

Akcja - edukacja!

Rozpoznawanie dezinformacji i fake newsów






Przewodnik dla seniorów w walce z dezinformacją



KRÓTKI OPIS CELU BROSZURY

Ta broszura powstała z myślą o osobach starszych, które coraz częściej korzystają z Internetu, mediów społecznościowych i telefonów komórkowych, aby być w kontakcie z rodziną, znajomymi i światem. Wraz z łatwym dostępem do informacji pojawia się jednak zagrożenie – fałszywe wiadomości, czyli tzw. fake newsy, oraz celowe wprowadzanie ludzi w błąd (dezinformacja).

Celem tego materiału jest:

-  **zwiększenie świadomości seniorów** na temat tego, jak działa dezinformacja i jakie mogą być jej skutki,
-  **pokazanie prostych sposobów rozpoznawania nieprawdziwych treści** – tak, by łatwiej odróżniać fakty od manipulacji,
-  **nauczenie krytycznego podejścia do informacji** w Internecie, telewizji czy gazetach,
-  **wzmocnienie pewności siebie** w korzystaniu z nowych technologii i mediów,
-  **ochrona przed manipulacją** i nieuczciwymi praktykami, które mogą dotknąć każdego – niezależnie od wieku.

Broszura kierowana jest głównie do osób starszych, ale także do ich rodzin i opiekunów. Podkreślamy w niej, że świadome korzystanie z Internetu i mediów to nie tylko ochrona przed fałszywymi wiadomościami, lecz także sposób na spokojniejsze i bezpieczniejsze życie.

Broszura powstała w ramach projektu pn.: Akcja - edukacja!
który jest współfinansowany ze środków Samorządu
Województwa Mazowieckiego

NAJCZĘSTSZE METODY DEZINFORMACJI W POLSKIEJ PRZESTRZENI INFORMACYJNEJ

Współczesne kampanie dezinformacyjne nie ograniczają się jedynie do rozpowszechniania fałszywych wiadomości – ich głównym celem jest dzielenie społeczeństwa i wzbudzanie silnych emocji. Osoby i grupy prowadzące takie działania starają się wpływać na opinię publiczną, narzucając narracje oparte na lęku, poczuciu zagrożenia czy nieufności wobec nauki.

👉 Polaryzacja społeczeństwa

Dezinformacja często bazuje na antagonizowaniu Polaków poprzez podsycanie sporów politycznych, światopoglądowych czy społecznych. Tworzy się obrazy „wroga” – obcego, niebezpiecznego, innego. To mechanizm, który łatwo prowadzi do niechęci i konfliktów.



👉 Wzniesienie strachu i paniki

Częstą techniką jest manipulowanie poczuciem zagrożenia. Mogą to być fałszywe ostrzeżenia o katastrofach, zagrożeniu radiacyjnym czy rzekomym kryzysie bezpieczeństwa. Takie przekazy mają na celu szokowanie odbiorców i utrudnianie racjonalnego myślenia.

👉 Wskazywanie winnych i szerzenie nienawiści

Celem dezinformacji bywa także stygmatyzowanie określonych grup – narodowych, religijnych, etnicznych, czy niepełnosprawnością.

👉 Długofalowe działania podważające fakty

Najgroźniejsza dezinformacja to ta, która działa powoli i konsekwentnie. Nawet jeśli istnieją jednoznaczne dowody, fałszywe narracje potrafią zasiać ziarno wątpliwości i z czasem zmienić nastawienie ludzi. Tak było w przypadku

szczepień – początkowo pojedyncze fake newsy, powtarzane i wzmacniane, doprowadziły do rosnącej niechęci wobec całego systemu szczepień ochronnych.

👉 **Zamazywanie granicy między informacją a opinią**

W dzisiejszej kulturze medialnej wiele osób ma trudność w odróżnieniu faktów od subiektywnych komentarzy. W efekcie rośnie nieufność wobec tradycyjnych źródeł wiedzy – gazet, radia, telewizji czy instytucji naukowych. To sprawia, że odbiorcy stają się bardziej podatni na manipulację i przekazy, które grają na emocjach, a nie na faktach.

