

Krzysztof Buczkowski

Weryfikacja informacji w czasach fake-newsów



 Fundusz Grantowy dla Płocka



Weryfikacja informacji w czasach fake-newsów

Spis treści

Informacyjny chaos	3
Słownik, czyli uporządkujmy definicje	6
Informacja jak fastfood („szybka i niezdrowa”)	13
Świadomość medialno-informacyjna	15
Najpopularniejsze rodzaje dezinformacji	18
Memy – coś więcej niż rozrywka?	20
Ważna rola krytycznego myślenia	23
Fact-checking – sprawdzanie źródeł	25
Sposób na fake-newsa	27
Podsumowanie	30

Nota o autorze

dr Krzysztof Buczkowski – socjolog, ekonomista, menadżer (MBA). Specjalizuje się w innowacjach społecznych i technologicznych, a także problematyce zmian organizacyjnych. Szczególną uwagę poświęca analizie negatywnego wpływu fake-newsów oraz dezinformacji. Od ponad dwudziestu lat, z sukcesem łączy pracę naukowo-dydaktyczną z praktyką zarządzania. Autor publikacji z zakresu rynku pracy, zrównoważonego rozwoju, smart-city, społeczeństwa informacyjnego i zarządzania zmianami w organizacji. Aktywnie działa w Towarzystwie Naukowym Płockim oraz Centrum Innowacji Społeczeństwa Informacyjnego, którego był inicjatorem i pierwszym prezesem. Więcej na www.buczkowski.eu

Autor dołożył wszelkich starań, by zawarte w publikacji informacje były kompletne i rzetelne, nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności za ich nieprawidłowe wykorzystanie.

Projekt pt. "Weryfikacja informacji w czasach fake-newsów" został dofinansowany przez Fundusz Grantowy dla Płocka.

Informacyjny chaos

Żyjemy w ERZE INFORMACJI, która powoli staje się **czasem powodzi dezinformacyjnej**, ponieważ jesteśmy dosłownie i w przenośni zalewani w równej mierze prawdziwymi co fałszywymi informacjami.

Ogromną rolę w tych procesach odgrywa oczywiście rozwój technologiczny oraz powszechność urządzeń, które dostarczają nam przetworzone dane, czyli rzeczony informacje, 24 godziny na dobę. Oswojone w poprzednich wiekach wynalazki takie jak telefon, telewizor, a nawet zegarek dzięki połączeniu z Internetem zyskały nowe funkcjonalności. Mówi się, że stały się SMART czyli inteligentne. Ponadto rodząca się na naszych oczach sztuczna inteligencja w opiniach wielu przedsiębiorców i naukowców niesie kolejne zagrożenia.

Musimy zatem cały czas pamiętać, że postęp technologiczny, czyli także Internet, ma dwie strony medalu – jasna i ciemną, czyli dobrą i złą. Dzięki tej jasnej stronie zyskujemy nieograniczone możliwości komunikacyjne i poznawcze, nowe funkcjonalności pozwalają nam np. monitorować tętno i zdalnie wezwać pomoc, kupować produkty i usługi bez wychodzenia z domu czy uczyć się zdalnie w czasie choroby. Niestety istnieje także ciemna strona, a jej przedstawiciele poprzez fałszywe komunikaty lub wiadomości pozorowane na prawdziwe, próbują wpływać na nasze opinie i postawy.

Internet oraz ogromna popularność wirtualnych platform społecznościowych sprawia, że wielu użytkowników korzysta

z tych narzędzi w sposób niewłaściwy i nieetyczny. Jesteśmy bowiem świadkami wybiórczego i skrajnie subiektywnego kreowania obrazu rzeczywistości i jednostronnego tłumaczenia zdarzeń czy faktów. Powyższe dotyczy także dziennikarzy, którym, jak wynika z badań, przyzwyczailiśmy się ufać¹, a dziś część z nich, niestety, aktywnie uczestniczy w procesach dezinformacji. Niekiedy bardzo trudno jest wyłapać te sprytnie poukrywane i subtelne zmiany, np. kontekstu czy wykorzystanej techniki wywierania wpływu.

Ponadto coraz częściej upubliczniane są informacje fałszywe, czyli niezgodne z faktycznym stanem rzeczy, czyli tzw. „**fake newsy**”. Należy pamiętać, że kłamstwo w życiu prywatnym rodzi naszą nieufność wobec kłamcy, a fake-news oraz dezinformacja w życiu publicznym podważa zaufanie do rzetelnych mediów (tradycyjnych i cyfrowych), instytucji oraz urzędów publicznych, a tym samym szkodzi przejrzystości i demokratyzacji życia ponieważ komplikuje i utrudnia obywatelom podejmowanie świadomych decyzji.²

Szkody wyrządzone przez „fake-newsy” oraz dezinformację są ogromne i kosztowne. Ponadto inicjują szereg kolejnych zjawisk społecznych, a ich konsekwencją są błędne decyzje i konkretne straty finansowe, wizerunkowe, a nawet zdrowotne.

Dotykając zagadnienia dezinformacji, należy również poruszyć wykorzystanie żartu i satyry w procesach kształtowania opinii poprzez ośmieszanie, piętnowanie,

¹ Raport: Opinie na temat pracy dziennikarzy, www.cbos.pl.

² Por. Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów COM(2018) 236.

generalizowanie czy wyolbrzymianie. Krytyczne wypowiedzi przyjmujące formę satyryczną towarzyszą ludzkości od zarania dziejów, jednak ponownie z uwagi na błyskawiczność i powszechność Internetu, w tym głównie mediów społecznościowych stały się poważnym narzędziem tak pośredniego, jak i bezpośredniego wpływania na opinie i postawy odbiorców, a kluczową rolę w tym obszarze odgrywa stosunkowo nowa forma przekazu określana jako „mem”.

