



MFO 2.0

Demokracja w erze cyfrowej

PODRĘCZNIK 01

Fake news i dezinformacja

Jak rozpoznać fałsz w erze informacyjnego chaosu

Ten podręcznik prowadzi od rozpoznania manipulacji do spokojnej, praktycznej weryfikacji informacji przed udostępnieniem.



Dofinansowane przez
Unię Europejską



**SŁOWEM
W TWARZ**

Projekt w ramach Erasmus+ Młodzież - Działania partycypacyjne młodzieży (KA154-YOU)



Podręcznik 01

Fake news i dezinformacja

Jak rozpoznać fałsz w erze informacyjnego chaosu

Ten podręcznik prowadzi od rozpoznania manipulacji do spokojnej, praktycznej weryfikacji informacji przed udostępnieniem.

Ta strona jest tekstowym odpowiednikiem okładki: zawiera najważniejsze informacje, które na pierwszej stronie są przedstawione graficznie.



Spis treści

Mapa podręcznika

Poniższa mapa pokazuje układ materiału: od krótkiego wejścia w temat, przez część główną, aż po ćwiczenia i plan działania.

START

Jak korzystać z tego podręcznika

- Cele uczenia się
- Słowniczek roboczy

CZĘŚĆ GŁÓWNA

Wstęp

1. Dezinformacja, misinformacja, malinformacja — trzy różne rzeczy
2. Anatomia fake newsa — jak wygląda fałszywa wiadomość
3. Kto i dlaczego tworzy dezinformację
4. Deepfake — gdy nie możesz wierzyć własnym oczom
5. Metoda STOP — cztery kroki do weryfikacji
6. Narzędzia weryfikacji — twój cyfrowy warsztat
7. Pułapki poznawcze — dlaczego wpadamy na fake newsy
8. Bańki informacyjne i algorytmy
9. Dezinformacja w praktyce — przykłady z Polski i regionu
10. Jak rozmawiać z kimś, kto wierzy w fake newsy
11. Praktyczny przewodnik — co robić na co dzień
12. Słowniczek pojęć

Przydatne zasoby

WARSZTAT I WDROŻENIE

Część ćwiczeniowa

- Scenariusz pracy 90 minut
- Ćwiczenie prowadzone
- Projekt końcowy
- Rubryka oceny pracy
- Plan wdrożenia po zajęciach
- Checklista przed oddaniem pracy
- Pytania do rozmowy
- Miejsce na notatki

Zakończenie

Wskazówka: w wersji cyfrowej korzystaj także z panelu nawigacji po nagłówkach w edytorze tekstu.



Jak korzystać z tego podręcznika

Ten podręcznik prowadzi od rozpoznania manipulacji do spokojnej, praktycznej weryfikacji informacji przed udostępnieniem.

Proponowany rytm pracy

Najlepiej czytać ten materiał aktywnie: najpierw zrozum pojęcia, potem przećwicz narzędzie na przykładzie, a na końcu zaplanuj własne działanie.

- Czytaj z ołówkiem: podkreślaj decyzje, narzędzia i przykłady.
- Po każdej większej części zatrzymaj się przy pytaniu kontrolnym.
- Nie kończ na wiedzy: wykonaj kartę pracy i mini-projekt.

Cele uczenia się

- rozróżniać dezinformację, misinformację i malinformację
- rozpoznawać typowe cechy fałszywej wiadomości
- sprawdzać źródła, daty, obrazy i emocjonalne nagłówki
- stosować metodę STOP w codziennym korzystaniu z internetu
- reagować na fałsz bez wzmacniania jego zasięgu

Słowniczek roboczy

Pojęcie	Jak rozumieć je w praktyce
Dezinformacja	celowe tworzenie lub rozpowszechnianie fałszu, aby wywołać określony efekt
Misinformacja	nieświadome przekazywanie fałszywej informacji
Malinformacja	prawdziwa informacja użyta w mylącym lub szkodliwym kontekście
Deepfake	syntetyczny obraz, dźwięk lub film podszywający się pod realną osobę
Weryfikacja boczna	sprawdzanie informacji poza stroną, która ją opublikowała

