

MODUŁ 7: #fake news – Analiza popularnych wiadomości w mediach społecznościowych

1. CEL I ZAŁOŻENIA EDUKACYJNE

1.1. CEL MODUŁU

Moduł ma na celu wspieranie osób o mniejszych szansach (dorosłych o niskich kwalifikacjach, bezrobotnych, dorosłych zagrożonych ubóstwem) w **identyfikowaniu i analizowaniu popularnych fake newsów** krążących po **platformach społecznościowych i Internecie**. Aby ułatwić dorosłym osiągnięcie celu modułu, przedstawiono przegląd różnych rodzajów mediów społecznościowych, a także korzyści i zagrożenia związane z ich wykorzystaniem.

Ponadto moduł skupia się na głównych obszarach, w których fake newsy krążą w sieciach społecznościowych i platformach, internetowych, podając kilka przykładów popularnych fake newsów.

Wreszcie, moduł ma na celu przeanalizowanie, **jak wykrywać fake newsy w mediach społecznościowych**, dostarczając praktycznych wskazówek i wyjaśniając, jak poprawić umiejętności potrzebne do identyfikowania popularnych fake newsów.

1.2. ZAŁOŻENIA EDUKACYJNE

Po zakończeniu modułu uczestnik powinien:

- o mieć świadomość korzyści i zagrożeń związanych z mediami społecznościowymi,
- o rozpoznawać, czy wiadomości krążące w mediach społecznościowych są prawdziwe czy fałszywe
- o analizować popularne fake newsy w mediach społecznościowych
- o rozumieć, jak radzić sobie z popularnymi fałszywymi wiadomościami w mediach społecznościowych.

2. TREŚĆ NAUCZANIA

Media społecznościowe jako źródło wiadomości to wykorzystanie internetowych platform mediów społecznościowych zamiast tradycyjnych platform medialnych do uzyskiwania wiadomości. Podobnie jak telewizja zmieniła ludzi, którzy słuchali treści medialnych, w obserwatorów treści medialnych w okresie od 1950 do 1980 roku, pojawienie się mediów społecznościowych stworzyło pokolenie twórców treści medialnych.

Jako platforma partycypacyjna, która pozwala na treści generowane przez użytkowników i udostępnianie treści we własnej sieci wirtualnej, korzystanie z mediów społecznościowych jako źródła wiadomości pozwala użytkownikom angażować się w newsy na różne sposoby, w tym:

- o Konsumowanie wiadomości,
- o Odkrywanie wiadomości,
- o Udostępnianie lub ponowne publikowanie wiadomości,
- o publikowanie własnych zdjęć, filmów lub raportów o nowościach,
- o Komentowanie wiadomości.

Korzystanie z mediów społecznościowych jako źródła wiadomości stało się coraz bardziej popularnym sposobem uzyskiwania informacji zarówno przez starszych, jak i młodych dorosłych. Istnieją sposoby, w jakie media społecznościowe pozytywnie wpływają na świat wiadomości i dziennikarstwa, ale ważne jest, aby przyznać, że istnieją również sposoby, w jakie media społecznościowe negatywnie wpływają na wiadomości, które ludzie konsumują, takie jak fake newsy, stroniczne wiadomości i niepokojące treści.

Dlatego ważne jest, aby być w stanie zidentyfikować charakter wiadomości krążących w mediach społecznościowych, a w przypadku natknięcia się na fałszywe wiadomości, zrozumieć, jak sobie z nimi radzić.

2.1. WIADOMOŚCI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH: PRAWDA CZY FAŁSZ?

Zanim dowiemy się, jak odróżnić prawdziwe wiadomości od tych fałszywych krążących w mediach społecznościowych, warto poświęcić kilka słów na temat potencjału, szans i zagrożeń związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych, a także roli wiadomości w różnych typach mediów społecznościowych.

2.1.1. Potencjał, szanse i zagrożenia związane z korzystaniem z mediów społecznościowych

W oparciu o najbardziej znaną i akredytowaną definicję dostarczoną przez Andreasa Kaplana i Michaela Haenleina, media społecznościowe to *“grupa aplikacji internetowych, które opierają się na ideologicznych i technologicznych podstawach Web 2.0 i które umożliwiają tworzenie i wymianę treści generowanych przez użytkowników”*⁹.

Możemy uprościć tę **konceptję**, mówiąc, że media społecznościowe to interaktywne technologie, które ułatwiają tworzenie i dzielenie się informacjami, pomysłami, zainteresowaniami i innymi formami ekspresji za pośrednictwem wirtualnych społeczności i sieci.

Główną cechą jest zatem ich **horyzontalność** w tworzeniu i rozpowszechnianiu treści, co kontrastuje z wertykalnością klasycznych mediów masowych. W przeciwieństwie do tradycyjnych mediów, w mediach społecznościowych wszystkie zaangażowane osoby mogą tworzyć treści i rozpowszechniać je na tym samym poziomie.

Powszechne korzystanie z mediów społecznościowych przyniosło zmiany nie tylko w rolach komunikacji, ale także w sposobach komunikacji: nie jest to już jednostronny komunikat typu "jeden do wielu", ale wielokierunkowy komunikat typu "wielu do wielu" lub "równy z równym". "Monolog" staje się "dialogiem" między użytkownikami, a zatem nadawca i odbiorca zmieniają się w ciągłym przepływie ról, bez hierarchii.

Można powiedzieć, że różne rodzaje mediów społecznościowych mają następujące **cechy** wspólne:

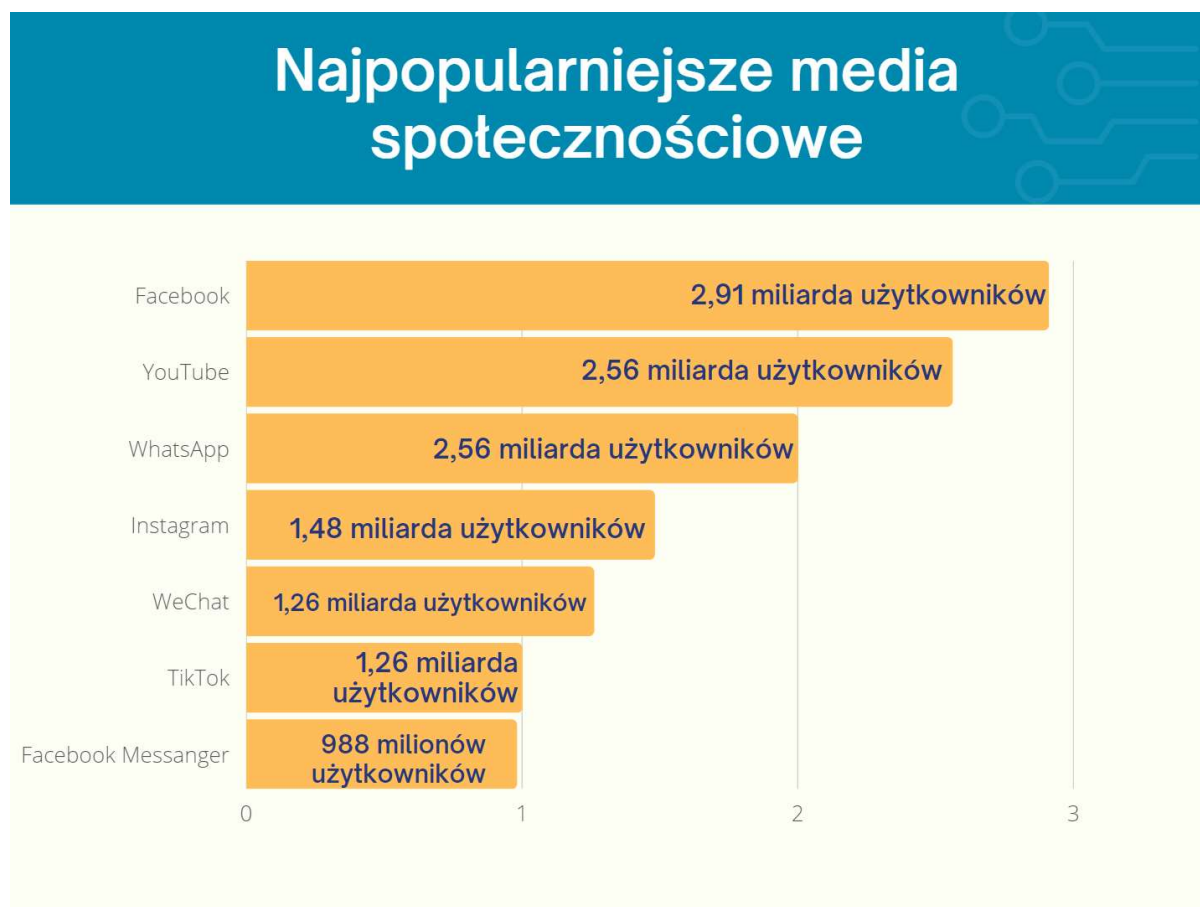
1. interaktywne aplikacje internetowe Web 2.0,
2. Treści generowane przez użytkowników, takie jak posty tekstowe lub komentarze, cyfrowe zdjęcia lub filmy oraz dane generowane przez wszystkie interakcje online.
3. Użytkownicy tworzą profile specyficzne dla stron internetowych lub aplikacji, które są zaprojektowane i utrzymywane przez organizację mediów społecznościowych.
4. rozwój internetowych sieci społecznościowych poprzez łączenie profilu użytkownika z profilami innych osób lub grup.