NAJCZĘŚCIEJ STOSOWANE METODY DEZINFORMACJI – OPIS, PRZYKŁAD I JAK JE ROZPOZNAĆ



👉 **Automatyczne konta (boty)**

podbijające zasięgi

Co to jest: Programy sterujące wieloma kontami, które masowo udostępniają lub lajkują tę samą treść, żeby wyglądała na popularną.

Przykład: Post o rzekomym zagrożeniu zdrowotnym, który w ciągu kilku minut zdobywa tysiące „udostępnień” od podobnych kont.

Jak wykryć: Nagły, szybki wzrost reakcji, niewiele informacji na profilach udostępniających (brak zdjęć, mało postów, losowe nazwy).

👉 **Zorganizowane trolle tworzące wrażenie zgodności**

Co to jest: Ludzie lub grupy celowo kształtujące dyskusję – komentują, podbijają fałszywe narracje i udają, że pogląd ma szerokie poparcie.

Przykład: Wątki na forach, gdzie wielu użytkowników powiela tę samą wersję wydarzeń lub atakuje krytyków.

Jak wykryć: Powtarzające się argumenty, agresywny ton, konta aktywne w podobny sposób w wielu tematach.

👉 Manipulacja kontekstem

Co to jest: Pobrane obrazy lub nagrania z innego wydarzenia przedstawione jako dokumentujące coś zupełnie innego.

Przykład: Zdjęcie zza granicy podpisane jako scena z lokalnego protestu.

Jak wykryć: Sprawdź datę i źródło zdjęcia, użyj wyszukiwania obrazem, aby znaleźć oryginał.

👉 Wywoływanie podziałów przez drażliwe tematy

Co to jest: Eksploatowanie społecznie wrażliwych kwestii (np. stosunek do obcokrajowców, mniejszości) w celu wzbudzenia emocji i konfliktu.

Przykład: Seria postów przedstawiających jedną grupę jako zagrożenie dla „naszego” bezpieczeństwa.

Jak wykryć: Poczucie „my vs oni”, silne, uproszczone komunikaty, brak źródeł potwierdzających.

👉 Przedstawianie skrajnych poglądów jako powszechnej normy

Co to jest: Pokazywanie skrajnych lub marginalnych opinii tak, jakby były powszechnie podzielane.

Przykład: Twierdzenie, że „wszyscy” obywatele popierają radykalne rozwiązanie, mimo braku danych.

Jak wykryć: Brak badań lub statystyk potwierdzających twierdzenie, „wszyscy” i „nikt” to podejrzane słowa.

👉 Uogólnienia i generalizacje

Co to jest: Wyciąganie szerokich wniosków na podstawie pojedynczych przypadków lub niewielkiej próbki.

Przykład: „Kilka skarg = wszyscy usługodawcy są oszustami”.

Jak wykryć: Pytaj o skalę danych – ile przypadków, jakie źródła, czy są dowody przeciwnie?

👉 Proste manipulacje obrazu

Co to jest: Łatwe do wykonania przeróbki zdjęcia lub wideo – przycinanie, zmiana podpisu, lekkie retusze – by zmienić znaczenie.

Przykład: Przycięte nagranie, które wygląda jak potwierdzenie konkretnego działania osoby publicznej.

Jak wykryć: Szukaj oryginału materiału, sprawdź źródła i pełne wersje nagrań.



👉 Zaawansowane manipulacje wideo

Co to jest: Sztuczna inteligencja nakładająca czyjąś twarz lub głos na cudzy materiał w sposób bardzo realistyczny.

Przykład: Filmik, w którym znana osoba „mówi” słowa, których nigdy nie powiedziała.

Jak wykryć: Nienaturalne ruchy

twarzy, dziwna synchronizacja ust, sprawdź oficjalne komunikaty zainteresowanej osoby.

👉 Prezentowanie fałszu jako samodzielnego, niezależnego „myślenia”

Co to jest: Sugerowanie, że dana treść powstała w wyniku krytycznego namysłu – a w rzeczywistości to powtarzany, zmanipulowany przekaz.

Przykład: Artykuł opisany jako „niezależne odkrycie”, chociaż opiera się na wątpliwych źródłach.