Wstęp

Żyjemy w epoce, w której każdy może opublikować cokolwiek — i w ciągu godzin dotrzeć do milionów ludzi. To ogromna demokratyzacja dostępu do informacji, ale jednocześnie idealne środowisko dla dezinformacji. Fałszywe wiadomości nie są wynalazkiem internetu — propaganda istnieje od starożytności — ale nigdy wcześniej nie rozprzestrzeniały się tak szybko i nie były tak trudne do odróżnienia od prawdy.

Ten podręcznik wyjaśnia, czym jest dezinformacja, jak działa, dlaczego na nią wpadamy i — przede wszystkim — jak się przed nią bronić. Znajdziesz tu konkretne narzędzia, metody weryfikacji i przykłady z Polski i świata, które pomogą ci nawigować w informacyjnym chaosie.

1. Dezinformacja, misinformacja, malinformacja — trzy różne rzeczy

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „1. Dezinformacja, misinformacja, malinformacja — trzy różne rzeczy” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.



- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Zanim nauczysz się rozpoznawać fałsz, musisz wiedzieć, z jakim rodzajem fałszu masz do czynienia. Badacze mediów wyróżniają trzy kategorie:

Dezinformacja (disinformation) to celowe tworzenie i rozpowszechnianie fałszywych treści w celu wprowadzenia w błąd. Ktoś ŚWIADOMIE kłamie — żeby osiągnąć cel polityczny, finansowy lub ideologiczny. Przykład: farma trolli publikująca sfabrykowane artykuły o rzekomym zatruciu wody w polskim mieście, żeby wywołać panikę.

Misinformacja (misinformation) to rozpowszechnianie fałszywych treści BEZ świadomości, że są fałszywe. Twoja ciocia udostępnia na Facebooku post o tym, że „Wi-Fi powoduje raka” — nie robi tego złośliwie, po prostu uwierzyła. Misinformacja jest groźna, bo ludzie, którzy ją szerzą, robią to w dobrej wierze i trudniej ich przekonać do zmiany zdania.

Malinformacja (malinformation) to prawdziwe informacje użyte w złym celu — wyrwane z kontekstu, zmanipulowane czasowo lub podane w sposób, który celowo wprowadza w błąd. Przykład: opublikowanie prawdziwego zdjęcia z demonstracji sprzed pięciu lat z opisem sugerującym, że zrobiono je wczoraj.

To rozróżnienie jest ważne, bo każdy typ wymaga innej reakcji. Dezinformację trzeba demaskować. Misinformację — łagodnie korygować (bo osoba, która ją szerzy, nie jest winna). Malinformację — analizować kontekst i intencje.

2. Anatomia fake newsa — jak wygląda fałszywa wiadomość

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „2. Anatomia fake newsa — jak wygląda fałszywa wiadomość” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Fałszywe wiadomości nie wyglądają jak oczywiste kłamstwa. Gdyby wyglądały, nikt by na nie nie wpadał. Są projektowane tak, żeby wyglądać wiarygodnie — i trafiać w nasze emocje. Oto ich typowe cechy:

Emocjonalny nagłówek. Fake newsy niemal zawsze budzą silne emocje: strach, oburzenie, niedowierzanie. „SZOK! Naukowcy ukrywali prawdę przez lata!” — tego typu nagłówki omijają racjonalne myślenie i trafiają prosto w emocje.

Brak lub fałszywe źródło. „Naukowcy twierdzą...” — jacy naukowcy? Z jakiego instytutu? W jakim czasopiśmie opublikowali badania? Brak konkretów to czerwona flaga. Czasem źródło jest podane, ale sfabrykowane — nazwa brzmi oficjalnie (np. „Europejski Instytut Badań Zdrowotnych”), ale taka instytucja nie istnieje.

