

#ABC dezinformacji

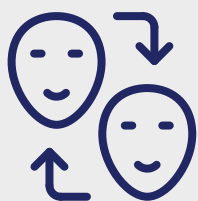
WYJAŚNIAMY POJĘCIA



FAKE – ang. słowo fake (wym. fejk) oznacza w j. pol. podróbkę, falsyfikat, oszusta, a także, że coś jest sztuczne, fałszywe, nieprawdziwe.

Zatem **FAKE NEWS** to nieprawdziwa wiadomość, fałszywa informacja, która mimo to znajduje się w obiegu informacyjnym.





DEEPPFAKE (wym. dipfejk, deep po ang. = głęboki) fałszywe materiały wizualne, które powstają dzięki sztucznej inteligencji i doskonale udają autentyczne nagrania.

<https://chronpesel.pl/wyludzenia-i-kradzieze/czym-jest-deepfake>



CHEAPFAKE (wym. czipfejk, cheap po ang. = tani) fałszywe materiały wizualne, które powstają dzięki powszechnie dostępnym narzędziom do manipulowania obrazem i głosem.

<https://polskanatle.pl/artukul/tanie-chwyty-o-duzej-sile-jak-oszukuje-nas-cheapfake>





INFOSFERA – to otoczenie informacyjne człowieka, które kształtuje jego stan mentalny i samopoczucie, a także umożliwia funkcjonowanie w społeczeństwie dzięki wymianie komunikatów. Jej częścią jest m.in. cyberprzestrzeń.



INFODEMIA – wg. definicji WHO to nadmiar informacji, w tym dezinformacji podczas epidemii. Zwłaszcza w okresie pandemii COVID-19 w infosferze pojawiło się mnóstwo nieprawdziwych informacji i teorii spiskowych szerzonych za pośrednictwem fake newsów i deepfaków dotyczących zwł. szczepionek przeciwko wirusowi.



<https://szczepimysie.pl/czym-jest-infodemia>





WOJNA KOGNITYWNA – to wojna o ludzkie umysły (kognitywny = dotyczący ludzkiej wiedzy, umiejętności uczenia się i poznawania świata). Wojna ta toczona jest za pośrednictwem całej infosfery, głównie mediów społecznościowych. Jej celem jest zmiana przekonań i zachowań zgodnie z założeniami agresora. Atakowani są konkretni obywatele, wpływowe osoby, całe grupy lub społeczeństwa. Bez zastosowania jawnej siły agresor może podporządkować sobie całe społeczeństwo lub doprowadzić do jego rozchwiania i rozpadu.

<https://www.nato.int/docu/review/pl/articles/2021/05/20/przeciwdzialanie-wojnie-kognitywnej-swiadomosc-i-odpornosc/index.html>

WIĘCEJ
INFORMACJI



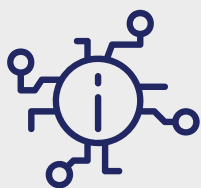


WOJNA INFORMACYJNA – to nowy typ działań wymierzonych w przeciwnika, możliwy dzięki sile Internetu, za pośrednictwem którego informacje są błyskawicznie i globalnie rozpowszechniane w celu wywołanie chaosu informacyjnego i uniemożliwienie oceny, co jest prawdą, a co fałszem. Agresorowi chodzi przy tym o spowodowanie lub pogłębienie istniejących podziałów społecznych, zmniejszenie zaufania do instytucji państwowych, wytworzenie określonych schematów myślenia i zachowania (zmanipulowanie) odbiorców informacji. Walka informacyjna toczy się w wielu sferach (polityka, kultura, gospodarka i in.).