Jak wykryć: Sprawdź źródła cytowane w tekście – czy są rzetelne i niezależne?

👉 Fabrykowanie „ekspertów” i autorytetów

Co to jest: Tworzenie fikcyjnych specjalistów lub przedstawianie osób niemających kwalifikacji jako autorytetów.

Przykład: Cytowanie „profesora” z nieistniejącego uniwersytetu.

Jak wykryć: Weryfikuj afiliacje – nazwisko eksperta, instytucję, publikacje.

👉 Erozja zaufania do instytucji

Co to jest: Celowe podważanie wiarygodności rządu, mediów, nauki lub organizacji międzynarodowych, by zasiać niepewność.

Przykład: Stałe przypisywanie złych intencji bez twardych dowodów.

Jak wykryć: Szukaj rzetelnych źródeł i analiz eksperckich, oddziel krytykę uzasadnioną od ogólnych oskarżeń.

👉 Wybiórcze cytowanie danych

Co to jest: Sięganie po wybrane fragmenty badań lub statystyk, które potwierdzają tezę, i pomijanie reszty, która jej przeczy.

Przykład: Cytowanie jednej sprzecznej danej z raportu, by zaprzeczyć całości dowodów.

Jak wykryć: Sprawdź pełne badanie lub kontekst statystyk, nie tylko wyrwane fragmenty.

👉 Dowód anegdotyczny (opowieści zamiast danych)

Co to jest: Przekonywanie przez opowieść jednej osoby (anonimowej lub niezweryfikowanej) zamiast przez rzetelne badania.

Przykład: „Mój sąsiad tak miał” zamiast statystyk lub badań.

Jak wykryć: Anegdoty nie zastępują badań – sprawdź, czy są potwierdzone większymi danymi.

👉 Tworzenie „strachów”

Co to jest: Przerysowywanie lub fałszywe przypisywanie poglądów przeciwnikowi po to, by je łatwo obalić lub wyśmiać.

Przykład: Przytoczenie skrajnego stwierdzenia, którego przeciwnik nigdy nie wygłosił, i atakowanie jego „logiki”.



Jak wykryć: Szukaj oryginalnych wypowiedzi – czy cytat jest rzeczywisty?

👉 Ośmieszanie i umniejszanie problemu

Co to jest: Bagatelizowanie ważnych zagadnień poprzez żart, szyderstwo lub umniejszanie ich znaczenia.

Przykład: Przemilczanie doniesień o realnym zagrożeniu przez opisywanie ich jako „panikę medialną”.

Jak wykryć: Zwróć uwagę, czy argumentacja zawiera rzetelne dowody, a nie tylko ton lekceważenia.



👉 Odwracanie uwagi

Co to jest: Odpowiedź polegająca na zarzuceniu rozmówcy hipokryzji, zamiast odniesienia się do tematu.

Przykład: „Zamiast mówić o tej aferze, powiedz, czemu wy nie zrobiliście tego wcześniej”?

Jak wykryć: Sprawdź, czy odpowiedź dotyczy meritum, czy tylko zmienia temat.

👉 Podrzucanie i promowanie słabej jakości „lokalnych” portali

Co to jest: Kreowanie lub wzmacnianie serwisów udających lokalne media, które publikują nierzetelne treści.

Przykład: Strona wyglądająca jak regionalny serwis informacyjny, ale powielająca niezweryfikowane plotki.

Jak wykryć: Sprawdź redakcję, źródła finansowania i powiązania – rzetelne media mają przejrzyste dane kontaktowe i redakcję.

👉 Wzmacnianie treści emocjonalnych (opinie i cytaty)

Co to jest: Propagowanie materiałów, które raczej poruszają uczucia niż przedstawiają fakty – pytania, prowokacyjne cytaty, dramatyczne nagłówki.

Przykład: „Czy to koniec naszej wolności?” zamiast rzeczowej analizy sytuacji.

Jak wykryć: Rozróżniaj emocjonalne nagłówki od merytorycznych treści, sprawdź fakty w tekście.

👉 Zalew argumentów

Co to jest: Podawanie bardzo wielu „dowodów” w krótkim czasie, by przytłoczyć oponenta i uniknąć rzetelnej dyskusji.

