

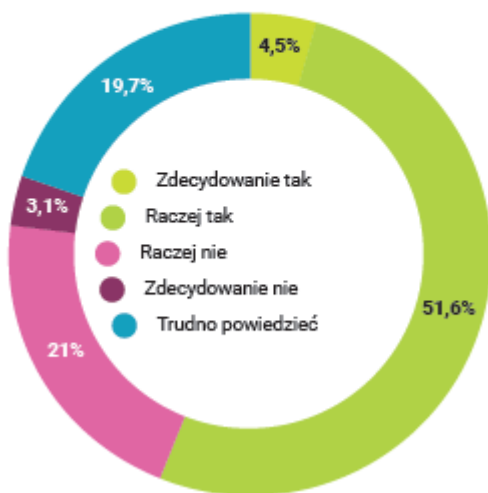
Hashtag, tweet, *fake news*. Współczesna [dez]informacja

Łukasz Migniewicz

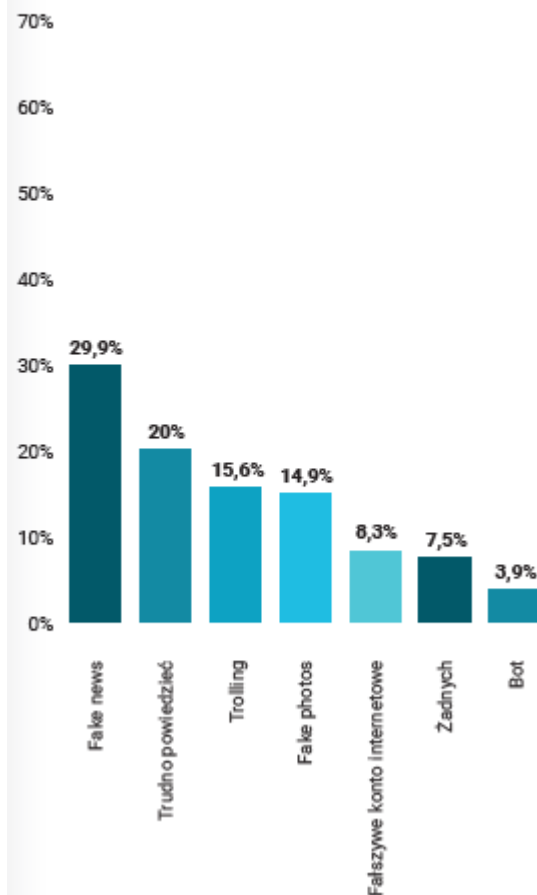
Zestaw tekstów źródłowych

Źródło A

Wykres 1. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie „Czy ma Pan(i) zaufanie do informacji, treści publikowanych w Internecie?”; n=1000.



Wykres 8. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie „Na podstawie doświadczeń z ostatnich 6 miesięcy, których z niżej wymienionych form dezinformacji lub manipulacji doświadczał(a) Pan(i) najczęściej?”; n=1000.



dr Rafał Lange, Marcin Bochenek, *Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci*, NASK PBS, s. 6 (Wykres 1), 11 (Wykres 8) [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w NASK: <https://www.nask.pl/pl/aktualnosci/2249.Badania-NASK-ponad-polowa-polskich-internautow-styka-sie-z-manipulacja-i-dezinfo.html>.

Źródło B

Jakub Oworuszko, Demaskator24: Czym są *fake newsy*?

Dr hab. Jacek Wasilewski: To informacje nieprawdziwe lub częściowo nieprawdziwe, które udają informacje autentyczne, tak aby realizować interes osoby, która je stworzyła. [...]

J.O.: Jakie są rodzaje *fake newsów*?

J.W.: Możemy podzielić *fake newsy* na kilka typologii. Na przykład w zależności od treści będą to „newsy” ze sfabrykowaną treścią (*fabricated content*), treścią zniekształconą (*manipulated content*), która jest osadzona wśród prawdziwych faktów, treścią fałszywą przypisaną prawdziwym źródłom (*imposter content*), o co zupełnie łatwo, kiedy można dość dobrze synchronizować głos z wargami w plikach wideo, tworząc nieistniejące wypowiedzi. [...] Ostatni typ to fałszywy kontekst (*false context*) – gdy informacje mogą być prawdziwe, ale umieszczone są w kontekście zniekształcającym ich właściwą interpretację. Z dwoma ostatnimi typami możemy się spotkać w satyrze, więc czasem się zdarza, że to, co miało być tylko żartem, staje się *fake newsem*, jak np. żart Andy'ego Borowitza o tym, że Donald Trump zawija telefony w folię aluminiową. Wtedy *fake newsa* robią ci, którzy przekazują go jako prawdziwą informację. Zresztą ten mechanizm wykorzystują primaaprilisowe informacje albo audycja Orsona Wellesa o ataku Marsjan. Można *fake newsy* typologizować też na podstawie intencji nadawcy: *fake news*, który funkcjonuje jako *clickbait*, np. o rzekomej śmierci gwiazd (chodzi o to, żeby internauta kliknął w link i „zrobił ruch na stronie” – red.) [...]

