
Jak rozpoznać dezinformację?

Data publikacji: 5.12.2024 12:15

Dezinformacja to działanie w pełni celowe i zamierzone. Polega na przekazywaniu fałszywych albo zmanipulowanych informacji, które mają wprowadzać odbiorców w błąd. Celem kampanii dezinformacyjnych jest między innymi polaryzacja społeczeństwa poprzez narzucanie narracji wzbudzających poczucie zagrożenia, a także strachu. Dezinformację określamy także jako „fake news”. Jak się przed tym bronić?

„Fake news”. Jak się przed tym bronić?

Włącz krytyczne myślenie i nie daj się emocjom.

Jedną z podstawowych zasad przy weryfikacji tzw. newsa wzbudzającego niepokój u odbiorcy, jest jego niepowielanie, czyli nieprzesyłanie informacji dalej, dopóki jej nie zweryfikujemy. Działając pod wpływem emocji, czyli impulsywnego rozpowszechniania nieprawdziwych informacji, możemy narazić się na przykre konsekwencje, np. osobiste jak ośmieszenie, a w skrajnych przypadkach karne, gdy naruszymy dobra osobiste innych osób i ktoś nas pozowie o zniesławienie. Stąd tak ważne jest nieuleganie emocjom i sprawdzanie wiarygodności informacji pozyskanych z sieci.

Źródło i rzetelność informacji.

Kiedy czytamy w mediach społecznościowych informacje czy opinie innych osób, co do zasady nie zastanawiamy się nad tym, czy są one „spreparowane”. W obecnych czasach, kiedy dezinformacja staje się coraz bardziej powszechna, trzeba mieć na względzie, że w Internecie działają tzw. trolle albo wręcz farmy trolli internetowych. Ich głównym zadaniem jest manipulowanie, dezinformowanie, a niejednokrotnie wprowadzanie chaosu informacyjnego w społeczeństwie. Stąd tak istotne jest, aby szczególnie w social mediach nie ufać wszystkiemu, co ludzie udostępniają. Warto poznać źródło informacji, przyjrzeć się właścicielowi danej informacji (jego kontu/profilowi). Może okazać się, że taka osoba w ogóle nie istnieje, a zatem przekazywane przez nią wiadomości są nieprawdziwe.

Co zrobić, kiedy otrzymamy niezweryfikowane informacje?

W takim przypadku warto zastosować zasadę ograniczonego zaufania i krytycznego myślenia. Należy sprawdzić w wyszukiwarce internetowej lub w innych mediach (portale informacyjne, prasa, telewizja, radio), czy tam również pojawiły się takie informacje. Jeżeli „news” znajduje się również w innych mediach, jak np. agencje prasowe, to możemy uznać, że przekazywana informacja jest wiarygodna. Z kolei, jeśli podejrzana informacja dotyczy np. danej firmy czy organizacji, to możemy dodatkowo sprawdzić taką wiadomość na ich oficjalnych stronach internetowych. Jeżeli pozytywnie zweryfikowaliśmy dany wpis, to wtedy możemy przesłać dalej/udostępnić taką informację.

Trzeba jednak pamiętać, że pojawiają się także fałszywe informacje, czyli fake newsy, których nie da się łatwo zweryfikować. W takiej sytuacji przychodzą nam z pomocą specjalne portale zajmujące się fact-checkingiem.

Masz wątpliwości co do informacji? Zgłoś ją do fact-checkerów!

W Polsce mamy kilka organizacji i portali zajmujących się fact-checkingiem, np. NASK i CERT Polska, organizacja Demagog czy portale internetowe Konkret24.pl i OKO.press, w których specjaliści z różnych dziedzin potrafią ocenić, czy dana informacja rzeczywiście jest prawdziwa, czy nie. Jeżeli jesteśmy przekonani, że dany wpis internetowy czy „news” budzi poważne wątpliwości, to właśnie na takiej stronie możemy to zgłosić.

Dlaczego takie zgłoszenie jest ważne?

Jeżeli nasze wątpliwości zgłosiliśmy tylko w mediach społecznościowych, to może się okazać nieskuteczne. Unijne prawo wymaga od platform społecznościowych weryfikowania fałszywych wpisów, ale zapisy te w polskim prawie

nie zostały jeszcze wdrożone. Dodatkowo najczęściej firmy te nie są w stanie zapewnić odpowiedniej liczby pracowników, którzy będą na bieżąco weryfikować zgłoszenia.

Jeżeli zgłoszenie zostanie przyjęte także przez portal zajmujący się fact-checkingiem, to może to pomóc albo przyspieszyć usunięcie fałszywych informacji z sieci. Specjaliści tam zatrudnieni mają już wypracowane procedury, dzięki którym zgłoszenia są szybciej rozpatrywane przez media społecznościowe czy inne portale.

Działania edukacyjne organizacji rządowych i pozarządowych.

Ministerstwo Cyfryzacji we współpracy z Państwowym Instytutem Badawczym NASK (Naukową i Akademicką Siecią Komputerową) od 23 listopada br. rozpoczęło ogólnopolską kampanię społeczną w zakresie rozpoznawania dezinformacji. Kampania telewizyjna przedstawia dialog trolli, pokazując w ten sposób mechanizmy i cele dezinformacji oraz ucząc widza, aby nie przyczyniać się do świadomego jej rozprzestrzeniania. Ponadto w ramach kampanii powstała dedykowana strona internetowa, tj. www.nask.pl/dezinfo - gdzie można znaleźć praktyczne porady dotyczące rozpoznawania dezinformacji, jej źródeł i metod przeciwdziałania.

.....

Artykuł przygotowany w ramach kampanii edukacyjnej realizowanej przez Fundację Warszawski Instytut Bankowości pod patronatem Ministerstwa Cyfryzacji pn. „@ktywnie w sieci”, trwającej w terminie 10.10.-10.12.2024 r.