Przykład: Lista wielu „badań”, z których każde jest wyrwane z kontekstu.

Jak wykryć: Poproś o weryfikację pojedynczych pozycji, żądaj źródeł i kontekstu dla każdego „dowodu”.

👉 Przywracanie odrzuconych, emocjonujących tez

Co to jest: Powtarzanie starych, wielokrotnie obalonych twierdzeń, które jednak wciąż wzbudzają silne reakcje.

Przykład: Przywoływanie mitów o szkodliwości szczepień mimo badań.

Jak wykryć: Sprawdź, czy dana teza została już zbadana i obalona przez ekspertów, sprawdź daty i źródła.

Krótkie wskazówki na koniec:

- Zawsze sięgaj do źródła, sprawdź pierwotne miejsce publikacji.
- Porównuj informacje, nie opieraj się na jednym artykule czy wpisie.
- Zadaj pytania: kto to napisał, skąd pochodzi, kiedy powstało i jaki miał cel, pomoże to odróżnić fakty od manipulacji.
- Jeśli treść wywołuje silne emocje, zweryfikuj ją jeszcze raz przed udostępnieniem.



**ZAWSZE SZUKAJ
ORYGINALNEGO
ŹRÓDŁA INFORMACJI**



**PORÓWNUJ –
NIE OPIERAJ SIĘ
TYLKO NA JEDNYM
TEKŚCIE LUB POŚCIE**



**PYTAJ „KTO, SKĄD,
KIEDY, DLACZEGO” –
TO POMAGA ODDZIELIĆ
FAKT OD MANIPULACJI**



**JEŚLI COŚ WZBUDZA
SILNE EMOCJE, SPRAWDŹ
TO DWUKROTNIE,
ZANIM UDOSTĘPNISZ**

DEFINICJA FAKE NEWSÓW

Kolejnym groźnym zjawiskiem są fake newsy, czyli „nieprawdziwe lub celowo zniekształcone informacje, które mogą wprowadzać w błąd odbiorców”.

Fake newsy nie zawsze są łatwe do rozpoznania – mogą przyjmować formę artykułów, postów w mediach społecznościowych, memów, filmów czy wiadomości wideo. Ich wspólnym celem jest manipulacja opinią publiczną, wywołanie emocji lub osiągnięcie korzyści politycznych, finansowych bądź społecznych.

PRZYKŁADY REALNYCH SKUTKÓW FAKE NEWSÓW

PRZYKŁADY REALNYCH SKUTKÓW FAKE NEWSÓW



👉 Wybory polityczne – kampanie dezinformacyjne w mediach społecznościowych miały wpływ na wyniki wyborów w wielu krajach, w tym m.in. w USA i Europie.

👉 Kryzysy humanitarne – fake newsy o zagrożeniach czy rzekomych incydentach w regionach konfliktów zbrojnych powodowały panikę i masowe przesiedlenia ludzi.

👉 Rynek finansowy – fałszywe informacje o firmach lub produktach mogą prowadzić do gwałtownych spadków lub wzrostów cen akcji, generując straty finansowe.

CECHY CHARAKTERYSTYCZNE FAKE NEWSÓW

👉 Sensacyjne nagłówki

- Nagłówki mają na celu przyciągnąć uwagę i wywołać silną reakcję emocjonalną, często nie odzwierciedlają treści artykułu.
- Przykład: „SZOK! To, co odkryli naukowcy, zmieni wszystko”

👉 Brak źródeł lub nieznane źródła

- Artykuły często nie podają żadnych źródeł informacji lub odwołują się do anonimowych „źródeł bliskich sprawie”.
- Ważne jest sprawdzanie, czy informacje pochodzą z wiarygodnych instytucji, publikacji lub ekspertów.

👉 Emocjonalny język, manipulacja strachem lub gniewem

- Fake newsy często używają wyrażen mających wywołać silne emocje: strach, złość, współczucie.
- Celem jest skłonienie odbiorcy do szybkiego podjęcia decyzji lub podzielenia się informacją bez sprawdzenia faktów.

KRYTERIA OCENY WIARYGODNOŚCI ŹRÓDEŁ

Autor

- Czy wiadomo, kto napisał artykuł?
- Czy autor ma doświadczenie lub kwalifikacje w danej dziedzinie?