Z uwagi na poradnikową i skondensowaną formułę, niniejsze opracowanie jedynie sygnalizuje wagę problemu coraz większej obecności kłamstw w naszej przestrzeni informacyjnej i wskazuje wybrane rozwiązania, które mogą wesprzeć indywidualne starania o nieuleganie wpływom fake-news i dezinformacji. Podstawą przygotowania siebie do obrony przed zgubnym działaniem „fake-newsów” i szkodliwej dezinformacji jest przede wszystkim **świadomość zagrożenia**. Ona jest początkiem i katalizatorem kolejnych działań, czyli np. pozyskiwania wiedzy na temat weryfikowania źródeł czy nauką krytycznego myślenia, które pomogą ochronić nas przed negatywnymi konsekwencjami.

Pamiętajmy – „**fake news**” to groźne zjawisko, ponieważ stanowi realne zagrożenie kreowania opinii publicznej w sposób sprzeczny z prawdą.

Słownik, czyli uporządkujmy definicje³

Żyjemy w społeczeństwie informacyjnym, czyli takim, w którym informacja i technologia odgrywają rolę dominującą. Nasz komfort życia zależy od stopnia bycia świadomym obywatelem społeczeństwa informacyjnego, czyli takim który rozumie najważniejsze pojęcia, rozpoznaje zagrożenia oraz wykorzystuje szanse do zdobywania nowej wiedzy. Pomocne będzie zatem uporządkowanie znaczeń i terminów kluczowych dla dalszych rozważań i zrozumienia wagi całego problemu dezinformacyjnego jak i poszczególnych fake-newsów.

Dane

Fakty, koncepcje lub wyniki w postaci, która może być komunikowana i interpretowana.⁴

Informacja

Informacje to efekty pewnych działań myślowych człowieka (obserwacji, analiz) lub algorytmów sztucznej inteligencji (AI), które przetwarzają określone dane by odkryć ich istotę lub znaczenie. Innymi słowy, informacja to zinterpretowane dane, które zostały ukształtowane lub uformowane przez człowieka (lub sztuczną inteligencję) w istotną i użyteczną postać.⁵

³ Przywołane definicje zostały wybrane przez autora jako najbardziej zrozumiałe, a jednocześnie powszechnie funkcjonujące w przestrzeni naukowo-dydaktycznej.

⁴ Galland F.J. (1982), Dictionary of Computing, John Wiley & Sons, Chichester, s.57

⁵ Por. Laudon K.C., Laudon J.P., (1991), Business Information Systems: a problem solving approach. Dryden Press, Chicago, s.14.

Komunikacja

Termin „komunikacja” wg Słownika Języka Polskiego ma kilka znaczeń. W kontekście naszych rozważań o rozpoznawaniu fałszywych informacji, zasadnym jest przywołanie definicji dotyczących porozumiewania się, czyli będzie to przepływ informacji między urządzeniami, np. telefonami lub komputerami, ale także przekazywanie i odbieranie informacji w bezpośrednim kontakcie z inną osobą (wieloma osobami)⁶.

Warto pamiętać, że komunikacja (komunikowanie się) jest procesem, w którym ludzie dzielą się znaczeniami za pośrednictwem komunikatów ustalonych w określonej kulturze. Postęp technologiczny sprawił, że w procesie komunikowania coraz częściej wykorzystujemy urządzenia teleinformatyczne, czyli np. telefon (smartfon) czy komputer (laptop, tablet) itp.

Kontekst

Wg Słownika oksfordzkiego⁷ „kontekst” to „okoliczności, które tworzą otoczenie wydarzenia, stwierdzenia lub idei i pod kątem których można je w pełni zrozumieć i ocenić”. Łacińskie „contextus” oznacza właśnie związek, łączność, zależność. Tym samym w trakcie procesu oceny ważności i wiarygodności danej informacji, lub też rozpoznania fałszu (fake-news) niezbędne jest poznanie jej pełnego kontekstu.

⁶ <https://sjp.pwn.pl/>

⁷ <https://oed.com/>

Propaganda

Encyklopedia PWN definiuje propagandę jako celowe oddziaływanie na zbiorowości i jednostki zmierzające do pozyskania zwolenników i sojuszników, wpojenia pożądanych przekonań i wywołania określonych dążeń i zachowań⁸.

Propaganda to na przykład uporczywe powtarzanie jednego komunikatu lub jednej tezy ukazywanej w różnych okolicznościach. Należy pamiętać, że w trakcie kształtowania postaw za pośrednictwem przekazu informacji są wykorzystywane środki perswazji intelektualnej i emocjonalnej (słowa, gesty, symbole, skojarzenia, obrazy) oraz rozmaite metody manipulacji (np. prowokacji, dezinformacji, tendencyjnej selekcji i interpretacji faktów).

Dezinformacja

Jedna ze słownikowych definicji⁹ podaje bardzo krótkie i treściwe tłumaczenie tego pojęcia. Otóż jest to „forma propagandy polegająca na rozpowszechnianiu fałszywych informacji z celowym zamiarem oszukania lub wprowadzenia w błąd”.

Należy podkreślić, iż dezinformacja jest działaniem celowym zmierzającym do wywołania zmian w świadomości odbiorców, zmian postaw wobec zjawisk oraz wywołania określonej reakcji społecznej, gospodarczej czy politycznej. Dezinformacją będą zatem fałszywe (fake-news), zmanipulowane, zmienione lub wyjęte z kontekstu informacje upubliczniane zarówno przez osoby identyfikowalne jako

⁸ <https://encyklopedia.pwn.pl/>

⁹ <https://www.oxfordreference.com/>

rzeczywiste lub przez postaci (konta) fikcyjne (pozorowane na prawdziwe) w celu wpłynięcia na zachowanie lub decyzje odbiorców.

Fake-news

Fake-news to dosłownie fałszywa (nieprawdziwa) wiadomość. Może przyjmować tradycyjną formę tekstu, ale także obrazu, kolażu czy filmu.

Manipulacja

Manipulacja to powszechne zjawisko psychologiczne, które polega na wywieraniu przez manipulatora, wpływu na człowieka lub grupę ludzi w sposób, który ma doprowadzić do realizacji określonego celu pożądanego przez stosującego manipulację. Manipulacja jest uznawana za zachowanie nieetyczne, jednak w ostatnim czasie jest nagminnie stosowana np. w trakcie transakcji handlowych lub szeroko rozumianych relacjach międzyludzkich.