Manipulacja danymi. Prawdziwe liczby podane w fałszywym kontekście. „Liczba zachorowań wzrosła o 200%!” — brzmi przerażająco, ale jeśli wzrosła z 1 przypadku do 3, to statystycznie nieistotne. Albo odwrotnie: prawdziwy trend ukryty za uspokajającymi liczbami.

Pilność i presja czasu. „Udostępnij, zanim usuną!” — taktyka, która ma cię zmusić do działania ZANIM sprawdzisz. Prawdziwe informacje nie znikają — ale fałszywe tracą moc, gdy ludzie mają czas pomyśleć.

Profesjonalny wygląd. Nowoczesne fake newsy często mają profesjonalny layout, logo przypominające znane media, poprawną polszczyznę. Wygląd nie jest gwarancją wiarygodności.



3. Kto i dlaczego tworzy dezinformację

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „3. Kto i dlaczego tworzy dezinformację” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Dezinformacja nie bierze się znikąd. Za fałszywymi treściami stoją konkretne osoby, grupy i instytucje z konkretnymi motywacjami.

Motywacja polityczna. Rządy, partie polityczne i grupy interesów wykorzystują dezinformację do wpływania na opinię publiczną, wyniki wyborów i politykę zagraniczną. Farmy trolli — zorganizowane grupy ludzi produkujących fałszywe treści na masową skalę — mogą generować dziesiątki tysięcy komentarzy i postów dziennie. Według analiz, pojedyncza farma licząca 400 osób, z których każda publikuje 200 komentarzy dziennie, wytwarza 80 000 fałszywych treści w ciągu jednej doby.

Motywacja finansowa. Fake newsy generują kliknięcia, a kliknięcia generują przychody z reklam. Podczas wyborów prezydenckich w USA w 2016 roku odkryto, że grupa nastolatków z Macedonii Północnej zarobiła tysiące dolarów na fikcyjnych artykułach politycznych — nie z przekonania, tylko dla pieniędzy.

Motywacja ideologiczna. Grupy antyszczepionkowe, teorie spiskowe, ruchy ekstremistyczne — wszystkie korzystają z dezinformacji, żeby rekrutować nowych członków i utrzymywać istniejących w przekonaniu o słuszności sprawy.

Motywacja osobista. Czasem dezinformacja powstaje z banalnych powodów: chęci zdobycia followersów, poczucia władzy nad narracją, zemsty na osobie lub instytucji.

4. Deepfake — gdy nie możesz wierzyć własnym oczom

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „4. Deepfake — gdy nie możesz wierzyć własnym oczom” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Deepfake to technologia wykorzystująca sztuczną inteligencję do tworzenia fałszywych obrazów, nagrań audio i wideo, które wyglądają i brzmią jak prawdziwe. To jedno z najpoważniejszych wyzwań informacyjnych naszych czasów.

Jak to działa. Algorytmy uczenia maszynowego analizują tysiące zdjęć lub nagrań danej osoby, a następnie generują nowy materiał, w którym ta osoba mówi lub robi coś, czego nigdy nie powiedziała ani nie zrobiła. Jakość deepfake'ów rośnie wykładniczo — jeszcze kilka lat temu łatwo było zauważyć nienaturalne ruchy warg lub brak mrugania, dziś coraz trudniej.

Skala problemu w Polsce. Raport NASK „Nastolatki” z 2025 roku ujawnia, że około 70% polskich nastolatków nie wie, czym jest deepfake — a jednocześnie spędzają średnio pięć godzin dziennie online, co czyni ich szczególnie narażonymi. W 2024 roku w Bydgoszczy ujawniono przypadek, w którym zdjęcia nastolatka z Instagrama posłużyły do stworzenia deepfake'owych materiałów o charakterze seksualnym. Takie działania są przestępstwem ściganym z urzędu na podstawie artykułów 190a i 191a Kodeksu karnego.



CERT Polska systematycznie ostrzega przed rosnącą liczbą deepfake'ów wykorzystywanych do oszustw finansowych — fałszywe nagrania celebrytów „polecających” inwestycje czy kryptowaluty to coraz częstszy schemat.