<https://instytutcyber.pl/artykuly/wojna-informacyjna/>





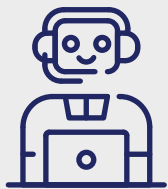
BAŃKA INFORMACYJNA – inaczej bańka filtrująca (ang. filter bubble) albo komora pogłosowa – zjawisko polegające na tym, że użytkownik Internetu otrzymuje odpowiednio spersonalizowane informacje dobierane przez algorytmy rekomendacji na podstawie jego dotychczasowych wyszukiwań i aktywności w sieci. Może doprowadzić do tzw. ślepoty informacyjnej, izolacji intelektualnej i fragmentacji społecznej, ponieważ zmniejsza szanse na dotarcie do informacji nowych, innych. Bańki filtrujące mogą wzmacniać czyjeś przekonania na różne tematy i utrudniać docieranie do faktów i rzetelnych informacji.

WIĘCEJ
INFORMACJI



<https://geex.x-kom.pl/lifestyle/co-to-jest-banka-filtrujaca/>





BOT – program internetowy, który m.in. imituje aktywność człowieka w Internecie (w serwisach społecznościowych). Obecnie coraz trudniejszy do wykrycia, wykorzystywany do prowadzenia kampanii w cyberprzestrzeni, często do rozpowszechniania treści dezinformacyjnych.



<https://www.politykabezpieczenstwa.pl/pl/a/jak-rozpoznać-bota>

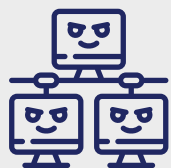




TROLL (INTERNETOWY) to człowiek – internetowy awanturnik i prowokator, zazwyczaj też dezinformator, który celowo wywołuje dyskusje i „awantury” w Internecie publikując kontrowersyjne lub obraźliwe treści, aby zdezorganizować jakieś miejsce wymiany poglądów w sieci.

<https://www.esafety.gov.au/young-people/trolling>





FARMA TROLLI lub fabryka trolli to grupa trolli internetowych, która poprzez wspólne działanie próbuje osiągnąć wyznaczony cel polegający zazwyczaj na sianiu dezinformacji, wywoływaniu niepokojów społecznych, kształtowaniu opinii publicznej i ingerencji w procesy decyzyjne. Farmy często pracują na czyjeś zlecenie, za swoją działalność otrzymują wynagrodzenie.

WIĘCEJ
INFORMACJI



<https://android.com.pl/tech/571172-polska-farma-trolli-jak-dziala-tvp/>





PERSWAZJA to sztuka przekonywania do własnych racji, namawiania, wpływania na decyzje i zachowania innych. Pod pewnymi względami każda wypowiedź jest perswazyjna. Czy odniesie pożądany skutek, zależy często od autorytetu nadawcy. Zarówno nadawca jak i odbiorca są świadomi, że ich działanie ma charakter perswazyjny.