Wybrane techniki manipulacyjne (m.in. kłamstwo, odwracanie uwagi, udawanie ofiary, umniejszanie roli lub znaczenia, fałszywe autorytety itd.) są również często stosowane w mediach cyfrowych, a ich skuteczność rośnie z uwagi na masowy charakter i duży zasięg społeczny. Szczególnie narażone na manipulację są m.in. osoby samotne lub takie, które cechuje mała pewność siebie z uwagi na niskie poczucie własnej wartości, kompetencji czy brak asertywności; przy jednoczesnym wysokim poziomie ufności wobec szlachetnych motywacji lub tradycyjnie uznawanych za szlachetne intencji innych osób (sprawy religijne czy pomocy

innym ludziom). Podatności na manipulację sprzyja również brak czasu (np. na analizy, refleksję czy dyskusję); niechęć do bezpośredniej konfrontacji – umiławanie spokoju czy strach przed odpowiedzialnością.

Bańka informacyjna (bańka filtrująca)

Bańka informacyjna (filtrująca) – jest to sytuacja, w której osoba pozyskuje informacje tylko z tych mediów (środowisk, osób), które potwierdzają jej przekonania i wartości. Dotyczy to zarówno mediów tradycyjnych jak i cyfrowych. W przypadku sieci Internet omawiane zjawisko jest wzmacniane przez algorytmy (automatyczne procedury) np. wyszukiwarek internetowych lub platform społecznościowych.

Na podstawie historycznych danych zgromadzonych podczas wcześniejszej aktywności tej osoby, otrzymuje ona wyselekcjonowane reklamy i podpowiedzi (sugestie) kolejnych informacji zgodnych z jej profilem („polubienia” i udostępnienia postów, grono znajomych, historia przeglądanych stron itp.). Innymi słowy jest to zjawisko personalizowania ukazywanych w Internecie treści oraz dopasowywania ich do automatycznie tworzonego profilu konkretnego użytkownika.

Media tradycyjne

Urządzenia i instytucje, z wykorzystaniem których jednokierunkowo przesyłane są treści do masowego (zróżnicowanego) odbiorcy: prasa i książki, radio, telewizja, nagrania dźwięku oraz obrazu z dźwiękiem. Odbiorca jest

w pełni zależny od twórców oraz sposobu dystrybucji treści (nadawców).

Nowe media (media cyfrowe)

Przyjmuje się, że ich powstanie związane jest z rozwojem i upowszechnieniem technologii teleinformatycznych, a w szczególności Internetu. Nowe media zmieniają charakterystyczną dla mediów tradycyjnych jednokierunkową zależność odbiorców treści od twórców i nadawców, umożliwiając swobodny wybór czasu i miejsca konsumpcji treści, a także ich redystrybucję, modyfikację, informację zwrotną czy współtworzenie (interaktywność).

Media społecznościowe (ang. social media)

Słownikowo¹⁰, za media społecznościowe uznaje się technologie internetowe i mobilne, umożliwiające komunikowanie się pomiędzy użytkownikami. Komunikacja może odbywać się poprzez strony internetowe oraz dedykowane aplikacje na urządzenia mobilne (np. smartfony czy tablety), które pozwalają na tworzenie oraz wymianę treści (tekst, obraz, dźwięk, film).

Konsekwencją procesów komunikowania jest łączenie jego użytkowników w mniej lub bardziej liczne społeczności (grupy). Użytkownicy mogą stworzyć swój profil i decydować komu chcą prezentować przedstawione na nim treści i z kim podtrzymywać stworzone więzi. Podsumowując, ideą przewodnią działalności mediów społecznościowych jest

¹⁰ <https://sjp.pwn.pl/>

uczestnictwo w grupie społecznej komunikującej się poprzez usługi/aplikacje dostępne w Internecie.

Poszczególne media społecznościowe różnią się między sobą celem i charakterystyką kontaktów i stworzonych pomiędzy członkami więzi. Najbardziej znane i popularne to te służące nawiązywaniu i trzymywaniu relacji towarzyskich np. Facebook (Meta) czy Instagram, oraz zawodowych jak LinkedIn. Z kolei twórców i ich odbiorców łączą YouTube czy TikTok. W sieci Internet codziennie pojawiają się nowe koncepcje i próby tworzenia kolejnych serwisów społecznościowych, skupionych wokół popularnych gier, ale także tych zmierzających ku wirtualnej rzeczywistości, czyli tworzenia świata cyfrowego na wzór tego rzeczywistego.

Mem

Celowe połączenie określonej grafiki (zdjęcia) i tekstu, będące satyrycznym komentarzem, najczęściej do bieżących wydarzeń, prezentacją poglądów (gospodarczych, politycznych, religijnych itp.) czy emocji. Mem jest zatem dynamiczną i zmieniającą się w czasie jednostką informacji kulturowej, odnoszonej do aktualnych zjawisk kulturowych, wydarzeń, wypowiedzi i zachowań osób publicznych itp.

Memy uznane przez oglądających za udane (np. zabawne) błyskawicznie rozprzestrzeniają się w Internecie, szczególnie w serwisach społecznościowych. Mogą być również wykorzystywane jako narzędzia marketingowe w kampaniach reklamowych czy politycznych.

Informacja jak fastfood („szybka i niezdrowa”)

Dzisiejszą dystrybucję informacji można porównać do spożywania posiłków. Wokół nas jest dużo „fastfoodowych” treści, czyli informacji mało wartościowej, ale często głośno reklamowanej i dostępnej natychmiast, nierzadko podawanej w bardzo atrakcyjnej formie np. mediów społecznościowych (TikTok lub Instagram). Jednak po wnikliwej analizie okaże się, że nie jest ona zbyt zdrowa – pojawiają się negatywne konsekwencje nadmiernej konsumpcji lub wręcz uzależnienia.