Jak rozpoznać deepfake. Choć technologia się poprawia, nadal istnieją wskazówki: nienaturalne ruchy warg (desynchronizacja z dźwiękiem), dziwne tło lub artefakty na krawędziach twarzy, nienaturalne oświetlenie, brak mrugania lub zbyt regularne mruganie. Jednak najskuteczniejszą metodą weryfikacji nie jest szukanie błędów w materiale, lecz sprawdzenie, czy dana osoba rzeczywiście to powiedziała — poprzez jej oficjalne kanały komunikacji, stronę instytucji lub agencje prasowe.

5. Metoda STOP — cztery kroki do weryfikacji

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „5. Metoda STOP — cztery kroki do weryfikacji” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Metoda STOP to prosty schemat, który pozwala w kilkadziesiąt sekund ocenić wiarygodność informacji. Została opracowana przez edukatorów medialnych i jest stosowana w programach edukacyjnych na całym świecie.

S — Stop (Zatrzymaj się). Zanim udostępnisz, skomentujesz lub uwierzysz — zatrzymaj się. Dosłownie. Emocje (złość, strach, niedowierzanie) to sygnał, że treść MOŻE być zaprojektowana tak, żeby ominąć twoje racjonalne myślenie. Im silniejsza emocja, tym większa ostrożność.

T — Think (Pomyśl). Kto to opublikował? Jaki może mieć cel? Czy wiadomość jest spójna z tym, co wiesz z innych źródeł? Czy format (błędy językowe, sensacyjny nagłówek, brak autora) budzi podejrzenia?

O — Others (Inni). Sprawdź, czy inni wiarygodni nadawcy potwierdzają tę informację. Jeśli „szokująca” wiadomość pojawia się tylko w jednym miejscu, a żadne znane medium jej nie podejmuje — to poważna czerwona flaga. Wiarygodne informacje są zazwyczaj potwierdzane przez wiele niezależnych źródeł.

P — Prove (Zweryfikuj). Użyj narzędzi weryfikacyjnych. Sprawdź zdjęcie przez reverse image search. Przeczytaj artykuł poza nagłówkiem — czy treść potwierdza tytuł? Sprawdź datę publikacji — czy to nie jest stary materiał podany jako nowy? Wejdź na stronę autora — czy to prawdziwa osoba z prawdziwym dorobkiem?

6. Narzędzia weryfikacji — twój cyfrowy warsztat

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „6. Narzędzia weryfikacji — twój cyfrowy warsztat” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Nie musisz być dziennikarzem śledczym, żeby weryfikować informacje. Wystarczy kilka darmowych narzędzi:

Google Reverse Image Search (images.google.com) — wrzuć zdjęcie, a Google pokaże ci, gdzie jeszcze się pojawia. Jeśli „zdjęcie z wczorajszej powodzi pod Raciborzem” okazuje się zdjęciem z Brazylii sprzed



trzech lat — masz odpowiedź. Na telefonie: przytrzymaj zdjęcie w przeglądarce i wybierz „Szukaj obrazem”.

Demagog.org.pl — polski portal fact-checkingowy, który weryfikuje wypowiedzi polityków i popularne twierdzenia. Każdy fakt sprawdzany jest przez zespół analityków z podaniem źródeł. Demagog jest częścią międzynarodowej sieci fact-checkerów (IFCN).

FakeHunter (fakehunter.pap.pl) — projekt Polskiej Agencji Prasowej do zgłaszania i weryfikowania podejrzanych informacji.

InVID / WeVerify — rozszerzenie do przeglądarki, które analizuje filmy i zdjęcia pod kątem manipulacji. Pozwala na analizę metadanych, fragmentów klatki i historii publikacji.

CrowdTangle / BuzzSumo — narzędzia do sprawdzania, jak treść rozprzestrzenia się w mediach społecznościowych.

Google Scholar (scholar.google.com) — jeśli ktoś powołuje się na „badanie naukowe”, sprawdź, czy ono istnieje. Google Scholar przeszukuje publikacje akademickie i naukowe.