Jakub Oworuszko, *Kłamstwa, manipulacje, fałszywy kontekst. Różne typy fake newsów i jak się przed nimi ustrzec*, wyjaśnia ekspert Jacek Wasilewski, 20.12.2018 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w demaskator24.pl: <https://demaskator24.pl/klamstwa-manipulacje-falszywy-kontekst-rozne-typy-fake/ar/4751756>.

Źródło C

Zalewa nas fala pseudonaukowych wypowiedzi osób publicznych stanowiących zagrożenie dla zdrowia publicznego – alarmują fundacje i organizacje pacjentów, które uruchomiły akcję „Stop celebryzacji pseudonauki”. Jak dodają, pandemia COVID-19 pogłębiła ten od dawna występujący, niepokojący trend.

„Celebryci, którzy zabierają głos w kwestiach dotyczących ochrony zdrowia, coraz częściej rozpowszechniają tezy, które nie tylko nie znajdują potwierdzenia w badaniach naukowych, ale wręcz stoją w sprzeczności z faktami potwierdzonymi naukowo” – ostrzegają przedstawiciele organizacji pacjentów w informacji przesłanej PAP. [...] „Ktoś mi mówił, że jedna z celebrytek na takie dolegliwości polecała wodę kryształową. Trudno to nawet skomentować” – przyznaje prezes Okręgowej Izby Lekarskiej w Warszawie Łukasz Jankowski [...] „Wśród masy sprzecznych informacji ze wszystkich stron pojawiły się wypowiedzi tych, których znamy z pierwszych stron kolorowych gazet. Niektórzy drwili z sytuacji epidemicznej, podważając sens podejmowanych przez niemal cały świat działań izolacyjnych, a niektórzy ekspresowo stawali się pseudoekspertami w zakresie wirusologii, przekonując na przykład, że picie ciepłej wody wypłucze koronawirusa z gardła”. Zjawisko to występuje na całym świecie i nazywane jest *celebrity-based medicine*; czyli pseudomedycyna niemająca nic wspólnego ani z faktami, ani tym bardziej ze zdrowym rozsądkiem. [...]

Akcja "stop celebrytyzacji pseudonauki". Organizacje pacjentów walczą z medyczną dezinformacją, 25.05.2020 r., PAP [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w polskieradio24.pl: <https://polskieradio24.pl/5/1222/Artykul/2517369,Akcja-stop-celebrytyzacji-pseudonauki-Organizacje-pacjentow-walczą-z-medyczna-dezinformacja>.

Źródło D

Niestety aktualna sytuacja z mediami wygląda tak, że zbyt wiele osób za bardzo ufa informacjom pochodzącym od „zwykłych ludzi”. Podobno telewizja kłamie, gazety kłamią, portale informacyjne kłamią – z takim nastawieniem bardzo łatwo jest uwierzyć, że jeśli *news*, zdjęcie, obrazek pochodzą od osoby niezwiązanej z mediami, na pewno są prawdziwe. Dziś spreparować nieprawdziwą informację czy zdjęcie może każdy, w przypadku tego drugiego wystarczy minimalna wiedza na temat obróbki i modyfikacji zdjęć. A szkodliwość takich *fake newsów* jest ogromna [...]. Dlatego weryfikacja postów przez Facebooka powinna mieć miejsce cały czas i blokować tego typu treści jak najczęściej. [...]

Paweł Winiarski, *Facebook blokuje fałszywe posty polityczne – także w Polsce. To powinno tak działać od zawsze*, 09.07.2020 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w antyweb.pl: <https://antyweb.pl/polski-facebook-blokuje-polityczne-fake-newsy/>.