Oczywiście z uwagi na pęd życia większość ludzi nie ma czasu na analizowanie składu i pochodzenia żywności, czyli nie weryfikuje informacji, a tym samym grzęźnie w bańce stereotypów, uproszczeń i niepotwierdzonych naukowo teorii. Można jednak spróbować odżywiać się zdrowiej, jeść mniej i rozsądniej dobierać produkty spożywcze, czyli należy także krytyczniej spojrzeć na pochodzenie informacji, które do nas docierają – dla własnego zdrowia i świadomego kształtowania postaw, dokonać weryfikacji osób je tworzących i dystrybuujących.

Ponieważ informacji i różnego rodzaju komunikatów jest za dużo, dlatego mamy problem z ich weryfikacją, czyli ustaleniem wiarygodności każdego przekazu. Swoista powódź informacji nie jest już domeną firm handlowych, które próbują nam coś sprzedać wykorzystując wszystkie możliwe kanały, ale także osób np. polityków czy zawodowych lobbystów, którzy próbują wpłynąć na nasze zachowanie oraz postawy. Wg definicji, postawa to określony osąd lub uczucie względem

osoby, idei lub obiektu. Najczęściej bywa pozytywna lub negatywna. Każdy z nas ma określoną postawę (względnie stałą) względem wielu rzeczy, od produktów, które np. kupuje w supermarkecie, przez stosunek do ludzi wokół siebie, aż po konkretne sprawy związane z gospodarką czy polityką. To oznacza, że wpływanie na nasze postawy może nieść dla nas samych długofalowe skutki i tylko od nas zależy czy konsumując różnego rodzaju informacje będziemy czynili to świadomie.

Internet jest powszechnie dostępny dlatego wykorzystanie go jako narzędzia do dystrybucji informacji jest stosunkowo tanie. Oczywiście zakres i rozmach działań informacyjnych zależy od pieniędzy – tych w posiadaniu dystrybutora informacji i tych do potencjalnego zarobienia w efekcie jej rozpowszechnienia, a przecież im większe pieniądze na horyzoncie tym z większym prawdopodobieństwem graniczącym z pewnością, możemy spodziewać się intensywniejszych tendencji manipulacyjnych w informacjach.

Wachlarz możliwości manipulowania informacją jest ogromny, obejmuje np. świadome wywieranie wpływu poprzez przytaczanie tylko wybranych danych statystycznych, wprowadzenie w błąd poprzez dostarczanie fałszywych informacji, sugestywne przywoływanie opinii wyrwanych z kontekstu czy pozorowanie faktów, a nawet posługiwanie się żartem i satyrą np. w celu ośmieszenia, czyli de facto osłabiania wiarygodności danej osoby czy określonego środowiska.

Świadomość medialno-informacyjna

Opisane powyżej reguły obowiązujące w cyfrowym świecie sprawiają, że dla własnego bezpieczeństwa, wszyscy jego użytkownicy winni dbać i rozwijać swoją **świadomość medialno-informacyjną**. Dlatego tak ważne jest dzisiaj stosowanie **zasady ograniczonego zaufania wobec informacji** które otrzymujemy. Szczególnie informacji, które wywołują u nas silne emocje, np. strachu przed różnymi zagrożeniami lub euforii na myśl szybkiego wzbogacenia się lub cudownego wyzdrowienia.

Gdy sobie to uświadomimy warto zastanowić się nad pochodzeniem danej informacji i rzeczywistymi konsekwencjami jej bezrefleksyjnego zaakceptowania. Waga zagrożenia działaniami dezinformacyjnymi jest tak duża, że powstały dedykowane instytucje zarówno europejskie, państwowe oraz społeczne (organizacje pozarządowe), które codziennie dokonują weryfikacji tysięcy potencjalnie groźnych komunikatów. Większość z nas nie ma jeszcze nawyku ich sprawdzania, ale powinniśmy przyzwyczajać się do myśli, że chcąc być świadomymi uczestnikami wirtualnej rzeczywistości, będziemy musieli, do swoich codziennych rytuałów odwiedzania ulubionych serwisów informacyjnych czy portali społecznościowych, dodać także swoisty obowiązek systematycznego przeglądania analiz demaskujących próby intencjonalnej manipulacji lub udowodnionej dezinformacji,

zwłaszcza tych dotyczących decyzji wpływających na nasze zdrowie czy finanse.

Przykłady ze świata...

Wśród głośnych spraw związanych z manipulowaniem informacjami znajdziemy chociażby tą dotyczącą kampanii prezydenckiej w USA w 2016 roku i referendalnej w Wielkiej Brytanii za wyjściem z Unii Europejskiej. Ujawniono wtedy, że wrażliwe dane 50 milionów amerykańskich i brytyjskich obywateli trafiły w ręce prywatnej firmy, specjalizującej się w profilowaniu internautów pod kątem zainteresowań i poglądów politycznych. Wszystko zaczęło się od udostępnienia użytkownikom popularnego serwisu społecznościowego pozornie niewinnej ankiety sugerującej prowadzenie badań naukowych przez znaną i szanowaną instytucję, a skończyło konkretnymi zarzutami o wpływanie na decyzje i wybory polityczne obywateli amerykańskich (wygrana Donalda Trumpa) i brytyjskich (referendum prowadzące do Brexitu).

...i z Polski...

Dezinformacja to nie tylko wielka polityka, ale coraz częściej większe lub mniejsze firmy, które poprzez spreparowanie odpowiednich komunikatów próbują wywierać na nas presję dokonania pewnych decyzji, na przykład zakupowych, czy też podjęcia decyzji związanych z naszym zdrowiem.