⁹ "Użytkownicy świata, łączcie się! Wyzwania i możliwości mediów społecznościowych", 2010, Andreas Kaplan i Michael Haenlein.



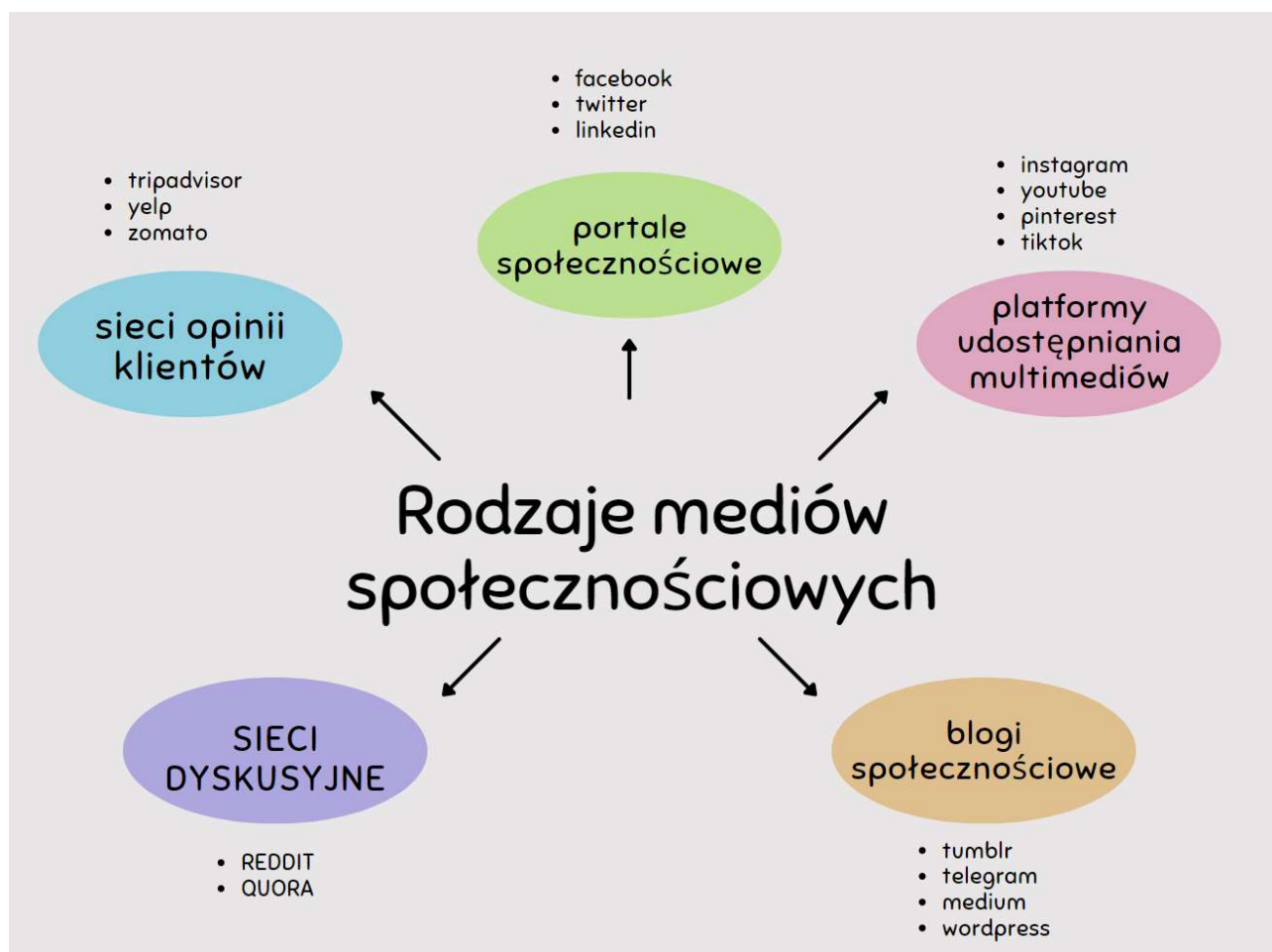
Stworzone przez TUCEP

Ogólnie rzecz biorąc, możemy podsumować dane liczbowe dotyczące najpopularniejszych serwisów społecznościowych na styczeń 2022 r.¹⁰ w następujący sposób:



Stworzone przez TUCEP

¹⁰ "Najpopularniejsze sieci społecznościowe na świecie od stycznia 2022 r., uszeregowane według miesięcznej liczby aktywnych użytkowników" - <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>



Stworzone przez TUCEP

Podziału mediów społecznościowych można dokonać według oferowanych przez nie usług. Najpopularniejsze z nich wymieniono poniżej wraz z kilkoma przykładami:

○ PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE

Celem jest dzielenie się pomysłami, opiniami i treściami z innymi użytkownikami. Najlepszymi przykładami są Facebook i Twitter, a także LinkedIn, choć jest on przeznaczony do bardziej profesjonalnego użytku i dlatego ma funkcje, które sprawiają, że korzystanie z niego jest bardziej skomplikowane.

Poniżej znajduje się krótki opis najpopularniejszych portali społecznościowych:

- **FACEBOOK**: Wiele osób korzysta z tej platformy, aby łączyć się z rodziną, przyjaciółmi i markami. Możesz udostępniać aktualizacje statusu, zdjęcia, filmy, linki do treści i ankiety.
- **TWITTER (teraz X)**: Podobnie jak Facebook, platforma ta służy do publikowania zdjęć, filmów, linków, ankiet i innych materiałów promujących zwięzłą i bezpośrednią komunikację. Najbardziej istotną różnicą jest rozmiar wiadomości: w przeciwieństwie do innych sieci społecznościowych, możesz użyć tylko 280 znaków dla każdej wiadomości.
- **LINKEDIN**: Jest to świetne miejsce dla profesjonalistów do nawiązywania kontaktów i budowania relacji zawodowych, dzielenia się informacjami, znajdowania nowych miejsc pracy i rekrutowania nowych kandydatów.