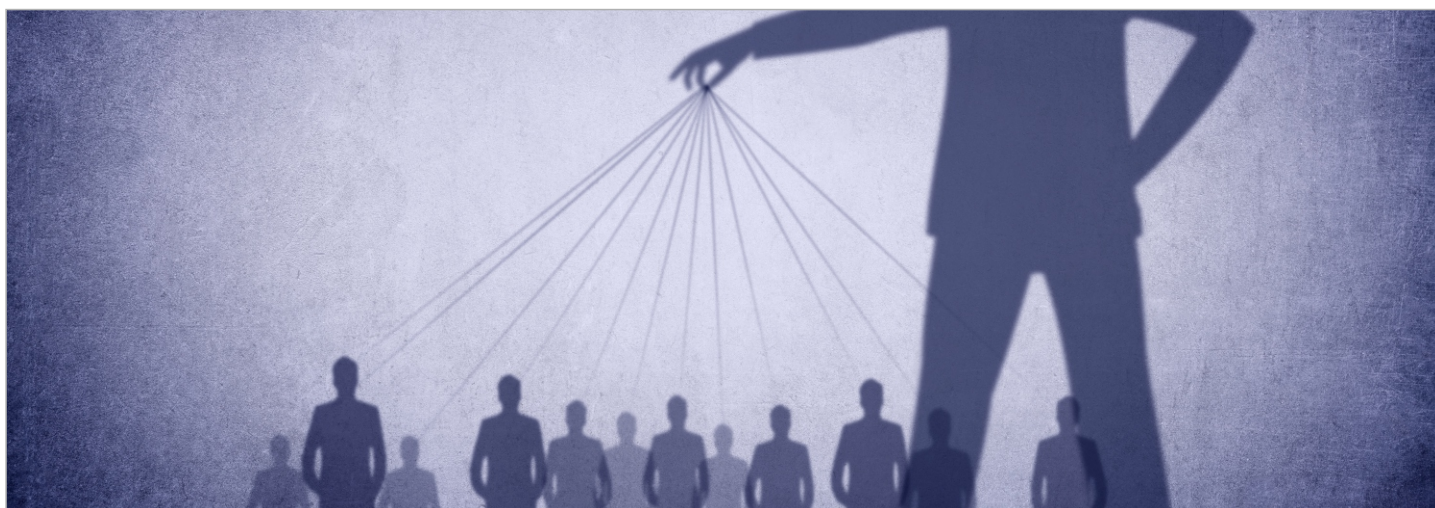


MANIPULACJA różni się od perswazji tym, że odbiorca nie zdaje sobie sprawy z wywieranego nań wpływu przez nadawcę, gdyż nadawca świadomie to ukrywa lub udaje, że ma inny cel swojego działania. W skrajnym wypadku manipulator zarządza myślami i czynami zmanipulowanej osoby, zatem manipulacja pociąga za sobą negatywne skutki dla ofiary manipulacji. Jak rozpoznać manipulację i jej nie ulec:



<https://mindhealth.pl/co-leczymy/inne-problemy/manipulacja>;

<https://www.glospedagogiczny.pl/arttykul/manipulacja-jak-ja-rozpoznać-i-sie-przed-nia-bronic>





FAKT to coś, co faktycznie miało miejsce lub wiadomo, że istniało i da się to udowodnić. Odnosi się zatem do czegoś, co sprawia, że dane stwierdzenia są prawdziwe.



OPINIA to osobisty pogląd lub osąd na dany temat. Opinia może być poparta faktami lub wiedzą, ale nie musi, wynika zazwyczaj z osobistych doświadczeń danej osoby i nie da się zweryfikować. W odróżnieniu od uniwersalnych faktów opinie różnią się w zależności od osoby.





FAKT

da się udowodnić,
że jest słuszny lub
dokładny.



OPINIA

może być słuszna, ale
nie da się udowodnić
jej prawdziwości.



<https://mysleniekrytyczne.edu.pl/czym-sie-roznia-fakty-od-opinii-tabela-z-roznicami/>





FACT-CHECKING – (z ang. weryfikacja faktów) proces polegający na weryfikacji informacji i sprawdzaniu faktów w wiarygodnych źródłach. Osoby, które to robią nazywają się fact-checkerami. Instytucje zajmujące się fact-checkingiem najczęściej znajdują się przy redakcjach lub działają jako niezależne organizacje pozarządowe i zajmują się gł. weryfikacją wypowiedzi wpływowych osób funkcjonujących w przestrzeni publicznej. Badają również autentyczność zdjęć i filmów.



<https://cyberpolicy.nask.pl/czym-jest-fact-checking-zarys-inicjatyw-na-swiecie-i-w-polsce/>