W grudniu 2022 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył pierwsze kary za handel nieprawdziwymi recenzjami i ocenami zamieszczanymi

w Internecie. Rzecznik prasowy UOKiK poinformował, że dwie ukarane firmy oferowały możliwość stworzenia fałszywej opinii, ponieważ – jak ustalił urząd – nie było żadnego realnego, rzeczywistego kontaktu ani z produktem, ani z usługą. Wspomniane, spreparowane opinie pojawiały się często w znanych i lubianych przez konsumentów wyszukiwarkach i serwisach takich jak na przykład Ceneo, Oferteo czy ZnanyLekarz. Jak podkreślono w komentarzu prezesa UOKiK: *„Publikowanie w Internecie fałszywych opinii to szczególnie naganne zjawisko. W ten sposób konsumenci wprowadzani są w błąd, a ich decyzje zakupowe ulegają zniekształceniu. To także nie fair wobec konkurencji – uczciwych przedsiębiorców, którzy nie kupują ocen, przez co mogą być np. słabiej pozycjonowani w wyszukiwarkach internetowych”¹¹.*

Musimy zdawać sobie sprawę, że wraz z rozwojem technologii w tym upowszechnieniem sztucznej inteligencji, sposobów i prób oszustwa wykorzystujących fałszywą lub zmanipulowaną informację będzie coraz więcej. Dlatego tak ważne jest wyrobienie w sobie nawyku ograniczonego zaufania do informacji bazujących na naszych emocjach. Nawyk ten zapali nam w głowie przysłowiową „lampkę ostrzegawczą”, a to może nas uchronić przed stratami finansowymi w przypadku zakupu wyjątkowo atrakcyjnego produktu czy wręcz uszczerbkiem na zdrowiu, gdybyśmy zdecydowali się na wykorzystanie jakiegoś podejrzanego specyfiku lub zrezygnowali ze sprawdzonych szczepień ochronnych.

¹¹ Kary za fałszywe opinie w internecie - decyzje Prezesa UOKiK, https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19139, dostęp 05.05.2023 r.

Najpopularniejsze rodzaje dezinformacji

Dezinformacja to intencjonalne rozpowszechnianie fałszywych informacji w celu wprowadzenia odbiorców w błąd lub manipulowania ich zachowaniem, opiniami, a docelowo postawami. Istnieje wiele form, mechanizmów i narzędzi wykorzystywanych w dezinformacji. Poniżej lista najczęściej występujących:

- **fake-news** - fałszywe informacje, kłamstwa;
- **manipulowanie treścią**, czyli tzw. półprawdy - rzeczywiste informacje są przedstawione w sposób, który wprowadza w błąd, poprzez pomijanie kluczowych faktów, uwypuklanie wybranych, zmiana kontekstu itp.;
- **manipulacja językowa** – np. stosowanie eufemizmów, określeń zastępczych, metafor itp., które mają na celu ukrycie prawdziwego znaczenia słów, zrozumienia kontekstu wypowiedzi lub wydarzenia;
- **fałszywe konta** na popularnych platformach społecznościowych i boty – imitacja nieistniejących w rzeczywistości osób lub organizacji ma stworzyć wrażenie popularności danego kłamstwa i wspierać proces uwiarygodniania (coraz częściej fałszywe konta generowane są automatycznie i w wielkich ilościach przez specjalnie stworzone oprogramowania, które nie tylko powielają fake-newsy, ale także w sposób sztuczny generują określone reakcje w mediach społecznościowych np. polubienia, udostępnienia itp.);

- **kradzież tożsamości** – podszywanie się pod inną osobę, w świecie cyfrowym najczęściej polega na wykorzystaniu wizerunku (zdjęcie, nazwa) i tym samym wprowadzanie w błąd innych osób co do tożsamości osoby dystrybuującej daną fałszywą lub zmanipulowaną informację;
- **tworzenie fałszywych stron internetowych**, najczęściej anonimowych (lub redagowanych przez wirtualne redakcje) rozpowszechniających nieprawdziwe informacje, które dzięki odpowiedniemu pozycjonowaniu w popularnych wyszukiwarkach internetowych wpływają na kształtowanie opinii i postaw;
- **deepfake** – to technologia, która umożliwia tworzenie fałszywych filmów (audio/wideo), które wyglądają na autentyczne, ale są sztucznym wytworem zaawansowanego oprogramowania. Do ich stworzenia wykorzystywane są prawdziwe materiały np. z wizerunkiem i głosem danej osoby.
- **trolling internetowy** – troll internetowy to osoba publikująca w sieci przeważnie agresywne i obraźliwe treści, luźno związane z tematem dyskusji, będące najczęściej personalnie skierowanym atakiem. Głównym celem trolla jest sprowokowanie negatywnych, emocjonalnych reakcji i tym samym wpływanie na tok i kierunek prowadzonej dyskusji.

To tylko kilka przykładów form, mechanizmów i narzędzi, które są wykorzystywane w dezinformacji. Jest to bardzo dynamicznie rozwijający się obszar, a osoby zajmujące się dezinformacją ciągle modyfikują i udoskonalają swoje metody

w zależności od sytuacji i celów, które chcą osiągnąć. Wymienione powyżej elementy coraz częściej występują łącznie w różnych konfiguracjach podczas intensywnie prowadzonych kampaniach dezinformacyjnych.

Memy – coś więcej niż rozrywka?

W ostatnim czasie oglądanie memów stało się jedną z najpopularniejszych form internetowej rozrywki, szczególnie dla młodych ludzi. Jak zostało to określone w części słownikowej, tytułowy mem to obrazek lub filmik z krótkim, często humorystycznym tekstem, który zwykle nawiązuje do jakiegoś popularnego tematu lub zjawiska społecznego. Oglądanie memów traktowane jest jako bardzo łatwo dostępna niezobowiązująca rozrywka, ponieważ znajdziemy je niemal na wszystkich platformach społecznościowych, w pierwszej kolejności oczywiście na tych największych czyli Facebook, Twitter czy Instagram. Memy dostarczają rozrywki, a nawet mogą u części osób dawać poczucie przynależności do określonej społeczności internetowej. W ogromnej większości memy dostarczają treści bardzo proste do przyswojenia.

Ta wydawałoby się idea radosnej twórczości i zabawnej pomysłowości Internautów bywa coraz częściej wykorzystywana do ośmieszania konkretnych osób czy instytucji, w tym np. przeciwników biznesowych lub politycznych. Humor i satyra od zawsze był orężem w walce ideologicznej, także podczas wojen czy okupacji – znamy z historii przykłady kolportażu zabawnych rysunków

i karykatur ośmieszających zaborców, okupantów rosyjskich czy niemieckich.