○ PLATFORMY UDOSTĘPNIANIA MULTIMEDIÓW

Ten rodzaj mediów społecznościowych jest używany przez ludzi do **udostępniania treści multimedialnych**, takich jak obrazy, filmy i inne treści. Najlepszymi przykładami sieci medialnych są:

- **INSTAGRAM**: to darmowa i internetowa aplikacja do udostępniania multimediów, w której ludzie mogą przysyłać zdjęcia i filmy, udostępniając je wybranej grupie znajomych. Aplikacja ta pozwala znajomym na interakcję poprzez publikowanie komentarzy i polubień do udostępnionych zdjęć lub filmów.
- **YOUTUBE**: jest drugą co do wielkości wyszukiwarką na świecie, a także jedną z najczęściej używanych do wyszukiwania i oglądania filmów obejmujących szeroki zakres tematów.
- **PINTEREST**: to wizualnie skoncentrowana witryna do dzielenia się kreatywnymi pomysłami i produktami..
- **TIKTOK**: to platforma mediów społecznościowych do tworzenia, udostępniania i odkrywania filmów o długości do 60 sekund. Jest to platforma używana szczególnie przez młodych ludzi do wyrażania siebie poprzez śpiew, taniec, komedię i "synchronizację ust".

○ **BLOGI SPOŁECZNOŚCIOWE**

Te sieci społecznościowe pozwalają ludziom **dzielić się informacjami o nowościach, wydarzeniach i aktualnych lub istotnych tematach**. Poruszają one również tematy, które mają znaczenie dla ich docelowych odbiorców. Blogi społecznościowe umożliwiają udostępnianie informacji w czasie rzeczywistym, co jest ich cechą wspólną z mediami społecznościowymi. Sieci blogów społecznościowych są jednym z bardziej unikalnych rodzajów mediów społecznościowych, ponieważ wymagają tworzenia stałych treści do publikacji i regularnego zaangażowania użytkowników, co wymaga więcej pracy niż inne platformy społecznościowe.

Przykładami sieci blogów społecznościowych są:

- **TUMBLR**: to wirtualne narzędzie do blogowania i mikroblogowania, które umożliwia użytkownikom udostępnianie krótkich treści tekstowych z elementami multimedialnymi, takimi jak linki, obrazy, cytaty, rysunki itp.
- **TELEGRAM**: Oprócz aplikacji do przysyłania wiadomości, Telegram jest jednym z nowych narzędzi do tworzenia publicznych lub prywatnych kanałów, w których można transmitować na żywo audio i wideo oraz pisać na wiele różnych tematów.
- **MEDIUM**: to platforma blogowa stworzona przez współzałożycieli Twittera, o tej samej strukturze, ale gdzie pomysły i historie są udostępniane bez limitu znaków i nie tylko dla znajomych, nawet jeśli dostęp jest tylko za zaproszeniem.
- **WORDPRESS**: to system zarządzania treścią o otwartym kodzie źródłowym, który ułatwia tworzenie i zarządzanie stroną internetową lub blogiem obejmującym szeroki zakres tematów wykorzystywanych przez każdego, kto chce utrzymać obecność online w sieci, dzieląc się wiadomościami i informacjami.

○ **SIECI DYSKUSYJNE**

Za pośrednictwem tych platform społecznościowych ludzie na całym świecie mają możliwość omawiania wiadomości, informacji i opinii dotyczących szerokiego zakresu tematów lub problemów, od finansów po politykę i zabawne wiadomości. Ludzie widzą dyskusje dotyczące treści i dołączają do nich, aby zobaczyć, co ludzie komentują lub mówią. Najbardziej znanymi przykładami sieci dyskusyjnych są:

- **REDDIT**: to społecznościowy serwis informacyjny i forum, na którym treści są społecznie wspierane i promowane przez członków serwisu poprzez głosowanie. Rzeczywiście, nazwa pochodzi od słów "czytam to" (ang. "I read it"), ponieważ

zakłada się, że ludzie czytają opinie, przemyślenia, informacje i doświadczenia zamieszczone w serwisie i przekazują swoje opinie, uczestnicząc w dyskusji.

- **QUORA:** to globalna platforma internetowa umożliwiająca zadawanie pytań i udzielanie odpowiedzi związanych z szerokim zakresem tematów. Treść jest generowana przez użytkowników, ponieważ osoby korzystające z tej platformy tworzą, edytują i organizują odpowiedzi.

o SIECI OPINII KLIENTÓW

Dzięki tej kategorii mediów społecznościowych użytkownicy mogą znajdować, udostępniać i przeglądać różne informacje o różnych produktach, **usługach lub markach**. Gdy firma ma pozytywne recenzje, jej wypowiedzi stają się bardziej wiarygodne, ponieważ opinie na ich temat oznaczają dowód społeczny. Sieci te oferują użytkownikom miejsce do recenzowania różnego rodzaju produktów i usług, z których korzystali. Najlepsze sieci recenzji to TripAdvisor, Yelp lub Zomato.

W skrócie, podsumowanie różnorodności mediów społecznościowych skategoryzowanych według celu przedstawiono w poniższej tabeli:

CEL	RODZAJ MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH	PRZYKŁADY
Debatowanie i omawianie tematów oraz dzielenie się opiniami na tematy związane z Internetem	Fora dyskusyjne	Reddit Quora
Oglądanie filmów	Platformy wideo	YouTube TikTok Facebook Stories i rolki na Instagramie
Tworzenie społeczności	Platformy społecznościowe	Grupy na Facebooku Slack
Udostępnianie krótkich wiadomości zarówno prywatnie, jak i publicznie przez 24 godziny	Znikające treści	Stories na Instagramie Snapchat Stories na Facebooku
Posłuchaj rozmów na żywo na różne tematy	Platformy dźwiękowe	Twitter Spotify Clubhouse
Transmisje wideo na żywo organizowane przez jedną osobę lub w formie konferencji z wieloma osobami.	Transmisje na żywo	YouTube, Instagram Facebook TikTok Twitch
Współpraca z profesjonalistami	Platformy biznesowe	LinkedIn Twitter
Poszukiwanie informacji i inspiracji w szerokim zakresie (zakupy, podróże, sport, jedzenie, pogoda itp.).	Platformy inspiracji	Pinterest, YouTube Instagram Blogi

CEL	RODZAJ MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH	PRZYKŁADY
Nadawanie wiadomości i informacji	Platformy informacyjne	Telegram

2.1.2. Jakie są korzyści z korzystania z mediów społecznościowych?

Nie da się zaprzeczyć, że w dzisiejszych czasach każdy jest na jakiejś platformie mediów społecznościowych, niezależnie od wieku, płci, pochodzenia społecznego i kulturowego czy wykształcenia i statusu zatrudnienia. Nastolatki na TikToku, influencerzy, dorośli i małe firmy na Instagramie i Facebooku lub profesjonalści na LinkedIn: media społecznościowe to pierwsza opcja, która przychodzi na myśl, gdy szuka się możliwości nawiązania kontaktu, a także szukania informacji w dowolnej dziedzinie.

Ogólnie rzecz biorąc, ludzie korzystają z mediów społecznościowych na poziomie osobistym, aby pozostać w kontakcie z przyjaciółmi i dalszą rodziną. Niektórzy używają różnych aplikacji społecznościowych do tworzenia karier w sieci, znajdowania ludzi na całym świecie o podobnych zainteresowaniach i dzielenia się swoimi przemyśleniami, uczuciami, spostrzeżeniami i emocjami. Ci, którzy angażują się w te działania, są częścią wirtualnej sieci społecznościowej.

Media społecznościowe są również niezbędnym narzędziem dla firm, które wykorzystują platformy do znajdowania i angażowania klientów, zwiększania sprzedaży poprzez reklamę i promocję, oceny trendów konsumenckich oraz oferowania obsługi klienta lub wsparcia.

Media społecznościowe, jeśli są inteligentnie wykorzystywane, mogą przynieść wiele korzyści. Będąc najlepszą formą bezpośredniego kontaktu z docelowymi odbiorcami, platformy te mają wszelkie kwalifikacje, aby poprawić życie każdego człowieka.



