

cybergia.pl

Aileron

Rodzaje manipulacji



Ministerstwo
Edukacji Narodowej



NAUKA DLA
SPOŁECZEŃSTWA

cybergia.pl

Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach Programu „Nauka dla Społeczeństwa II”

NIE TYLKO FAKE NEWSY

10 RODZAJÓW INFORMACJI WPROWADZAJĄCYCH W BŁĄD

propaganda 	<ul style="list-style-type: none">wykorzystywana przez rządy, korporacje i organizacje non-profit w celu kształtowania postaw, wartości i wiedzyodwołuje się do emocjimoże być pożyteczna, np. promocja zdrowego stylu życia, lub szkodliwa, np. mowa nienawiści  	treści stronicze 	<ul style="list-style-type: none">związane z jakąś ideologią, zawierają interpretację faktów, ale często podają się za bezstronneskupiają się na faktach zgadzających się z ideologiczną narracją, pomijają inneemocjonalny, pełen pasji język  
clickbait 	<ul style="list-style-type: none">przykuwające wzrok, sensacyjne nagłówki, zaprojektowane tak, by zainteresowaćczęsto wprowadzają w błąd, a treść nie ma związku z nagłówkiemnapędzają zyski z reklam  	teoria spiskowa 	<ul style="list-style-type: none">ma prosto wyjaśniać skomplikowane zagadnienia, jest odpowiedzią na strach lub niepewnośćpozornie nie do obalenia, ponieważ dowody obalające spisek uznawane są za jej potwierdzenieodrzuca ekspertów i autorytety  
treści sponsorowane 	<ul style="list-style-type: none">reklama, która wygląda jak artykułponieważ treść nie jest wyraźnie oznakowana jako reklama, może być trudno ją rozpoznaćstanowi potencjalny konflikt interesów dla organizacji zajmujących się prawdziwymi wiadomościami 	pseudonauka 	<ul style="list-style-type: none">ma prosto wyjaśniać skomplikowane zagadnienia, jest odpowiedzią na strach lub niepewnośćpozornie nie do obalenia, ponieważ dowody obalające spisek uznawane są za jej potwierdzenieodrzuca ekspertów i autorytety  
satyra i mistyfikacja 	<ul style="list-style-type: none">komentarz społeczny lub humorduże różnice w jakości, zamierzone znaczenie nie jest zawsze jasnemoże wprowadzić w zakłopotanie osoby, które uznają treść za prawdziwą 	wprowadzanie w błąd 	<ul style="list-style-type: none">miesza fakty, treści częściowo fałszywe i fałszjej celem może być informowanie, a autor(ka) nie zdaje sobie sprawy, że treść jest fałszywaprzypisywanie nieprawdy, sfabrykowane treści i mylące nagłówki 
błąd 	<ul style="list-style-type: none">nawet poważne koncerty medialne czasem popełniają błędybłędy mogą zaszkodzić marce, obrazić kogoś lub prowadzić do procesów sądowychrenomowane koncerty publikują przeprosiny 	fałsz 	<ul style="list-style-type: none">całkowicie sfabrykowana treść rozprzestrzeniana celowo, aby wprowadzać w błądwykorzystuje boty, komentarze i podszywa się pod znane markimotywacja finansowa i/lub polityczna  

WPŁYW



neutralny



średni



słaby



silny



Pieniądze



Polityka/Władza

MOTYWACJA



Humor/Zabawa



(Dez)Informacja



Pasja







Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach Programu „Nauka dla Społeczeństwa II”