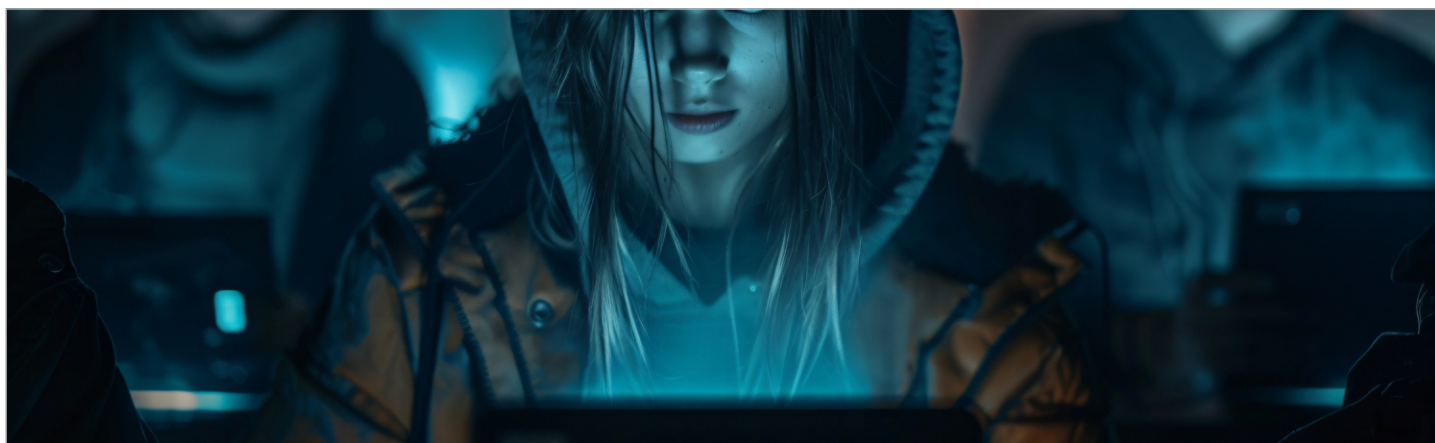
ALT-INTERNET – część internetu, w której funkcjonują tzw. alternatywne platformy społecznościowe promujące alternatywną rzeczywistość, sieci zdecentralizowane (niezależne od centralnych serwerów), darknet i deep web (dostęp wymaga specjalnego oprogramowania). Alt-internet jest często używany przez ruchy skrajne, teorie spiskowe, czy środowiska promujące dezinformację. Trudny do monitorowania, propaguje treści o dużym ryzyku dezinformacji, ekstremizmu, hejtu. Przykłady: Gab, Parler, Truth Social, 4chan, 8kun, Rumble, Bitchute (dla treści wideo), Mastodon, IPFS, Tor.





DEZINFORMACJA to celowo zmanipulowane treści rozpowszechniane, aby wprowadzić odbiorców w błąd i osiągnąć określone cele - strategiczne, polityczne lub ekonomiczne. Często rozpowszechniają ją podmioty, których celem jest podważanie zaufania do instytucji demokratycznych lub wpływanie na wyniki wyborów. Nie należy jej mylić z fake newsami, które mogą być niezamierzone.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/pl/article/20250603ST028720/dezinformacja-10-krokov-by-chronic-siebie-i-innych#:~:text=Dezinformacja%20to%20celowo%20zmanipulowane%20tre%C5%9Bci,lub%20wp%C5%82ywanie%20na%20wyniki%20wybor%C3%B3w>





MISINFO (dezinformacja niezamierzona) – niesprawdzone lub błędne informacje, które są rozpowszechniane bez złych intencji – np. przez osoby, które wierzą, że przekazują prawdę.



MALINFO (szkodliwa informacja) – informacje, które są prawdziwe, ale są używane w szkodliwy sposób, np. przez wyrwanie z kontekstu, manipulację emocjami, ujawnianie danych osobowych itp.



<https://nci.org.pl/leksykon-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-2>





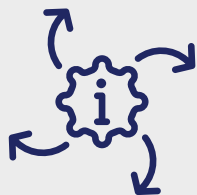
DEZINFORMACJA ROZPROSZONA – forma dezinformacji, która nie pochodzi z jednego, centralnego źródła, ale jest rozprzestrzeniana oddolnie przez wielu użytkowników („zwykłych ludzi”, znajomych) – często nieświadomie. Treść często rozchodzi się wirusowo – szczególnie w bańkach informacyjnych i nawet po zdementowaniu jej efekt może się utrzymać (efekt potwierdzenia, zaufanie do znajomych źródeł).