Stworzone przez TUCEP

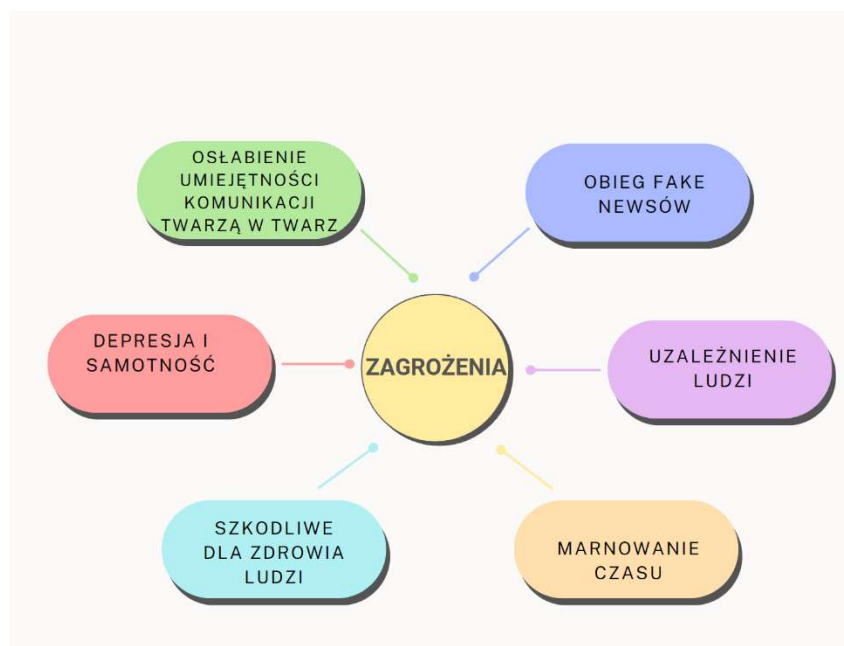
Oto **kilka korzyści** płynących z inteligentnego korzystania z różnych mediów społecznościowych:

- **Nawiązywanie relacji i pozostawanie w kontakcie.** Media społecznościowe ułatwiają znalezienie grup ludzi o podobnych poglądach lub nawiązanie nowych znajomości. Znalezienie przyjaznej społeczności może pomóc nam poczuć się docenionym i zaakceptowanym. Media społecznościowe to również łatwy sposób na utrzymanie istniejących relacji z rodziną i przyjaciółmi, którzy są daleko od nas, poprzez wysyłanie wiadomości, udostępnianie zdjęć, wykonywanie połączeń telefonicznych lub połączeń wideo w celu pozostania w kontakcie. W mediach społecznościowych można dotrzeć do nowych kontaktów i rozpocząć rozwijanie relacji z nimi. Ten poziom łączności jest wyjątkową zaletą mediów cyfrowych.
- **Wzrost poziomu wiedzy.** W mediach społecznościowych omawiane są różne tematy, stare i nowe. Czytanie lub uczestniczenie w rozmowach może poruszyć ważne tematy, na które należy zwrócić uwagę i które warto omówić z zaufanymi osobami. Ponadto media społecznościowe dają nam możliwość dołączenia do grup branżowych, aby uczestniczyć w dyskusjach, uczyć się i rozwijać.
- **Rozsyłanie wiadomości.** Media społecznościowe są jednym z najszybszych sposobów rozpowszechniania wiadomości z całego świata. Z jednej strony może to być przytłaczające, ale z drugiej strony informuje nas o ważnych wydarzeniach. Co więcej, media społecznościowe zapewniają każdej osobie możliwość szybkiego promowania i rozpowszechniania wiadomości o imprezie lub wydarzeniu zarówno lokalnie, jak i globalnie.
- **Nauka i edukacja.** Media społecznościowe to świetne miejsce dla wszystkich ludzi, gdzie można znaleźć ekspertów, profesjonalistów, samouczki i programy szkoleniowe, które pozwalają zdobyć nowe umiejętności i wiedzę, a także poprawić swoje kompetencje dzięki bezpłatnym kursom online, treściom i webinarom oferowanym w sieci. Wielu influencerów otwarcie dzieli się swoją wiedzą, aby pomóc innym w rozwoju. Jest to również idealna przestrzeń dla firm do reklamowania swoich usług i produktów.
- **Oferowanie/otrzymywanie wsparcia.** Media społecznościowe są doskonałym narzędziem do podnoszenia świadomości na temat ważnej sprawy lub wspierania innych osób realizujących ważne projekty leżące w interesie publicznym. W sferze prywatnej media społecznościowe są narzędziem do oferowania i otrzymywania wsparcia dla wykonywanej pracy, takiej jak zakładanie nowej firmy lub dzielenie się projektami. Jest to również sposób na znalezienie kontaktów w swojej dziedzinie zainteresowań poprzez dzielenie się swoją wiedzą i umiejętnościami oraz zdobywanie nowych.
- **Rozwijanie umiejętności miękkich, takich jak empatia.** Kiedy ludzie dzielą się osobistymi lub niepokojącymi rzeczami w Internecie, istnieje możliwość okazania empatii poprzez wspieranie, zachęcanie innych i okazywanie zainteresowania tym, co się z nimi dzieje za pośrednictwem wiadomości i komentarzy. Ponadto obserwowanie, jak inni przezwyciężają trudne okoliczności, może być inspirujące i pomóc nam spojrzeć na sprawy z nowej perspektywy.
- **Znalezienie swojego głosu.** Media społecznościowe dają ludziom w każdym wieku możliwość rozwijania platformy otwartej dla szerokiego grona odbiorców w celu dzielenia się informacjami, wiadomościami i opiniami. Pomaga to ludziom budować pewność siebie, zdobywać nowe umiejętności komunikacyjne i szybko rozpowszechniać ważne i pozytywne wiadomości.

2.1.3. ...a co z zagrożeniami?

Wysoka dostępność, szybkość rozprzestrzeniania się informacji i niskie koszty sprawiają, że media społecznościowe są najszybszym i najłatwiej dostępnym środkiem komunikacji i informacji dla każdego. Pojawienie się nowych technologii i lepszego dostępu do internetu dla wszystkich w rzeczywistości przekształciło użytkowników ze zwykłych konsumentów treści w ich aktywnych producentów: każdy może tworzyć nowe treści, które każdy może edytować, udostępniać i rozpowszechniać do woli.

Jest to jeden z głównych powodów, dla których media społecznościowe mogą stać się łatwym celem dla fake newsów tworzonych i rozpowszechnianych przez pozbawionych jakichkolwiek skrupułów użytkowników.



Stworzone przez TUCEP

Chociaż media społecznościowe mają swoje pozytywne strony, jak wyjaśniono powyżej, istnieje również strona negatywna związana z kilkoma **zagrożeniami**, takimi jak poniżej:

- **Oslabienie umiejętności komunikacji twarzą w twarz.** Ponieważ większość ludzi korzysta z mediów społecznościowych do komunikowania się z innymi, jednym z najgorszych aspektów jest to, że zmniejsza to zdolność do komunikowania się twarzą w twarz. Wszyscy używają mediów społecznościowych do interakcji z innymi, w wyniku czego stopniowo niszczą swoją zdolność do interakcji osobistej, która obejmuje zestaw innych umiejętności osobistych. Wiele doświadczeń pokazuje, że ludzie, którzy komunikowali się za pośrednictwem mediów społecznościowych, nie nauczyli się, jak komunikować się twarzą w twarz, a w konsekwencji fizyczna komunikacja stała się dla nich niezwykle trudna. W oparciu o badania naukowe, może to zwiększać ryzyko zachorowania na chorobę afektywną dwubiegunową i inne zaburzenia psychiczne.
- **Fake newsy.** Media społecznościowe odgrywają znaczącą rolę w rozpowszechnianiu fake newsów, ponieważ ludzie z łatwością tworzą fałszywe posty w mediach społecznościowych i dzielą się nimi z innymi na całym świecie, rozpowszechniając je w grupach. Ponadto brak systemu weryfikacji sprawia, że jeszcze łatwiej jest tworzyć fałszywe wiadomości na różne tematy i publikować je w mediach społecznościowych. Inne osoby mogą również udostępniać

i przekazywać je innym osobom i grupom, rozpowszechniając fałszywe wiadomości na całym świecie.