Niestety powszechność dostępu do Internetu i intuicyjnych w obsłudze narzędzi do prostej edycji zdjęć, sprawia, że coraz częściej także dzieci i młodzież zgłaszają przypadki nieuprawnionego wykorzystania ich wizerunku w nieakceptowalny sposób – np. z wulgarnym komentarzem lub obrażającym fotomontażem. Tym samym memy mogą zawierać obraźliwe treści raniące uczucia innych osób lub wprost propagujące nienawiść i dyskryminację. Niestety ogromna dynamika tworzenia i rozpowszechniania memów sprawia, że granica pomiędzy zabawną i nieszkodliwą ironią, a złośliwym obrażaniem jest coraz mniej wyraźniej zarysowana.

Jednym z najważniejszych aspektów satyry jest jej cel publicystyczny i polityczny, który często wiąże się z krytyką władzy lub przeciwników politycznych oraz zwróceniem uwagi na konkretne problemy społeczne. W tym kontekście, skrajna i kontrowersyjna satyra może wywoływać silne emocje i reakcje społeczne, co może wpływać na wspomniane opinie i postawy ludzi.

Dlatego, ważne jest, aby krytycznie oceniać i analizować treści satyryczne, szczególnie w przypadku skrajnych i kontrowersyjnych grafik, zdjęć, rysunków lub tekstów, ponieważ mogą one wpłynąć na nasze postawy i przekonania zarówno w krótkim okresie, jak i dłuższej perspektywie. W dzisiejszych czasach, gdy media społecznościowe stały się popularnym źródłem informacji i rozrywki, memy stają się

swoistą formą krytyki lub komentarza społecznego. Z uwagi na humorystyczny charakter, najczęściej wywołują uśmiech, ale gdy będą przesadnie dotykały osób lub poglądów z którymi sympatyzujemy lub się identyfikujemy, mogą wywołać negatywne emocje i poczucie złości, irytacji.

Należy pamiętać, że memy często przedstawiają jednostronne lub skrajne punkty widzenia i mogą prowadzić do polaryzacji postaw społecznych i dezinformacji. W trosce o pełny obraz rzeczywistości, należy być krytycznym wobec oglądanych treści, a te dotyczące szczególnie wrażliwych tematów weryfikować w innych źródłach. Memy jako forma przekazu określonych treści, mogą relatywizować przedstawianą rzeczywistość w zależności od tego, jak są używane i jakie komunikaty przekazują.

Z uwagi na specyfikę memów i ich humorystyczny charakter, zaciera się granica pomiędzy prawdą a fikcją, krytyką a relacją z wydarzenia. Niewątpliwie memy mają ogromny wpływ na kształtowanie opinii i postaw oglądających je osób, które zaczynają postrzegać rzeczywistość tylko przez pryzmat drwin i krytyki wszystkiego i wszystkich, co pośrednio wiąże się z sygnalizowanym od lat problemem społecznym w postaci braku autorytetów. Dotyczy to szczególnie memów komentujących bieżącą politykę czy odnoszących się do aktualnych wydarzeń. Niemniej nawet memy, które są uważane za kontrowersyjne lub obraźliwe, często stanowią wyraz wolności słowa i swobody artystycznej. W związku z tym próby ograniczenia lub cenzury memów mogą prowadzić do naruszenia praw człowieka i wolności obywatelskich.

Ważna rola krytycznego myślenia

Wiele osób zadaje sobie pytanie czy istnieje uniwersalny sposób by ustrzec się dezinformacji i szkodliwego oddziaływania fake-newsów? Niektórzy sugerują, że pomoc może całkowite zrezygnowanie z oglądania oraz słuchania mediów tradycyjnych wsparte odłączeniem się od Internetu. Faktycznie, wyeliminowanie największych źródeł „informacyjnej trucizny” stłumi większość zagrożenia. Niestety nie całe zagrożenie, ponieważ pozostaną jeszcze nasi znajomi i rodzina, czyli bezpośrednie kontakty towarzyskie, które także stanowią swoisty kanał rozpowszechniania nieprawdziwych informacji, przez osoby, które już uległy zgubnemu wpływowi zmanipulowanych komunikatów i czują wielką potrzebę podzielenia się z najbliższymi swoją nową wiedzą.

Z uwagi na fakt, że powyższe rozwiązanie jest trudne do wdrożenia, pozostają nam inne działania, jednak ich skuteczność w dużej mierze będzie zależała od naszej **uważności**, **ostrożności** i przede wszystkim gotowości do ciągłej nauki – najlepiej na błędach innych, niż na swoich.

Poniżej czytelnik znajdzie kilka możliwych ścieżek reagowania, które zdaniem specjalistów (zarówno polecanych przez psychologów jak i ekspertów ds. cyber-bezpieczeństwa) przyczyniają się do minimalizowania szkód wywołanych przez dezinformację i fake-newsy.

Zasada ograniczonego zaufania sprawdza się nie tylko w ruchu drogowym, ale także podczas poruszania po medialnych infostradach i bezdrożach Internetu.

Musimy powtarzać do znudzenia, sobie i najbliższym: „nie ufaj bezgranicznie temu co widzisz lub słyszysz w mediach”! W trenowaniu nawyku krytycznego myślenia pomoże zadawanie sobie kilku pytań kontrolnych np.:

- „*kto rozpowszechnia daną informację i czy mogę mu ufać?*”,
- „*jaka jest waga tej informacji dla mnie?*”,
- „*czy ta informacja może mieć wpływ na mnie i moje zdrowie, finanse, wybory polityczne lub życiowe, a nawet światopogląd?*”,
- „*czy rozpowszechnianie danej informacji może przynieść korzyści osobom lub podmiotom ją przekazującym?*” itp.,

Tworzenie podobnych pytań i poszukiwanie odpowiedzi będzie nie tylko ćwiczeniem szarych komórek, ale z czasem stanie się swoistym wentylem bezpieczeństwa przed fake-newsami, półprawdami, post-prawdą i wszelkimi innymi manipulacjami. Nawet jeśli będzie to wiązać się z przywołaniem pesymistycznych słów Nietzchego¹²: „Nie jestem zły, że mnie okłamałeś. Jestem smutny, że od teraz nie mogę Ci uwierzyć”. Lepiej czasami nie uwierzyć mediom czy Internetowi i być chwilowo tylko smutnym, niż ostatecznie oszukanym, chorym lub okradzionym, a tym samym zropanczonym i pokrzywdzonym.