7. Pułapki poznawcze — dlaczego wpadamy na fake newsy

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „7. Pułapki poznawcze — dlaczego wpadamy na fake newsy” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Dezinformacja działa nie dlatego, że jesteśmy głupi — działa, bo nasze mózgi mają wbudowane „skrót myślowe” (heurystyki), które w normalnych warunkach pomagają szybko podejmować decyzje, ale w środowisku informacyjnym internetu stają się podatnościami.

Effekt potwierdzenia (confirmation bias). Naturalnie szukamy informacji, które potwierdzają to, w co już wierzymy, i ignorujemy te, które temu przeczą. Jeśli wierzysz, że szczepionki są niebezpieczne, algorytm podsunie ci kolejne artykuły potwierdzające tę tezę — i z czasem będziesz coraz bardziej przekonany, mimo że konsensus naukowy mówi co innego.

Effekt powtórzenia (illusory truth effect). Informacja, którą widzisz wielokrotnie, zaczyna wydawać się prawdziwa — niezależnie od tego, czy jest. Dlatego dezinformacja jest powtarzana setki razy na różnych kanałach: nie chodzi o przekonanie argumentem, tylko o „osłuchanie” odbiorcy z fałszem.

Effekt autorytetu. Jeśli ktoś ma tytuł naukowy, jest celebrytą lub zajmuje wysokie stanowisko, jesteśmy skłonni wierzyć mu nawet wtedy, gdy wypowiada się poza swoją dziedziną. Fizyk kwantowy wypowiadający się o dietetyce nie jest ekspertem od dietetyki — ale tytuł profesora nadaje mu wiarygodność w oczach odbiorcy.

Effekt owczego pędu (bandwagon effect). Jeśli post ma tysiące udostępnień, wydaje się bardziej wiarygodny. „Tyle osób nie może się mylić” — a właśnie, że może, zwłaszcza gdy większość udostępniła bez czytania.

Kotwiczenie (anchoring). Pierwsza liczba lub informacja, którą usłyszysz na dany temat, „zakotwicza się” w pamięci i wpływa na dalszą ocenę — nawet jeśli zostanie zdementowana. Dlatego fake newsy działają nawet po opublikowaniu sprostowania: dementi dociera do mniejszej liczby osób, a ci, do których dociera, i tak mają w głowie pierwotną (fałszywą) informację.



8. Bańki informacyjne i algorytmy

Cel tej części

Przeczytaj tę sekcję tak, aby na końcu umieć wyjaśnić, co temat „8. Bańki informacyjne i algorytmy” zmienia w twoim sposobie działania online lub w grupie.

- Zaznacz jedną definicję lub zasadę, którą warto zapamiętać.
- Dopisz własny przykład z życia szkoły, miasta albo internetu.
- Zapisz jedno pytanie, które warto zadać przed podjęciem działania.

Platformy społecznościowe nie pokazują ci „wszystkich informacji” — pokazują ci te, które algorytm uznaje za najciekawsze DLA CIEBIE. To oznacza, że twój feed na TikToku, Instagramie czy YouTube jest spersonalizowany w oparciu o twoje wcześniejsze zachowania: co lajkowałeś, co oglądałeś, jak długo, co komentowałeś.

Efekt jest **bańka informacyjna** (filter bubble) — zamknięty ekosystem treści, w którym widzisz głównie poglądy zgodne ze swoimi. Z czasem zaczynasz myśleć, że „wszyscy tak myślą” — bo w twojej bańce tak właśnie jest. Ludzie o odmiennych poglądach żyją w swojej bańce, równie przekonani, że „wszyscy” myślą jak oni.

Bańki informacyjne wzmacniają polaryzację — zjawisko, w którym społeczeństwo dzieli się na obozy, które nie rozmawiają ze sobą, lecz o sobie nawzajem (i zwykle w negatywny sposób).