Data

- Sprawdź datę publikacji – czasem stare informacje są przedstawiane jako aktualne.

Źródło

- Czy źródło jest znane i renomowane?
- Czy inne, wiarygodne media potwierdzają tę informację?

NIE DAJ SIĘ ZMANIPULOWAĆ – SPRAWDZAJ!

Fałszywe wiadomości często są przygotowane tak, by wywołać emocje i od razu przykuć naszą uwagę. Zanim w nie uwierzysz lub udostępnisz dalej, zatrzymaj się na chwilę i zadaj sobie kilka prostych pytań.

👉 Sprawdź medium, czyli kto do Ciebie mówi

- Czy to źródło jest znane i uznawane za rzetelne?
- Kto finansuje tę stronę, gazetę czy program?
- Czy kojarzysz autorów tekstów? Czy są wiarygodni?
- Jeśli to strona internetowa:
 - czy adres (domena) wygląda normalnie, np. *.pl*, *.gov.pl*, a nie dziwnie brzmiące kombinacje liter?
 - czy strona wygląda profesjonalnie, czy raczej przypomina amatorski blog pełen reklam?

Przykład: Strona o zdrowiu z adresem „super-leczenie-24.biz” może nie być dobrym źródłem wiedzy.

CECHY CHARAKTERYSTYCZNE FAKE NEWSÓW



SENSACYJNE NAGŁÓWKI



BRAK ŹRÓDEŁ LUB NIEZNANE ŹRÓDŁA



EMOCJONALNY JĘZYK, MANIPULACJA STRACHEM LUB GNIEWEM

👉 Przyjrzyj się treści przekazu

- Czy tytuł jest sensacyjny, krzyczy: „Szok!”, „Nikt Ci tego nie powie!”, „Pilne!”?
- Czy nagłówek pasuje do tego, co faktycznie napisano w artykule?
- Czy tekst jest chaotyczny, emocjonalny, pełen wykrzykników i subiektywnych komentarzy?
- Czy autor miesza fakty z opiniami, zamiast je oddzielać?
- Czy obiecuje bardzo proste rozwiązania trudnych problemów?
- Czy upraszcza rzeczywistość i opiera się na stereotypach lub uprzedzeniach?

- Czy widać, że tekst ma w Tobie wzbudzić strach, złość albo poczucie zagrożenia?
- Czy autor powołuje się na konkretne źródła, które można łatwo sprawdzić?
- Czy artykuł nie próbuje dodatkowo „pociągnąć za serce” mocnymi, dramatycznymi zdjęciami?

Przykład: Artykuł zaczynający się od „Lekarze nie chcą, żebyś to wiedział!” zamiast przedstawiać rzetelne dane, prawdopodobnie gra na emocjach.

Zapamiętaj:

👉 Wiarygodna informacja to taka, którą możesz sprawdzić w kilku niezależnych źródłach.

👉 Jeśli coś brzmi zbyt sensacyjnie, żeby było prawdziwe – najczęściej takie właśnie jest.

JAK RADZIĆ SOBIE Z DEZINFORMACJĄ?

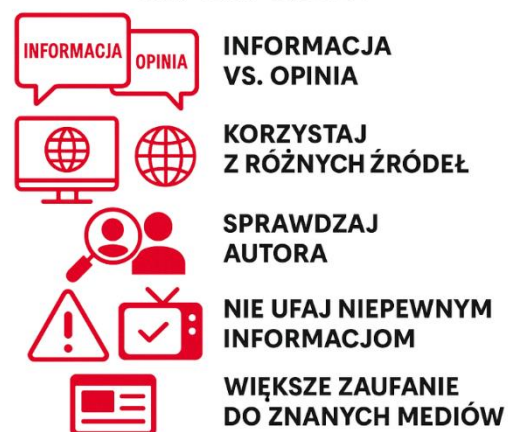
👉 Informacja versus opinia

- **Informacja** = fakt, który można sprawdzić w źródłach.
- **Opinia** = subiektywny komentarz autora.
- **Uwaga:** anonimowe źródła (np. polityczne śledztwa) są trudniejsze do zweryfikowania – traktuj je ostrożnie.