¹² Friedrich Wilhelm Nietzsche – niemiecki filozof, filolog klasyczny, prozaik i poeta (1844-1900).

Fact-checking – sprawdzanie źródeł

Samodzielne sprawdzenie pochodzenia tzw. „podejrzanej” informacji oraz przesłanek stojących za osobami (mediami) ją upowszechniającymi bywa czasochłonne i wymaga umiejętności przeszukiwania sieci Internet, a niekiedy także specjalistycznej wiedzy z obszaru tematycznego, którego dotyczy dana informacja. Jeśli nie mamy wolnego czasu lub nie czujemy się wystarczająco kompetentni by samodzielnie przeglądać Internet weryfikując źródła i poszukując kontekstu, wtedy możemy skorzystać z pomocy osób oraz instytucji wyspecjalizowanych w weryfikacji, czyli fact-checkingu (z ang. sprawdzanie faktów).

Instytucje fact-checkingowe (najczęściej organizacje pozarządowe, oddziały placówek naukowo-badawczych, urzędów Unii Europejskiej czy ONZ, dedykowane zespoły przy redakcjach największych mediów i wydawców, a niekiedy nawet komórki podmiotów administracji państwowej) prowadzą dedykowane strony internetowe (niekiedy także konta na platformach społecznościowych), na których publikują analizy i efekty sprawdzania wiarygodności określonych treści, czyli **demaskują kłamstwa i fake-newsy**.

Wśród najpopularniejszych w Polsce znajdziemy m.in.:

- **www.demagog.org.pl** – prowadzony przez Stowarzyszenie DEMAGOG;

- **www.oko.press** – Fundacja Ośrodek Kontroli Obywatelskiej „OKO”;
- **www.odfejkuj.info** – Fundacja Ośrodek Analiz Cegielskiego;
- **www.konkret24.tvn24.pl** – TVN S.A.;
- **www.demaskator24.pl** – projekt Agencji Informacyjnej Polska Press (AIP);
- **sprawdzam.afp.com/list** – projekt francuskiej agencji informacyjnej Agence France-Presse (AFP);
- **www.fakenews.pl** – portal prowadzony w ramach działań Fundacji „Przeciwdziałamy Dezinformacji” i wiele innych;

Z uwagi na rosnącą popularność samego zjawiska dezinformacji pojawia się coraz więcej osób i organizacji starających się upowszechniać wiedzę na temat potencjalnych zagrożeń, jak i ujawniać zidentyfikowane kłamstwa, które funkcjonowały lub nadal są obecne w przestrzeni publicznej. W związku z powyższym przywołana lista jest przykładowa i powinna być samodzielnie rozwijana i uzupełniana przez każdego świadomego użytkownika/konsumenta mediów.

Niemniej należy cały czas pamiętać, że rozwój samego zagrożenia dezinformacją i fake-newsami, powoduje, że coraz częściej można spotkać przysłowiowego „wilka w owczej skórze” lub tzw. „diabła, który ornat ubrał i na mszę ogonem dzwoni”. Krótko mówiąc zdarzają się przypadki, że sami manipulatorzy i dezinformatorzy najgłośniej krzyczą „łapać złodzieja”, czyli twórcę fake-newsa, ponieważ w ten sposób, niejako podnosząc poważny problem i wskazując uchybienia u

innych, odwracają uwagę od swoich niecznych czynów w tym obszarze.

Łatwo wyobrazić sobie sytuację, gdy jakaś telewizja lub medium cyfrowe, czyli np. internetowy portal informacyjny jest wyraźnie zaangażowany po jednej ze stron sceny politycznej, wtedy w jego części poświęconej fake-newsom, znajdziemy wyłącznie wpisy ujawniające nadużycia konkurencji i przeciwników politycznych. **Dlatego zanim w pełni zaufamy jakiejś instytucji weryfikującej, powinniśmy poświęcić trochę czasu na zapoznanie się z jej zespołem i historią, sposobem finansowania i ostatecznie przejrzeniem wielu demaskujących analiz by wyrobić sobie opinię o jej rzetelności i bezstronności.**

Sposób na fake-newsa

Do zjawiska dezinformacji można przyrównać niechcianą i nachalną reklamę: była, jest i będzie. Jesteśmy świadomi jej obecności, a część z nas uruchomiła mechanizmy obronne, np. nie rejestrujemy i nie zapamiętujemy treści większości reklam.

Analogiczne procesy możemy zaobserwować przy zjawisku dezinformacji, które współcześnie jest jednym z większych wyzwań przestrzeni medialnej, szczególnie tej cyfrowej. Trwają liczne kampanie uświadamiające i edukacyjne (prowadzone nie tylko przez organizacje pozarządowe, ale także przez rząd i samorząd, a także same redakcje i koncerny medialne), zatem zaczynamy być świadomi zagrożenia i powoli je oswajamy, uznając niejako, że jest i będzie to nieodłączna

część cyfrowego świata i tym samym naszego codziennego życia.

Część z nas dość arbitralnie i pesymistycznie zakłada, że wszyscy kłamią przyjmując na wstępie pozycje obronne akcentując swą nieufność przy jednoczesnym unikaniu zbyt intensywnych interakcji, zwłaszcza tych internetowych. Jednak zdecydowana większość z nas to jednostki społeczne, czerpiące przyjemność z obcowania z innymi osobami, także w wirtualnej sieci - czytamy i reagujemy na komunikaty innych użytkowników. Jak zatem funkcjonować by nie narażać się na niszczący wpływ dezinformacji i manipulacyjną treścią komunikatów?