NIE TYLKO FAKE NEWSY

ZASTANÓW SIĘ

propaganda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jakie emocje wywołuje ta informacja? 2. Kto może korzystać na jej rozpowszechnianiu? 3. Jakie wartości lub przekonania są promowane przez tę wiadomość?  	treści stronicze 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czy artykuł prezentuje różne punkty widzenia? 2. Jakie fakty zostały pominięte, a które podkreślone? 3. Czy język jest obiektywny czy emocjonalny?  
clickbait 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czy nagłówek wydaje się przesadzony? 2. Czy treść artykułu odpowiada nagłówkowi?  	teoria spiskowa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jakie dowody są przedstawiane na poparcie teorii? 2. Czy teoria jest możliwa do obalenia naukowo? 3. Jakie są motywy za promowaniem tej teorii?  
treści sponsorowane 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czy artykuł zawiera ukryte reklamy? 2. Jakie firmy mogą korzystać na promowaniu tej treści? 3. Czy artykuł próbuje sprzedać produkt lub usługę? 	pseudonauka 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jakie źródła naukowe są cytowane w treści? 2. Czy przedstawione informacje są sprzeczne z ogólnie przyjętą wiedzą naukową? 3. Kto skorzysta na rozpowszechnianiu tych informacji?  
satyra i mistyfikacja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czy ta treść ma bawić czy informować? 2. Jakie społeczne czy polityczne kwestie są tu poruszane? 3. Czy umiem odróżnić satyrę od poważnej wiadomości? 	wprowadzanie w błąd 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czy mogę zweryfikować informacje z niezależnych źródeł? 2. Jakie są potencjalne skutki rozpowszechniania tej informacji? 3. Jakie błędy można zidentyfikować w treści? 
błąd 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jak koncern medialny zareagował na błąd? 2. Czy można było uniknąć błędu? 3. Jakie długoterminowe skutki może nieść ze sobą ten błąd dla wiarygodności źródła? 	falsz 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jakie techniki są używane do rozpowszechniania tej informacji? 2. Jakie mogą być długoterminowe skutki tej dezinformacji? 3. Kto najbardziej skorzysta na rozpowszechnianiu tej dezinformacji?  

WPŁYW

 neutralny	 średni
 słaby	 silny

 Pieniądze	 Humor/Zabawa
 Polityka/Władza	 Pasja

MOTYWACJA

 (Dez)Informacja

NIE TYLKO FAKE NEWSY

SPRAWDŹ CZY TO NIE...

Falszywe przypisanie

Autentyczne zdjęcia, filmy lub cytaty są przypisywane niewłaściwym miejscom lub osobom

Wprowadzanie w błąd

Treść, która nie dotyczy tego, co sugerował tytuł lub podpis

Falszerstwo

Strony lub konta na Twitterze, które podszywają się pod znaną firmę lub osobę

Sfabrykowane treści

Treści takie jak statystyki, wykresy, zdjęcia i filmy, które zostały zmodyfikowane lub spreparowane

SIĘGNIJ GŁĘBIEJ

Jak poglądy polityczne i opinie wpływają na prezentację faktów i selekcję treści?

Jak łatwo jest uwierzyć w proste rozwiązania skomplikowanych problemów?

Czy potrafisz odróżnić treści sponsorowane od rzetelnych artykułów informacyjnych?

Jak emocje i sensacja wpływają na twoją uwagę i decyzje o kliknięciu w link?

Czy wiesz, że ...

- ... politycy i partie polityczne wykorzystują dezinformację do manipulowania percepcją wyborców, wprowadzając często informacje tendencyjne, niepełne lub fałszywe.
- ... wysoki stopień polaryzacji społecznej sprawia, że wyborcy są bardziej skłonni wierzyć w treści, które odzwierciedlają ich własne przekonania, nawet jeśli są one fałszywe.
- ... w epoce postprawdy emocjonalnie naładowane treści mają większy wpływ na opinie publiczne niż obiektywne i rzetelne informacje, co często prowadzi do większej wiralności, ale niekoniecznie prawdziwości przekazów.
- ... mechanizm finansowania mediów, który premiuje zasięgi i klikalność, sprzyja tworzeniu i promowaniu treści sensacyjnych, w tym dezinformacji.
- ... nadmiar informacji może prowadzić do przeładowania informacyjnego, utrudniając użytkownikom przetwarzanie i weryfikację otrzymywanych danych.
- ... algorytmy na portalach społecznościowych personalizują treści, co może sprzyjać tworzeniu „baniek informacyjnych”, gdzie użytkownicy napotykać głównie treści zgodne z ich przekonaniem.
- ... media społecznościowe są jednym z głównych źródeł dezinformacji, gdzie duża liczba użytkowników i szybki przepływ informacji sprzyjają rozpowszechnianiu fałszywych treści.