👉 Korzystaj z różnych źródeł

- Sprawdź, jak to samo wydarzenie opisują różne media (prasa, radio, portale).
- Jeśli tekst jest emocjonalny i bazuje na anonimowych źródłach → większe ryzyko manipulacji.

JAK RADZIĆ SOBIE W ŚWIECIE PEŁNYM FAŁSZYWYCH INFORMACJI?



👉 Sprawdzaj autora

- Zwróć uwagę, kto publikuje treść:
 - znane medium (gazeta, radio)
 - ekspert/osoba publiczna
 - anonimowy profil z żartobliwym pseudonimem
- To pierwszy sygnał wiarygodności.

👉 Nie ufaj niepewnym informacjom

- Jeśli nie da się sprawdzić informacji → nie przyjmuj jej bezkrytycznie.
- Zasada: „Nie wiem = nie udostępniam”.



**DOCIERAJ
DO ŹRÓDEŁ**



**UWAŻAJ
NA ZDJĘCIA
I FILMY**



**ODDZIELAJ
SATYRĘ
OD INFORMACJI**



**SCEPTYCYZM WOBEC
TEORII SPISKOWYCH**



**OSTROŻNIE Z
INTERNETOWYMI
SONDAŻAMI**

👉 Większe zaufanie do znanych mediów

- Znane media dbają o swoją reputację bardziej niż anonimowi internauci.
- Renomowani dziennikarze i eksperci są odpowiedzialni za treści.
- Ale nawet oni mogą być stronniczy → czytaj krytycznie.

👉 Docieraj do źródeł

- Pytaj: Na czym opiera się ta informacja?
- Sprawdź datę publikacji → stare wiadomości mogą być przedstawiane jako „nowe”.

👉 Uważaj na zdjęcia i filmy

- Zdjęcie ≠ dowód. Może być:
fotomontażem, prawdziwe, ale z błędnym podpisem.
- Jak sprawdzić: przeczytaj dokładnie podpis, sprawdź datę pierwszej publikacji (Google Images, TinEye), liczba udostępnień ≠ prawda.

👉 Oddzielaj satyrę od informacji

- Niektóre strony publikują treści dla żartu lub prowokacji.
- Mogą wyglądać jak prawdziwe artykuły → czytaj uważnie.

👉 Ostrożnie z internetowymi sondażami

- Ankiety online łatwo oszukać (jedna osoba może głosować wiele razy).
- Poważne badania muszą zawierać informacje o próbie, metodzie i błędzie statystycznym.
- Brak metodologii = niewiarygodne.

👉 Sceptycyzm wobec teorii spiskowych

- Często powołują się na „tajne źródła” i mają krzykliwe tytuły („Szokująca prawda o...”).
- Traktuj je jako sensacyjne interpretacje, nie fakty.

Podsumowanie praktyczne

- Sprawdzaj źródło i autora.
- Porównuj wiadomości z kilku niezależnych mediów.
- Uważaj na treści emocjonalne i anonimowe.
- Bądź sceptyczny wobec teorii spiskowych i internetowych sondaży.
- Weryfikuj zdjęcia (Google Images, TinEye).
- Korzystam z fact-checkerów (Demagog.org, Snopes).
- Nie udostępniaj niesprawdzonych treści.

INFORMACJE KONTAKTOWE I DODATKOWE MATERIAŁY

- **Demagog.org** – weryfikacja fake newsów w Polsce
- **Gov.pl/bezpieczenstwo** – porady dotyczące cyberbezpieczeństwa
- **Senior.gov.pl** – materiały edukacyjne dla seniorów
- **Numery alarmowe:** 112 (nagłe zdarzenia), 997 (policja)



Wydawca:
Fundacja na Rzecz Nauki i Innowacyjności
Zdunków 27
26-920 Gniewoszków
e-mail: fni@o2.pl

Pobierz wersję on-line



**Zadanie publiczne współfinansowane ze środków
Samorządu Województwa Mazowieckiego**

**Mazowsze >> dla organizacji
pozarządowych >**

Mazowsze.
serce Polski

publikacja bezpłatna