Co możesz zrobić? Świadomie szukaj treści spoza swojej bańki. Obserwuj media o różnych profilach. Czytaj komentarze ludzi, z którymi się nie zgadzasz — nie po to, żeby się wkurzyć, ale żeby zrozumieć ich perspektywę. Korzystaj z trybu incognito lub wylogowanego, żeby zobaczyć „neutralny” internet.

9. Dezinformacja w praktyce — przykłady z Polski i regionu

Farmy trolli i manipulacja debatą publiczną. Zorganizowane grupy produkujące fałszywe komentarze i posty na skalę przemysłową to nie science fiction — to udokumentowana rzeczywistość. Analizy wskazują, że pojedyncza farma trolli licząca kilkuset operatorów może w ciągu jednego dnia wygenerować dziesiątki tysięcy fałszywych komentarzy, kreując sztuczne wrażenie „opinii publicznej”.

Oszustwa phishingowe z wykorzystaniem fake newsów. W 2025 roku policja w Rybniku ostrzegła mieszkańców przed falą phishingu „na Spotify” — fałszywe wiadomości informujące o rzekomym anulowaniu subskrypcji, z linkiem do strony wyludzającej dane karty płatniczej. To przykład dezinformacji w służbie przestępczości — fałszywa informacja (anulowanie subskrypcji) jako pretekst do kradzieży.

Deepfake'i nastolatek. Wspomniany przypadek z Bydgoszczy (2024), gdzie zdjęcia nastolatek posłużyły do tworzenia sfabrykowanych materiałów, ilustruje jedno z najniebezpieczniejszych zastosowań technologii deepfake. Tego typu sytuacje mają realny, często dewastujący wpływ na ofiary.

Dezinformacja klimatyczna na Śląsku. „Pompy ciepła nie działają w mrozy”, „panele słoneczne zanieczyszczają bardziej niż węgiel”, „ekologowie chcą zabrać Śląskowi pracę” — to przykłady dezinformacji, która ma konkretny cel: blokowanie transformacji energetycznej. Niektóre z tych narracji są celowo rozpowszechniane przez grupy interesów związane z przemysłem paliwowym.

10. Jak rozmawiać z kimś, kto wierzy w fake newsy

To prawdopodobnie najtrudniejsza część — bo konfrontacja z osobą, która rozpowszechnia dezinformację, wymaga empatii, cierpliwości i strategii.

Nie atakuj osoby. „Jesteś głupi, że w to wierzysz” — to pewny sposób, żeby WZMOCNIĆ czyjeś przekonanie. Ludzie bronią swoich poglądów intensywniej, gdy czują się atakowani (efekt bumerangowy).



Pytaj, nie pouczaj. Zamiast „To nieprawda!” spróbuj: „Ciekawe — skąd ta informacja? Sprawdziłeś źródło?”. Pytania aktywują krytyczne myślenie u rozmówcy, twierdzenia aktywują obronę.

Podaj alternatywne wyjaśnienie. Jeśli po prostu powiesz „to fake news”, zostawiasz lukę informacyjną. Mózg nie lubi pustki — wraca do fałszywej informacji, bo przynajmniej JAKOŚ wyjaśnia świat. Zamiast tego: podaj prawdziwą informację, która wypełnia tę lukę.

Wybieraj bitwy. Nie każdą dezinformację musisz korygować. Jeśli ciocia udostępnia nieszkodliwy mem o „cudownych właściwościach czosnku” — odpuść. Jeśli kolega udostępnia fałszywe informacje o szczepieniach — reaguj, bo to ma realne konsekwencje zdrowotne.

11. Praktyczny przewodnik — co robić na co dzień

Przed udostępnieniem czegokolwiek:

- Przeczytaj artykuł POZA nagłówkiem. Osiem na dziesięć osób udostępnia treści, czytając tylko tytuł.
- Sprawdź źródło. Kto to napisał? Jaka redakcja? Czy strona istnieje dłużej niż miesiąc?
- Sprawdź datę. Czy to aktualna informacja, czy stary materiał podany jako nowy?
- Sprawdź drugie źródło. Czy inna wiarygodna redakcja to potwierdza?