- **Uzależnienie ludzi.** Jednym z najgorszych aspektów mediów społecznościowych jest możliwość uzależnienia się od nich, co stanowi poważne globalne zagrożenie związane z mediami społecznościowymi. Większość osób korzysta z mediów społecznościowych tak często, że uzależnia się od nich. Nieustannie przeglądają swoje kanały informacyjne i współtworzą je. Większość osób stale przegląda swoje kanały informacyjne, uzależniając się od nich, bez względu na wiek. Wprowadzenie mediów społecznościowych do życia ludzi znacznie przyczyniło się do ich wykluczenia ze społeczeństwa i świata przyrody. Żyjąc jak w wirtualnej bańce, wiele osób szuka schronienia w mediach społecznościowych, aby uniknąć tego, co dzieje się w otaczającym ich świecie, myśląc, że mogą uciec od konsekwencji.
- **Marnowanie czasu.** Wiele osób korzysta z mediów społecznościowych z różnych powodów: dla zrelaksowania się, w celach osobistych lub zawodowych. Aktywność ta wymaga jednak pewnej ilości czasu, biorąc pod uwagę, że kiedy zaczynasz przeglądać lub przewijać media społecznościowe, czas mija tak szybko, że nie zdajesz sobie z tego sprawy. Nie demonizując korzystania z mediów społecznościowych, oczywisty jest fakt, że łatwo jest marnować cenny czas na media społecznościowe, czas, który można zamiast tego poświęcić na bardziej produktywnie i zdrowe działania.
- **Szkodliwe dla zdrowia ludzi.** Media społecznościowe szkodzą również zdrowiu ludzi. Nadmierne korzystanie z platform mediów społecznościowych zostało powiązane z wieloma problemami zdrowotnymi u ludzi. Ludzie zaczynają prowadzić siedzący tryb życia z powodu ciągłego korzystania z platform mediów społecznościowych o każdej porze dnia i nocy. Sprzyja to wzrostowi otyłości, ponieważ coraz więcej użytkowników mediów społecznościowych woli spędzać czas przed urządzeniami mobilnymi niż spacerować na świeżym powietrzu lub uczestniczyć w zajęciach fizycznych i grach. Powoduje to szereg problemów w ich codziennej rutynie zdrowotnej i naraża ich na różne szkodliwe zaburzenia.
- **Depresja i samotność.** Ludzie, którzy spędzają zbyt dużo czasu w mediach społecznościowych, często popadają w depresję i samotność. W rzeczywistości, zwłaszcza od czasu pandemii Covid-19, media społecznościowe stały się głównym narzędziem komunikacji międzyludzkiej, sprzyjając samotności. Czasami wydaje nam się, że mamy wielu przyjaciół na podstawie obserwujących nas w mediach społecznościowych, ale w rzeczywistości okazuje się, że jesteśmy bardzo samotni.

Co więcej, ilość czasu spędzanego przed urządzeniami ma znaczący wpływ na nasz mózg: powoduje nie tylko depresję, ale także inne objawy złego stanu zdrowia psychicznego, od lęku i bezsenności po chroniczny stres i brak poczucia własnej wartości.

2.1.4. Media społecznościowe i newsy

Aby móc wykrywać fake newsy w mediach społecznościowych, ważne jest, aby znać znaczenie pojęcia "**news**" i określić, co może sprawić, że będzie on popularny.

Potencjalnie każde wydarzenie może być newsem i staje się nim, gdy przyciąga zainteresowanie opinii publicznej: możemy zatem powiedzieć, że tym, **co czyni wydarzenie newsem, jest jego relacja z publicznością.**

W tym momencie pojawia się pytanie: jakie cechy sprawiają, że newsy są interesujące, a tym samym popularne w oczach opinii publicznej?

Istnieją **kryteria**, zwane "wartościami newsów", które pozwalają nam ocenić zdolność newsa do wzbudzenia zainteresowania i ciekawości czytelnika/słuchacza. Przyjrzyjmy się niektórym z tych kryteriów:

- **COŚ NOWEGO**: jeśli wydarzenie powtarza się z pewną częstotliwością i ma te same cechy, przez co nie jest już nowe, mało prawdopodobne jest, aby znów przyciągnęło zainteresowanie opinii publicznej i po prostu straci na popularności.
- **BIEŻĄCE** wydarzenia, które miały miejsce lub zostały odkryte na tyle niedawno, aby wzbudzić ciekawość czytelników. Jest to ważna koncepcja, na której opiera się również konkurencyjność produktu redakcyjnego/medialnego.
- **BLISKOŚĆ**: im wydarzenie jest bliższe czytelnikom (pod względem geograficznym, psychologicznym, kulturowym itp.), tym bardziej prawdopodobne jest, że przyciągnie uwagę publiczności i stanie się potencjalnie popularne.
- **ROZMIAR**: Im większy rozmiar wydarzenia, tym większy wpływ może ono mieć na publiczność czytelników/widzów.
- **DRAMATYCZNOŚĆ**: newsy, które wywołują silne emocje lub wrażenia, wzbudzają ciekawość opinii publicznej znacznie bardziej niż nudne wiadomości.
- **PRAKTYCZNE KONSEKWENCJE**: newsy, które mają bezpośredni wpływ na codzienne życie ludzi są potencjalnie bardziej popularne niż newsy, które nie mają związku z codziennym życiem (np. wzrost kosztów życia, nowe przepisy, które wprowadzają zmiany w życiu ludzi, kryzysy gospodarcze).

W dzisiejszych czasach media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w rozpowszechnianiu newsów. Rzeczywiście, jednym z najbardziej charakterystycznych aspektów dzisiejszego społeczeństwa jest **szybkość** i dotyczy to również dziedziny informacji: media społecznościowe stały się tak popularne, ponieważ dostarczane przez nie newsy rozprzestrzeniają się tak szybko, są stale aktualizowane i stanowią doskonałe narzędzie do bycia na bieżąco z tym, co dzieje się w każdej części świata.

Chociaż media społecznościowe przyniosły pozytywne zmiany, nie powinniśmy lekceważyć ich negatywnych konsekwencji. Szybkie i natychmiastowe rozprzestrzenianie się informacji dotyczy nie tylko treści uznawanych za "ważne" lub "prawdziwe", ale także fake newsów, które sprawiają, że ludzie wpadają w pułapkę dezinformacji.

Duża ilość fake news krąży w sieciach społecznościowych i nawet jeśli nie wszystkie z nich są zamierzone, w przypadku innych, artykuły z wymyślonymi lub atrakcyjnymi tytułami są tworzone w celu przyciągnięcia zainteresowania użytkownika do kliknięcia i otwarcia linku (zjawisko "click-baitingu"), generując w ten sposób publiczność i zyskując widoczność.

Możemy zatem stwierdzić, że pojawienie się mediów społecznościowych w odniesieniu do informacji jest mieczem obosiecznym.

Zaletą i wadą obiegu newsów w mediach społecznościowych jest ich główna cecha, czyli **dezintermediacja**. Informacje są publikowane i udostępniane w sieci w czasie rzeczywistym i bez żadnego filtra lub kontroli, ponieważ każdy użytkownik Internetu może potencjalnie być producentem treści.

Ta swoboda tworzenia treści za pośrednictwem mediów społecznościowych sprawia, że ludzie czują się wolni w wyrażaniu swoich myśli, opinii, wartości i nastrojów bez ponoszenia konsekwencji. Prowadzi to do tego, że ludzie nie są zbyt dobrze poinformowani i wierzą w to, że mają bardzo słuszną opinię na określony temat, dlatego, że przeczytali artykuły w mediach społecznościowych a w rzeczywistości nic o nim nie wiedzą.

Na czym więc opiera się wiarygodność newsa krążącego w mediach społecznościowych?

Wiarygodność i rzetelność wydawcy treści internetowych nie wynika z jego umiejętności lub doświadczenia jako redaktora lub profesjonalisty w dziedzinie, do której odnoszą się newsy, ale z jego widoczności zbudowanej dzięki zdolności do wzbudzania ciekawości u potencjalnych czytelników.