WIĘCEJ
INFORMACJI



<https://nci.org.pl/leksykon-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-2/>





MANIPULACJA INFORMACJĄ – celowe modyfikowanie treści przez: zmienianie kontekstu, mieszanie faktów z opiniami, używanie chwytliwych nagłówków („clickbait”), montaż zdjęć/filmów, budowanie narracji opartej na emocjach, pomijanie niewygodnych informacji, czy podszywanie się pod wiarygodne źródła. Stosowana w celu wpłynięcia na postrzeganie i zachowanie odbiorcy.



<https://nci.org.pl/leksykon-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-2/>





PROPAGANDA – celowa, systematyczna próba kształtowania wizji, manipulowania poznaniem i kierowania zachowaniem dowolnego zbioru osób, by osiągnąć odpowiedź, która sprzyja pożądanemu celowi jej twórcy. (Garth Jowett i Victoria O'Donnell, 2012). Chodzi więc o systematyczne i celowe rozpowszechnianie treści (często zmanipulowanych lub jednostronnych), mających na celu kształtowanie opinii publicznej zgodnie z interesami konkretnej grupy (np. rządu, partii).





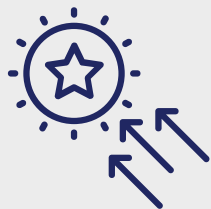
KAMPAANIA WPŁYWU – (ang. influence campaign) to zorganizowane działania, których celem jest wpływanie na opinię publiczną, emocje, postawy lub zachowania ludzi – często w sposób pośredni, ukryty lub manipulacyjny. Celem są konkretne grupy społeczne, np. wyborcy, młodzież, mniejszości. Działania są prowadzone długo i systematycznie. Wykorzystuje się wiele kanałów: media społecznościowe, memy, fake newsy, boty. Odbiorca nie zawsze wie, że jest manipulowany. Treści wzbudzają zazwyczaj silne reakcje emocjonalne. Kampanie wpływu prowadzone są przez państwa (w różnych celach i przy zastosowaniu różnych strategii), organizacje wywiadowcze, partie polityczne, ruchy społeczne i ideologiczne, przedsiębiorstwa (np. w kampaniach marketingowych lub czarnego PR).





EFEKT MEGAFONU (ang. megaphone effect) polega na tym, że dzięki technologiom cyfrowym (głównie mediom społecznościowym) pojedyncze, głośne lub kontrowersyjne głosy zyskują nieproporcjonalnie duży zasięg, mimo iż są często marginalne lub niezweryfikowane. W efekcie głosy te brzmią, jakby reprezentowały znaczną część społeczeństwa, zyskują nienależną wiarygodność i wpływ tylko dlatego, że zostały nagłośnione. Praktycznie każdy tzw. zwykły użytkownik ma możliwość publicznego wyrażania opinii na masową skalę, z pominięciem tradycyjnych kanałów kontroli i edycji, takich jak media, instytucje czy eksperci.





EFEKT KUMULACJI (ang. cumulative effect) polega na tym, że im częściej słyszymy jakąś (nawet nieprawdziwą) informację, tym bardziej ją „oswajamy”, zaczynamy uważać za normalną i ostatecznie uznajemy za prawdziwą. Ta sama informacja dociera do nas wielokrotnie z różnych mediów, od znanych, spotykamy ją w memach i prowadzi do utrwalenia naszych przekonań, postaw lub emocji - nawet jeśli początkowo byliśmy sceptyczni. Powtarzanie pewnych narracji w dłuższym okresie czasu prowadzi do ich społecznej akceptacji i tzw. iluzji prawdy: „Kłamstwo powtórzone tysiąc razy staje się prawdą” to słynny cytat przypisywany Josephowi Goebbelsowi, ministrowi propagandy III Rzeszy.