Gdy natkniesz się na podejrzaną treść:

- Użyj metody STOP.
- Wrzuć zdjęcie w Google Reverse Image Search.
- Sprawdź na Demagog.org.pl lub FakeHunter.
- Jeśli to dotyczy twojego regionu — sprawdź na stronie urzędu miasta lub portalu lokalnym (np. rybnicka.eu, nowiny.pl).

Gdy ktoś udostępnia fake newsa:

- Reaguj spokojnie, bez agresji.
- Podaj źródło, które to obala.
- Pamiętaj, że osoba może nie wiedzieć, że to fałsz (misinformacja).

12. Słowniczek pojęć

Bańka informacyjna (filter bubble) — sytuacja, w której algorytmy platform serwują ci treści zgodne z twoimi wcześniejszymi preferencjami, ograniczając dostęp do innych perspektyw.

Clickbait — nagłówek zaprojektowany tak, żeby skłonić do kliknięcia, obiecujący więcej niż dostarcza treść artykułu.

Deepfake — sfabrykowany materiał audio, wideo lub graficzny stworzony przy użyciu sztucznej inteligencji, imitujący wygląd i głos prawdziwej osoby.

Dezinformacja (disinformation) — celowe rozpowszechnianie fałszywych informacji w celu wprowadzenia w błąd.

Efekt potwierdzenia (confirmation bias) — skłonność do szukania i akceptowania informacji zgodnych z własnymi przekonaniami.

Fact-checking — proces systematycznej weryfikacji twierdzeń i informacji poprzez sprawdzenie ich zgodności z dostępnymi dowodami.

Farma trolli — zorganizowana grupa osób produkujących fałszywe treści (komentarze, posty, artykuły) w celach propagandowych lub komercyjnych.

Malinformacja (malinformation) — prawdziwe informacje użyte w złym celu (wyrwane z kontekstu, zmanipulowane czasowo).



Misinformacja (misinformation) — fałszywe informacje rozpowszechniane nieświadomie, bez zamiaru wprowadzenia w błąd.

Reverse image search — narzędzie wyszukiwania pozwalające znaleźć inne wystąpienia tego samego zdjęcia w internecie.

Przydatne zasoby

- **Demagog.org.pl** — polski portal fact-checkingowy
- **FakeHunter (fakehunter.pap.pl)** — projekt PAP do weryfikacji informacji
- **platforma.demagog.org.pl** — darmowe ćwiczenia z fact-checkingu
- **images.google.com** — wyszukiwanie obrazem
- **haveibeenpwned.com** — sprawdzanie wycieków danych
- **CERT Polska (cert.pl)** — centrum reagowania na incydenty bezpieczeństwa
- **Dyżurnet.pl** — zgłaszanie nielegalnych treści w internecie
- **Telefon Zaufania: 116 111** — wsparcie dla dzieci i młodzieży

Opracowanie przygotowane w ramach projektu MFO 2.0 — warsztaty kompetencji cyfrowych i obywatelskich dla młodzieży subregionu rybnickiego.

Pytanie po lekturze części głównej

Wybierz jeden fragment, który można od razu zamienić w działanie. Co zrobisz inaczej po tej lekcji?

- Co w tej informacji uruchamia emocje, a co da się sprawdzić?
- Kto zyskuje, jeśli odbiorcy uwierzą w tę narrację?
- Jak poprawić fałsz, żeby nie zawstydzić osoby, która go udostępniła?



Część ćwiczeniowa

Scenariusz pracy 90 minut

Czas	Etap	Co się dzieje
0-10 min	Start i diagnoza	Krótką rozmowa: co uczestnicy już wiedzą, czego się obawiają i gdzie spotykają temat w praktyce.
10-30 min	Pojęcia i przykłady	Praca z częścią główną podręcznika: definicje, pierwszy przykład, wspólne doprecyzowanie pojęć.
30-55 min	Analiza przypadku	Małe grupy wybierają przykład i sprawdzają go przez pytania z checklisty.
55-75 min	Projekt działania	Uczestnicy tworzą mini-rozwiązanie: komunikat, plan reakcji, kartę weryfikacji albo szkic kampanii.
75-90 min	Podsumowanie	Każda grupa pokazuje jeden wniosek, jedno ryzyko i jeden następny krok po zajęciach.