Tym, co utrudnia sprawdzenie, czy news w mediach społecznościowych jest rzetelny i pochodzi z wiarygodnego źródła, jest ogromna wolność słowa, która pozwala na tworzenie ogromnej ilości treści w sieci.

Co więcej, w przeciwieństwie do newsów publikowanych w tradycyjnych gazetach, informacje krążące w sieci i mediach społecznościowych nie muszą być zgodne z deontologią dziennikarską i nie są nawet kontrolowane przez systemy weryfikacji źródeł.

Wszystko to potwierdza stwierdzenie amerykańskiego poety i naukowca, Charlesa Simica, który określił okres historyczny, w którym żyjemy, jako "wiek ignorancji", w którym jesteśmy otoczeni dezinformacją przekazywaną za pomocą narzędzi takich jak sieć i media społecznościowe.

2.1.5. Jak rozpoznać fake news krążący w mediach społecznościowych?

Jak pokazano do tej pory, nie ulega wątpliwości, że fake newsy znajdują żyzny grunt w mediach społecznościowych z wielu powodów wymienionych w poprzednich akapitach. Według raportu 'Router Institute Digital news report 2021'¹¹, Uniwersytetu Oksfordzkiego, w którym przebadano około 46 krajów, wiarygodność newsów czytanych w mediach społecznościowych pozostaje wysoka, a Facebook został uznany za głównego producenta fake newsów w mediach społecznościowych.

Chociaż większość ludzi twierdzi, że wie, czym są fake newsy i wielu uważa, że jest w stanie odróżnić je od prawdziwych wiadomości, pojawia się pytanie, dlaczego zjawisko wprowadzania ludzi w błąd jest nadal tak powszechne.

Odpowiedź tkwi w fakcie, że ludzie są zbyt pewni swoich umiejętności, ale w rzeczywistości nie każdy jest w stanie odróżnić prawdziwe informacje od fałszywych informacji krążących w mediach społecznościowych.

Jak zatem rozpoznać fake newsy krążące w mediach społecznościowych?

Ponieważ media społecznościowe są platformą publiczną, na której każdy może publikować wszystko bez odpowiedzialności za sprawdzanie faktów, to od użytkowników zależy odróżnienie informacji wprowadzających w błąd od dezinformacji. **Tym, co odróżnia informację wprowadzającą w błąd od dezinformacji, jest intencja osoby lub kanału, który ją udostępnia.**

INFORMACJE WPROWADZAJĄCE W BŁĄD (MISINFORMATION)	DEZINFORMACJA
Informacje wprowadzające w błąd to fałszywe lub niedokładne informacje.	Dezinformacja to fałszywa informacja, która MA na celu celowe wprowadzenie w błąd poprzez celowe mylenie faktów.

¹¹ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

Są one klasyfikowane jako "fałszywe lub wprowadzające w błąd treści, w tym mistyfikacje, teorie spiskowe, sfabrykowane newsy, nagłówki zachęcające do kliknięcia, a nawet satyra". Wprowadzenie w błąd (Misinformation) NIE MA na celu umyślnego wprowadzenia w błąd. Zamiast tego ma na celu kształtowanie lub zmianę opinii publicznej na dany temat.	Może być rozpowszechniana przy użyciu tych samych metod, co wprowadzanie w błąd: oszustwa, clickbaity, zmyślane newsy. Dezinformacja jest tworzona w celu oszukiwania .
---	--

Istnieje kilka powodów, dla których konta w mediach społecznościowych osób fizycznych, a nawet firm, mogą rozpowszechniać informacje wprowadzające w błąd. Może to mieć na celu zwiększenie skuteczności marketingu w mediach społecznościowych, zwiększenie ruchu online, zwiększenie liczby obserwujących własną stronę lub firmę, wywołanie reakcji emocjonalnej lub odwrócenie uwagi.

Informacje wprowadzające w błąd mogą być niebezpieczne w mediach społecznościowych, ponieważ ogromna ilość informacji i długość progu uwagi odbiorców pozwala twórcom fake news na sprawowanie kontroli nad czytelnikami.

Jeśli chcesz stać się bardziej obeznanym z mediami i być w stanie zidentyfikować fake news, możesz zadać sobie następujące pytania:

- ✓ Czy konto, które udostępniło post, ma emocjonalny lub zawodowy interes w tych wypowiedziach?
- ✓ Na czym koncentruje się treść?
- ✓ Czy informacje są uzasadnione?
- ✓ Czy ta treść jest wiarygodna lub czy wspomina o wiarygodnych źródłach?
- ✓ Dlaczego news jest ważny dla właściciela konta, który go udostępnił?

2.2. POPULARNE FAKE NEWSY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Media społecznościowe i związane z nimi nowe formy relacji stały się główną przestrzenią wymiany informacji, opinii, nawiązywania kontaktów, ale także pracy i nauki. Za pośrednictwem platform cyfrowych informacje są tworzone i rozpowszechniane przez każdego, relacje prywatne i publiczne są przekształcane, a zjawiska społeczne i polityczne są pod silnym wpływem mediów społecznościowych.

Jednocześnie narzędzia te pokazały swoją moc i zawrotną prędkość w przekazywaniu informacji i newsów o znaczeniu ogólnym oraz w relacjonowaniu faktów o znaczeniu publicznym.

Z biegiem czasu, wszystkie te działania ułatwiły rozprzestrzenianie się popularnych fake newsów w różnych dziedzinach i sferach życia publicznego i prywatnego.

2.2.1. Najpopularniejsze obszary

W jakich obszarach fake news są najczęściej spotykane, a co za tym idzie - najbardziej popularne?

W oparciu o raport krajowy opracowany na poziomie ponadnarodowym przez organizacje partnerskie MCRE, koncentrujący się na analizie fake newsów w sześciu krajach UE (Rumunia,

Włochy, Cypr, Polska, Portugalia, Hiszpania), stwierdzono, że główne obszary, w których krążą fake newsy są następujące:

- polityka i rząd,
- zdrowie,
- środowisko,
- gospodarka i biznes,
- rozrywka i sport.

2.2.2. Kilka przykładów

Ciągły przepływ informacji udostępnianych w czasie rzeczywistym sprawił, że media społecznościowe stały się podstawowym elementem naszego społeczeństwa i środkiem informacji o bieżących wydarzeniach krajowych i międzynarodowych. Dzięki mnogości dostępnych platform społecznościowych, każdy ma możliwość bycia na bieżąco z newsami i trendami w wydarzeniach politycznych poprzez wszelkiego rodzaju treści, takie jak artykuły, posty, filmy, transmisje na żywo, tweety i wiadomości udostępniane przez prywatnych obywateli, dziennikarzy i instytucje rządowe. Wszystko to pozwala nam monitorować sytuację w terenie i możliwy rozwój wydarzeń politycznych.

W dziedzinie **polityki** istnieją niezliczone przykłady fake newsów krążących w historycznych i kluczowych momentach zarówno na poziomie lokalnym/krajowym, jak i globalnym.

Wojna rosyjsko-ukraińska

Zdecydowanie najbardziej aktualny przykład dotyczy roli mediów społecznościowych w **konflikcie rosyjsko-ukraińskim**: jest to pierwszy, który jest obserwowany nie tylko przez tradycyjne media, ale także przez media społecznościowe, które mają horyzontalną i wielokierunkową komunikację, w której rządy i organy prowadzą dialog z ludnością i jednocześnie obywatele prowadzą dialog z nimi.

Od początku wojny media społecznościowe stały się środkiem zarówno komunikacji i informacji, jak i propagandy politycznej w konflikcie między Rosją a Ukrainą. Wieści te wstrząsnęły światem i słusznie zdominowały nagłówki w gazetach, mediach drukowanych i na platformach cyfrowych.