Oczywiście, poza wspomnianym już medialnym detoksem, optymalnym wyjściem jest ciągła, nigdy niekończąca się edukacja medialna i mozolna, ale skuteczna weryfikacja źródeł, zwłaszcza w sytuacjach, gdy dana informacja (lub dezinformacja) może mieć wpływ na podejmowane przez nas decyzje – zawodowe, zdrowotne, polityczne, rodzinne, finansowe itd.

Jeśli jednak okoliczności nie sprzyjają często żmudnej i czasochłonnej weryfikacji źródeł, można skorzystać z poniższego swoistego mini algorytmu ostrzegającego przed potencjalnym zagrożeniem.

3 Pytania wspomagające rozpoznanie **potencjalnie szkodliwych lub manipulacyjnych treści** w przestrzeni informacyjnej / medialnej:

1) Czy informacja dotyczy najbardziej wrażliwych tematów tj. zdrowia, pieniędzy lub szeroko rozumianego szczęścia/dobrostanu (polityki lub światopoglądu)?

2) Czy przekazywana informacja wywołuje u Ciebie silne emocje, np. lęk, zaburza poczucie bezpieczeństwa i tym samym zachęca do podjęcia natychmiastowych zdecydowanych działań lub niejako wymusza radykalizację opinii (zajęcie stanowiska / wypowiedzenie się po jednej ze stron)?

3) Czy informacja zawiera gotowe rozwiązanie problemów, obiecuje natychmiastowy i korzystny efekt – poprawę stanu obecnego?

Jeśli na powyższe pytania uzyskamy odpowiedzi twierdzące, wtedy daną informację powinniśmy potraktować ze szczególną ostrożnością, wręcz granicząca z nieufnością i brakiem wiary w jej autentyczność, a przynajmniej zakładać jej manipulacyjny lub skrajnie perswazyjny charakter. Ostrożność przeważnie nie niesie ze sobą negatywnych konsekwencji, a zyskujemy pewność, że nie zostaliśmy zmanipulowani i wykorzystani. Ponadto dajemy sobie czas na jej weryfikację i spokojną ocenę treści oraz nadawcy i towarzyszącego kontekstu.

Dlatego warto pamiętać o triadzie bezpieczeństwa w ocenie przekazu informacyjnego, czyli jeśli zidentyfikujesz **wrażliwy temat**, pojawią się **silne emocje** i dodatkowo sugerowane jest **gotowe rozwiązanie** – wtedy powinna zapalić się nam przysłowiowa lampka ostrzegawcza: ta informacja może być podejrzana o próbę nieuprawnionego wpływu na

Nasze postawy/opinie/zachowania. Ważna jest wtedy **cierpliwość i niepodejmowanie żadnych decyzji pod wpływem chwili** (dbanie o własny czas do namysłu).

Podsumowanie

W dzisiejszych czasach, zarówno fake-newsy jak i szeroko rozumiane procesy dezinformacji są powszechne w mediach, szczególnie tych tworzonych w Internecie, co może prowadzić do poważnych konsekwencji, takich jak pogorszenie relacji międzyludzkich, nierzetelne podejmowanie decyzji i rozprzestrzenianie się nieprawdziwych informacji.

By chronić się przed fake-newsami oraz dezinformacją w Internecie oraz mediach tradycyjnych należy przestrzegać kilku kluczowych zasad:

Korzystaj z wiarygodnych źródeł informacji: Zwracaj uwagę na źródła informacji, z których systematycznie korzystasz – porównuj z konkurencyjnymi mediami by sprawdzić sposób przekazywania (w mediach społecznościowych nie ograniczaj się do kont (osób/organizacji), które są jedynie agregatorami treści i działają głównie dla zasięgów i przychodów z reklam).

Weryfikuj źródła: Przed podjęciem decyzji na podstawie określonej informacji, należy zweryfikować jej źródło. Sprawdź, czy nadawca/twórca informacji jest godny zaufania i czy informacja jest potwierdzona przez inne wiarygodne źródła.

Sprawdzaj fakty: Jeśli coś wydaje się zbyt idealne, by było prawdziwe, to prawdopodobnie tak właśnie jest. Sprawdź fakty i liczby, aby upewnić się, że informacje, które otrzymujesz, są rzetelne.

Nie wierz wszystkiemu, co widzisz lub słyszysz w mediach/w Internecie: Nie wszystkie informacje są prawdziwe. Czasami dezinformacja może być celowo rozprzestrzeniana, aby osiągnąć określony cel lub wzmocnić określoną narrację.

Zwracaj uwagę na kontekst: Często dezinformacja jest rozprzestrzeniana poprzez wyjęcie informacji z kontekstu. Upewnij się, że masz pełny obraz i rozumiesz kontekst informacji, którą otrzymałeś.

Bądź ostrożny z udostępnianiem informacji: Upewnij się, że przed udostępnieniem jakiegokolwiek informacji, zweryfikowałeś jej źródło i sprawdziłeś, czy jest to rzetelna informacja.

Korzystaj z organizacji/narzędzi fact-checkingowych: Narzędzia do sprawdzania faktów pomogą Ci w zweryfikowaniu informacji i potwierdzeniu ich wiarygodności.

Podsumowując, aby chronić się przed dezinformacją w Internecie, warto weryfikować źródła, sprawdzać fakty, korzystać z wiarygodnych źródeł informacji, zwracać uwagę na kontekst, używać narzędzi fact-checkingowych, czyli cały czas budować swoją **świadomość medialno-informacyjną**.

Ochrona przed dezinformacją

- >> Korzystaj z wiarygodnych źródeł informacji
- >> Sprawdzaj i weryfikuj źródła
- >> Nie wierz wszystkiemu, co widzisz lub słyszysz w mediach/w Internecie
- >> Zwracaj uwagę na kontekst
- >> Bądź ostrożny z udostępnianiem informacji
- >> Korzystaj z organizacji/narzędzi pomagających w sprawdzaniu faktów

Najważniejsza zasada – bądź krytyczny

Zasada ograniczonego zaufania sprawdza się nie tylko w ruchu drogowym, ale także podczas poruszania po medialnych infostradach i bezdrożach Internetu.