Ćwiczenie prowadzone

Wykonaj je indywidualnie albo w małej grupie. Celem nie jest perfekcyjna odpowiedź, tylko przejście przez cały proces myślenia.

- Wybierz viralowy post lub nagłówek, który wzbudza silne emocje.
- Zapisz jedno główne twierdzenie, które można sprawdzić.
- Znajdź źródło pierwotne albo wiarygodne potwierdzenie w innym miejscu.
- Oceń, czy materiał jest fałszem, półprawdą, manipulacją kontekstem czy opinią.
- Przygotuj krótką odpowiedź korygującą: rzeczową, uprzejmą i z linkiem do źródła.

Projekt końcowy

Stwórz klasową kartę szybkiej weryfikacji informacji: maksymalnie jedna strona, pięć pytań, jeden przykład i jedna zasada reagowania.

Rubryka oceny pracy

Kryterium	Do poprawy	Dobrze	Bardzo dobrze
Rozumienie pojęć	definicje są mylone lub używane przypadkowo	pojęcia są użyte poprawnie w większości przykładów	pojęcia są użyte precyzyjnie i pomagają wyjaśnić problem
Praca ze źródłami	brakuje źródeł albo są niejasne	źródła są wskazane i częściowo porównane	źródła są dobrane świadomie, porównane i ocenione
Zastosowanie w praktyce	wniosek jest ogólny i trudny do wykonania	wniosek wskazuje możliwe działanie	wniosek prowadzi do konkretnego, mierzalnego kroku
Współpraca i komunikacja	wypowiedź jest chaotyczna lub jednostronna	grupa przedstawia stanowisko i słucha pytań	grupa jasno pokazuje proces, decyzje i ograniczenia



Plan wdrożenia po zajęciach

Następne 7 dni

Podręcznik ma prowadzić do działania. Po zajęciach wybierzcie mały krok, który można wykonać bez dużego budżetu i bez czekania na idealne warunki.

- Dzień 1: wybierzcie jeden problem związany z tematem „Fake news i dezinformacja”.
- Dzień 2: zbierzcie jeden przykład, jedną daną i jedną opinię osoby zainteresowanej.
- Dzień 3: przygotujcie wersję roboczą rozwiązania lub komunikatu.
- Dzień 4-5: pokażcie wersję roboczą dwóm osobom i zbierzcie uwagi.
- Dzień 6-7: poprawcie materiał i zdecydujcie, gdzie zostanie wykorzystany.

Checklista przed oddaniem pracy

- zatrzymaj się przed kliknięciem lub udostępnieniem
- sprawdź autora, datę i pierwotne źródło
- porównaj informację z co najmniej dwoma niezależnymi źródłami
- zweryfikuj zdjęcie lub film, jeśli materiał wizualny jest kluczowy
- opisz korektę spokojnie, bez ataku personalnego

Pytania do rozmowy

1. Co w tej informacji uruchamia emocje, a co da się sprawdzić?
2. Kto zyskuje, jeśli odbiorcy uwierzą w tę narrację?
3. Jak poprawić fałsz, żeby nie zawstydzić osoby, która go udostępniła?

Miejsce na notatki

Zakończenie

Najważniejszym efektem pracy z podręcznikiem nie jest zapamiętanie wszystkich pojęć, lecz umiejętność użycia ich w realnej sytuacji: w rozmowie, w internecie, w klasie, w projekcie społecznym albo w działaniu lokalnym.

Wróć do checklisty po kilku dniach. Jeśli potrafisz wykonać większość punktów bez zaglądania do materiału, ten moduł spełnił swoje zadanie.