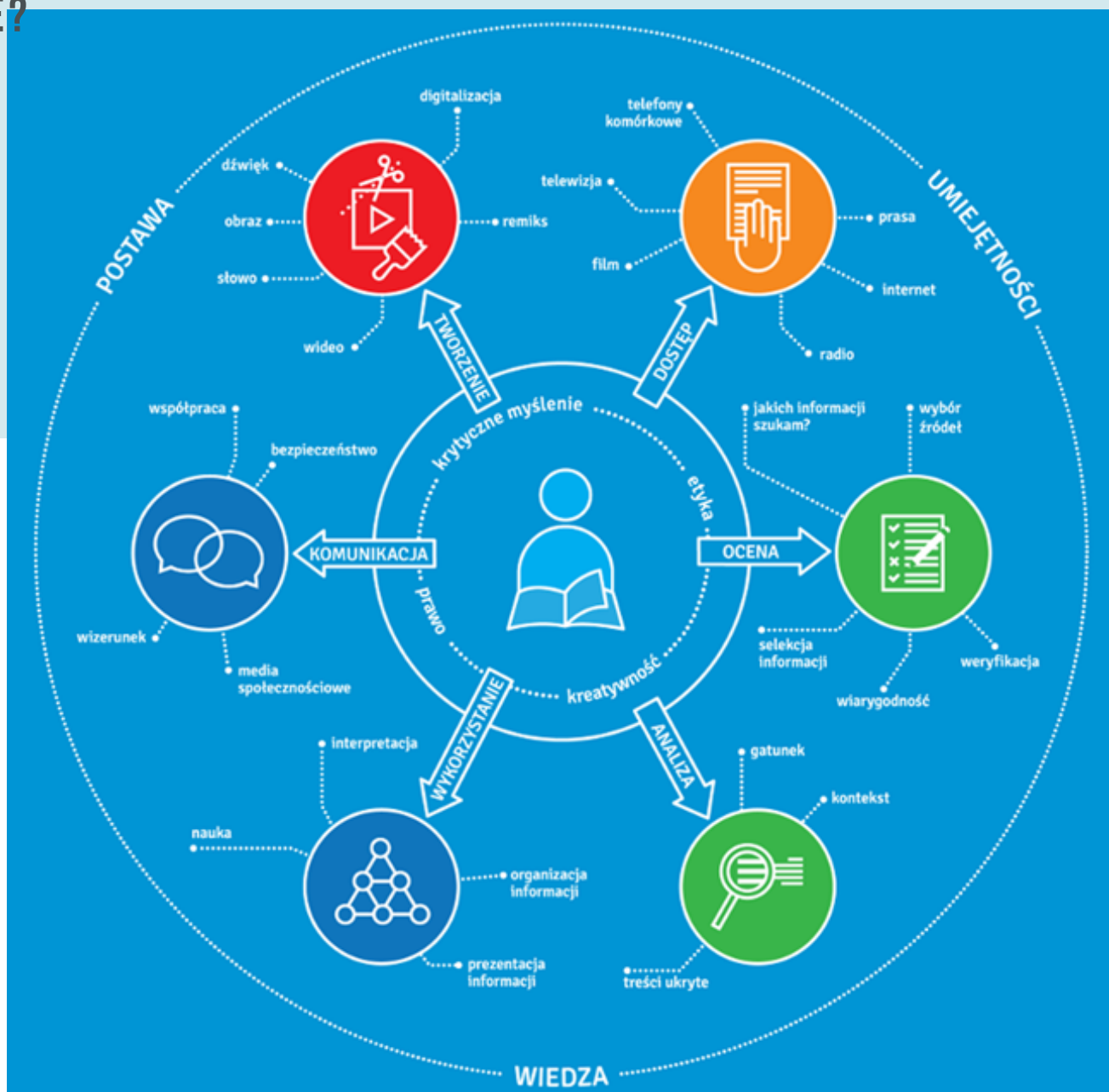


BĄDŹ PEWNA SIEBIE
I ŚWIADOMA TEGO,
CO DZIEJE SIĘ WOKÓŁ CIEBIE

08

JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

CZYM SĄ
KOMPETENCJE
MEDIALNE?



JAKIE SĄ 4 KROKI METODOLOGII SIFT?

JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?



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 - wiedz, co czytasz**

- Jeśli oglądasz film na temat wielu korzyści płynących ze spożycia mleka, sprawdź źródło.
- Znajomość źródła ma kluczowe znaczenie dla interpretacji tego, co mówią, a poświęcenie 60 sekund na ustalenie, skąd pochodzi tekst, może być kluczowe dla Twojej decyzji – czytać czy nie?



3. Po trzecie **ZNAJDŹ POTWIERDZENIE**

- Dowiedz się, czy tezy, które przedstawia tekst to prawda, czy fałsz.
- Najlepsza strategia to zignorowanie źródła, które do Ciebie dotarło i wyszukanie innych wiarygodnych raportów lub analiz dotyczących tego tematu.



4. Po czwarte **ŚLEDŹ ŹRÓDŁA**

- Wiele rzeczy, które można znaleźć w Internecie, zostało pozbawionych kontekstu, np. fragmentaryczne filmy.
- Inny przykład: tekst z informacjami o nowym leczeniu cukrzycy powołujący się na artykuł naukowy i badania???
- W takich przypadkach prześledź źródła, cytaty, linki. Zobacz je w oryginalnym kontekście i porównaj.

CZY MYŚLENIE KRYTYCZNE SIĘ OPŁACA?

JAK ZADBAĆ O SWOJE BEZPIECZEŃSTWO W SIECI?

Myślenie
krytyczne
to myślenie
o myśleniu.



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

A przecież nie o to Ci chodzi, prawda?



Pomyśl, zanim pomyślisz.
Stanisław Jerzy Lec

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.