Przepływ informacji nie jest już kształtowany (tak jak w przeszłości) wyłącznie za pośrednictwem tradycyjnych mediów (telewizja, gazety czy radio): kiedyś zdjęcia czy filmy były robione wyłącznie przez fotoreporterów przebywających na terenach, gdzie toczy się wojna, a dziś każda osoba znajdująca się wewnątrz konfliktu może udokumentować to, co się tam dzieje za pomocą swojego smartfona, a następnie podzielić się tym z resztą świata za pośrednictwem Internetu.

Rzeczywiście, platformy takie jak Twitter (X), Instagram, TikTok i Telegram są wykorzystywane do opowiadania historii i przeżywania wojny z perspektywy pierwszej osoby. Czasami zdarza się, że obywatele dzielą się newsami jeszcze zanim media dotrą bezpośrednio na miejsce zdarzenia, aby jeszcze lepiej przedstawić fakty w czasie rzeczywistym.

Ta cecha stanowi **ryzyko dla wiarygodności newsów krążących w mediach społecznościowych**: z jednej strony zrozumienie wojny i tego, co się dzieje, jest ułatwione dzięki mediom społecznościowym; z drugiej strony, będąc narzędziem w rękach każdego, **może być obiektem propagandy i manipulacji, a także niezamierzonej dezinformacji**.

W rzeczywistości informacje, zarówno prawdziwe, jak i fałszywe, rozprzestrzeniają się za pośrednictwem platform cyfrowych znacznie szybciej, a wydarzenia są filmowane w czasie rzeczywistym.

Wojna na Ukrainie to moment, w którym TikTok po raz pierwszy stał się wiodącym medium społecznościowym w kształtowaniu publicznego dyskursu i opinii. Wygenerowało to strumień treści, które były udostępniane i stały się wiralami, a wiele z nich nawet nie zostało zweryfikowanych. Jest to chaos, w którym wszystko wydaje się pozbawione kontekstu i trudno jest odróżnić fikcję od rzeczywistości. Taka jest jednak struktura TikToka: niekończący się strumień krótkich filmów, chwytliwych, ale nieszczególnie zredagowanych, w których pojawiają się nie tylko treści z profili, które zdecydowaliśmy się śledzić, ale wszystko, co algorytm platformy zidentyfikuje jako interesujące dla użytkownika.

Wybory prezydenckie w USA w 2016 r.

Wybory prezydenckie w USA w 2016 roku dobrze udokumentowały wpływ możliwości rozpowszechniania fałszywych informacji za pośrednictwem platform społecznościowych. Zjawisko to wykorzystuje siłę mediów społecznościowych, umożliwiając każdemu dotarcie do milionów odbiorców z treściami, które nie są w żaden sposób sprawdzane ani weryfikowane pod kątem zgodności z faktami.

Jeśli chodzi o wyszukiwanie najświeższych newsów, Twitter (obecnie X) jest pierwszym miejscem, które przychodzi na myśl: ten portal społecznościowy został skrytykowany za swoją rolę w wyborach prezydenckich w USA w 2016 roku. Badanie przeprowadzone przez naukowców z Uniwersytetu Oksfordzkiego twierdzi, że Twitter był pełen polaryzujących i spiskowych treści podczas wyborów prezydenckich w 2016 roku. Treści te zawierały linki rosyjskiego pochodzenia, WikiLeaks i śmieciowe źródła newsów. Treści te wykorzystywały wprowadzające w błąd informacje, aby wpłynąć na zrozumienie przez czytelników kwestii publicznych poprzez dzielącą i podburzającą retorykę.

Chociaż użytkownicy mediów społecznościowych udostępniali wiele treści politycznych, ilość wiadomości i informacji politycznych napisanych przez profesjonalistów była konsekwentnie niższa niż ilość wiadomości skrajnych, sensacyjnych, spiskowych, fake newsów i innych form śmieciowych newsów.

W rezultacie rozpowszechniane fake newsy wywołały znaczną dezorientację wśród czytelników, którzy byli zmuszani do szanowania lub nienawidzenia jednego kandydata zamiast tego drugiego, często na podstawie emocjonalnych wezwań.

Covid-19

Podczas pandemii Covid-19 znacznie wzrosło wykorzystanie mediów społecznościowych jako sposobu na znalezienie newsów. Duży odsetek populacji szukał informacji o pandemii za pośrednictwem Instagrama, Facebooka i Twittera. Ludzie mieli zarówno pilną potrzebę zrozumienia, co dzieje się w nierzeczywistym czasie, którego doświadczali, jak i czuli potrzebę bycia na bieżąco. Jednak nie mogąc ocenić, czy wiadomości krążące w mediach społecznościowych pochodzą z wiarygodnych i rzetelnych źródeł, padli ofiarą fake newsów i teorii spiskowych, które znalazły podatny grunt na wielu platformach społecznościowych.

Rozprzestrzenianie się dezinformacji i informacji wprowadzających w błąd na temat COVID-19 ma bardzo poważne reperkusje, zagrażając zdrowiu publicznemu i bezpośrednio wpływając na życie ludzi.

Fake newsy, które krążą od początku pandemii, stanowią poważne zagrożenie dla zdrowia ludzi, mają na celu przede wszystkim:

- o promowanie fałszywych produktów i usług (np. fałszywych testów na Covid-19 i szczepionek),
- o zachęcanie do fałszywego poczucia bezpieczeństwa (np. wprowadzające w błąd informacje na temat leczenia),
- o wzbudzanie podejrzeń i wątpliwości co do oficjalnych wytycznych i źródeł.

2.3. KRYTYCZNE WYKORZYSTANIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W CELU UNIKNIĘCIA ROZPOWSZECHNIANIA FAKE NEWSÓW

Oferowana przez media społecznościowe możliwość poczucia się aktywną częścią ekosystemu informacyjnego rozszerza odpowiedzialność poszczególnych użytkowników i ich "społeczne" zachowanie. Użytkownicy są wzywani do "krytycznego korzystania" z sieci społecznościowych poprzez unikanie rozpowszechniania, bez indywidualnej kontroli, treści i wiadomości o niskiej jakości i wiarygodności. Ma to na celu ochronę zarówno wiarygodności użytkownika, jak i, bardziej ogólnie, wiarygodności systemu informacyjnego.

„To, co mówimy, posty, które lubimy i treści, które udostępniamy, stają się częścią przepływu informacji w naszych kontaktach. Każdy z nas jest "medium" i powinniśmy czuć się odpowiedzialni za nasze działania i wybory w tych cyfrowych środowiskach. Bycie w pełni świadomym naszych zachowań online może sprawić, że będziemy razem lepsi i wniesiemy pozytywny i konstruktywny wkład w ekosystem informacyjny”.

Valigia Blu (Włoska społeczność informacyjna),

post z dnia 20.10.2016

Ponieważ dzisiejszy cyfrowy i wirtualny świat oferuje nam możliwość aktywnego uczestnictwa, rozpowszechniania i tworzenia treści, ważne jest, aby zdobyć wiedzę, postawy i umiejętności, aby rozpoznać, kiedy i jakie informacje są potrzebne, gdzie i jak uzyskać te informacje, jak je krytycznie ocenić, a przede wszystkim jak z nich korzystać w sposób etyczny. Ten zestaw wiedzy i umiejętności nazywany jest **kompetencjami medialnymi i informacyjnymi**, zdefiniowanymi przez UNESCO¹².

Jak wspomniano powyżej, w dzisiejszych czasach jesteśmy przytłoczeni mnóstwem newsów: niektórych prawdziwych, innych fałszywych, a jeszcze innych błędnych. Oprócz rozwijania umiejętności takich jak krytyczne myślenie, możemy nauczyć się rozróżniać, które newsy są prawdziwe poprzez praktykę: oznacza to nie poprzestawanie na tym, co wydaje nam się prawdziwe, ale zadawanie pytań, uważne czytanie i szukanie dowodów na poparcie tego, co czytamy.

Wszystkie osoby korzystające z mediów społecznościowych odgrywają ważną rolę w zapobieganiu rozprzestrzenianiu się fake newsów, upewniając się, że coś jest wiarygodne, zanim się tym podzielią. Co więc możemy zrobić, aby rozpoznać fałszywe treści dostępne w Internecie? Kiedy konieczne jest podwójne sprawdzenie treści zanim udostępnimy ją w sieci?

Nie powinniśmy posuwać się do obalania wszystkiego, co pojawia się w mediach społecznościowych, ale musimy przyjąć **określone zachowania i rozwijać umiejętności**, które pozwolą nam dokonać właściwej oceny newsów, z którymi się zetknęliśmy, jak wyjaśniono poniżej.

Kiedy natkniesz się na newsa krążącego po sieci za pośrednictwem mediów społecznościowych, powinieneś najpierw zadać sobie kilka pytań, zanim udostępnisz lub przekażesz dalej post lub artykuł, takich jak:

¹² <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

Czy jestem pewny/a źródła? Czy jest to gorący lub kontrowersyjny temat? Czy osoba czytająca mój post oparłaby ważną decyzję na podstawie tego, co udostępniam? Czy wydaje się to "zbyt piękne, by mogło być prawdziwe"?

Aby ułatwić analizę newsa krążącego w sieci, warto rozważyć pięć następujących pytań:

Jakiego rodzaju fałszywe treści?

Przed uwierzeniem w coś lub udostępnieniem czegoś, ważne jest, aby zidentyfikować, czy jest to prawdziwa czy fałszywa treść. Wśród różnych rodzajów fałszywych informacji, które są rozpowszechniane, najbardziej istotne są:

Mistyfikacje (Hoaxes) i fake newsy: Są to wiadomości rozpowszechniane z zamiarem wprowadzenia ludzi w błąd. Powody, dla których takie newsy są rozpowszechniane, mogą być różne: powody polityczne, ideologiczne, złośliwe intencje, aby sławne osoby wypadły źle, korzyści finansowe itp. Mistyfikacja staje się "medialna", gdy jest rozpowszechniana i wzmacniana przez środki masowego przekazu, celowo lub nieumyślnie, z powodu niewystarczającej weryfikacji źródeł newsa.

Oszustwa (Scams): Pojawiają się newsy lub posty, których celem jest "kradzież" danych osobowych użytkownika lub skłonienie go do kliknięcia linku, który spowoduje pobranie złośliwego oprogramowania na jego komputer.

Reklamy: Czasami pojawiają się fałszywe reklamy podszywające się pod prawdziwe treści, które mogą wprowadzać czytelników w błąd.

KTO rozpowszechnia te newsy?

Dorośli są bardziej skłonni zaufać treści wiadomości, jeśli została ona udostępniona przez osobę, której ufają, więc zawsze należy zidentyfikować osobę, która ją opublikowała. Jeśli osoba, która udostępniła newsa, nie wskazała jego źródła, należy je sprawdzić i nie zakładać, że źródłem jest gazeta, sieć telewizyjna lub internetowy serwis informacyjny.

Po zidentyfikowaniu źródła dowiedz się, kim jest autor i dlaczego można go uznać za wiarygodne źródło rozpowszechnianych przez niego newsów. W zależności od rodzaju źródła, możesz przeprowadzić następujące czynności sprawdzające:

- **Strona internetowa:** sprawdź, czy dany adres internetowy istnieje.
- **Artykuł naukowy lub zdrowotny:** wyszukaj nazwisko autora, aby zobaczyć, co się pojawi.
- **Zdjęcie/artykuł o czymś, co dzieje się w danym miejscu:** sprawdź, czy inne newsy/zdjęcia o tym wydarzeniu zostały już opublikowane.

DLACZEGO te newsy są rozpowszechniane?

Ważne jest, aby zidentyfikować powód, dla którego dana wiadomość została podana: pamiętaj, że sensacyjne lub ekstrawaganckie wiadomości lub nagłówki często ukrywają fałszywe wiadomości. Konieczne jest badanie za pomocą pytań przewodnich, takich jak:

Czy chce mnie rozśmieszyć? Przestraszyć? Rozzłościć mnie? Czy używa emocjonalnie nacechowanych słów lub obrazów, aby wywołać we mnie emocje?

Należy również pamiętać, że niektóre źródła fake newsów proponują historie z zamiarem wzbudzenia w użytkowniku nadziei, że są one prawdziwe, aby skłonić go do kliknięcia i rozpowszechnienia ich: należy więc uważać na historie, w które chce się wierzyć.

KIEDY news zaczął się rozprzestrzeniać?

Wiele newsów jest publikowanych więcej niż raz: możesz wyszukać artykuł, aby sprawdzić, czy był już wcześniej publikowany. W przypadku zdjęć można wyszukać opis zdjęcia, aby sprawdzić, czy nie pojawi się coś opublikowanego wcześniej.

Kolejnym sygnałem, który należy wziąć pod uwagę przy ocenie wiarygodności newsa, jest czas aktywności konta osoby publikującej newsa. Jeśli konto wydaje się być nowe lub niedawno zaczęło publikować posty bez jakiegokolwiek wcześniejszej historii, należy zwrócić na to uwagę.

GDZIE mogę się dowiedzieć, czy to coś prawdziwego?

W sieci istnieją metody pozwalające zrozumieć, czy dany news jest prawdziwy, czy nie:

- ✓ W celu sprawdzenia newsów online można skorzystać ze specjalnych stron monitorujących prawdziwość faktów, takich jak www.factcheck.org www.snopes.com www.poynter.org www.PolitiFact.com (na poziomie międzynarodowym) i inne podobne strony na poziomie krajowym.
- ✓ W przypadku obrazów można przeprowadzić wyszukiwanie wsteczne w serwisie TinEye (www.tineye.com) gdzie znajdziesz informacje o tym, gdzie pojawił się obraz, a także pokaże podobne obrazy, aby określić, czy obraz został zmodyfikowany.

W skrócie, bez konieczności zostania "osobą oceniającą" lub "sprawdzającą fakty", możesz postępować zgodnie z przydatnymi wskazówkami, aby wykryć, czy to, co czytasz, może być niedokładne, niepoprawne lub nawet fałszywe.

3. DALSZA LEKTURA

Czym są media społecznościowe w prostym angielskim - stworzone przez Rapid Learning Life

<https://www.youtube.com/watch?v=jQ8J3IHhn8A>

Media społecznościowe, objaśnienia dla początkujących ze wskazówkami, historią, nauką, zasobami

<https://www.youtube.com/watch?v=ltoTvKPhgFk>

10 najpopularniejszych platform mediów społecznościowych w 2023 r.

<https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms#:~:text=The%20latest%20statistics%20show%20that,are%20active%20users%20of%20Facebook>

"25 zalet mediów społecznościowych, o których warto pamiętać"

<https://www.youtube.com/watch?v=3zQtfnCdcNw>

Jakie są niebezpieczeństwa związane z nadmiernym udostępnianiem treści w mediach społecznościowych?

<https://www.youtube.com/watch?v=e2xm5fc5MQk>

"Wiarygodne źródło: pięć wskazówek, jak ustalić, czy źródło jest wiarygodne"

<https://www.youtube.com/watch?v=tdcmjPR7Ntw>

4. BIBLIOGRAFIA

“Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users” - <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://www.digitalvidya.com/blog/types-of-social-media/>

<https://www.webfx.com/blog/social-media/types-of-social-media/#:~:text=Reddit%20is%20a%20popular%20discussion,communities%20covers%20a%20different%20topic>

<https://giustocontatto.it/quando-un-tuo-evento-diventa-una-notizia/>

<https://www.culturedigitali.org/i-social-media-in-guerra-tra-informazione-e-disinformazione/>

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/guerra-il-ruolo-centrale-di-tiktok-per-informazione-e-fake-news/>

<https://www.jumpstartmag.com/top-fake-news-stories-on-social-media/>

Parkinson, H. J. Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. The Guardian (2016)

<https://www.europol.europa.eu/covid-19/covid-19-fake-news>

<https://www.indypl.org/blog/for-adults/fake-news>

<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> How to spot fake news?, Eugene Kiely, Lori Robertson, posted on November 18, 2016

https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/tipsheet_false_content.pdf