Źródło E

Najnowszy raport przygotowany przez Stanford Internet Observatory w ramach programu Cyber Policy Center opisuje, jak twórcy dezinformacji udoskonalają taktykę, dostosowując się do trendów w sieci. Punktem wyjścia była akcja, w ramach której Twitter usunął tysiące kont zidentyfikowanych jako nieautentyczne [...] Najbardziej efektywną akcją usuniętej grupy ponad 5 tys. kont było stworzenie i wypromowanie hashtagu #Sarradż_zdrajca_Libii. Śledztwo w poszukiwaniu źródeł tego sformułowania doprowadziło specjalistów od dezinformacji do rozpracowania grupy i jej usunięcia. [...] Do akcji krytykowania [...] postaci samego Sarradża wykorzystano grupę nieautentycznych kont na Twitterze. Badacze Uniwersytetu Stanforda ustalili, że hashtag #Sarradż_zdrajca_Libii po raz pierwszy został użyty 8 grudnia [...] Kolejne konta, które zaczęły używać hashtagu, wykorzystały te same lub podobne fotografie w swoich wpisach. Wskazywało to na skoordynowane działanie. [...] Hasztag zaczęto masowo udostępniać wraz z grafikami, memami i animacjami atakującymi Sarradża. Układ graficzny ilustracji był identyczny z tym wykorzystywanym wcześniej przez usunięte konta [...] Po akcji masowego udostępniania rozpoczęto kolejną fazę procesu, którą autorzy raportu określają jako pranie hashtagu. Na krytykującym premiera Sarradża kanale na YouTube – Libya’s Channel – opublikowano nagranie dotyczące rosnącej popularności hashtagu o libijskim premierze. W opisie stwierdzono, że stosując ten hashtag, „za pomocą tweetów ze swoich kont wielka liczba libijskich obywateli pokazała, że jest dotknięta umową Sarradża z Turcją. Uważają ją oni za zdradę kraju przez premiera”. [...] twórcy dezinformacji osiągnęli swój cel. Sprawiając wrażenie, że hashtag pojawia się we wpisach wielu autentycznych osób, wprowadzili własną narrację o premierze-zdrajcy do wiarygodnych portali – a tym samym do debaty publicznej.

Michał Istel, *Pranie hashtagu, jedna z metod współczesnej dezinformacji*, 13.04.2020 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w konkret24.pl: <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/pranie-hashtagu-jedna-z-metod-wspolczesnej-dezinformacji,1012321.html>.

Źródło F

[...] Kaveh Waddell, dziennikarz śledczy Consumer Reports, przeprowadził eksperyment, mający na celu sprawdzenie, jak Facebook poradzi sobie z reklamami zawierającymi fałszywe lub szkodliwe informacje dotyczące koronawirusa. W tym celu przygotował 7 reklam o różnym stopniu „bezpośredniości” przekazu. Przekaz jednej z reklam miał dowodzić, że osoby poniżej 30. roku życia są bezpieczne, ale nie pojawiała się w niej nazwa wirusa. W innej mieliśmy do czynienia z clickbaitem. „Koronawirus to oszustwo” – głosiła reklama i zachęcała do ignorowania kwarantanny społecznej jako nieskutecznej. Autor przyznaje, że najbardziej perfidna reklama dotyczyła stosowania wybielacza jako środka chroniącego przed koronawirusem. Facebook zatwierdził wszystkie reklamy oprócz jednej. Ta zawierała zdjęcie maseczki do oddychania. Reklamodawcą było fikcyjne Towarzystwo Samozachowawcze, powołane na potrzeby eksperymentu. Oczywiście reklamy nie ukazały się. Dziennikarz zaplanował ich publikację i przeszedł one moderację, ale nie opublikował ich, by nie stać się źródłem dezinformacji. [...]

Rafał Gdak, *Facebook: „blokujemy reklamy fake newsów o wirusie”. Dziennikarz stworzył 7 fejków. FB zaakceptował 6*, 08.04.2020 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w spidersweb.pl: <https://spidersweb.pl/2020/04/facebook-koronawirus-reklamy.html>.

Źródło G

Tweet Akademii Sztuki Wojennej informujący o fałszywej informacji, która dotyczyła polskiej armii



AkademiaSzWoj
@AkademiaSzWoj



Strona @AkademiaSzWoj stała się dziś celem cyberataku. W fałszywym artykule Rektorowi-Komendantowi ASzWoj przypisano słowa, których nigdy nie napisał. Sprawą zajmuje się @CYBER_MIL_PL oraz służby.

AkademiaSzWoj @AkademiaSzWoj, Strona @AkademiaSzWoj, 22.04.2020 r. [dostęp 08.12.2020].
Dostępne w Twitter: <https://twitter.com/AkademiaSzWoj/status/125291552655409152/photo/1>



6:04 PM - 22 kwi 2020 - Twitter Web App

Źródło H

To nie jest pierwsza wojna światowa. Żołnierze nie idą przez oznakowane pole minowe, a żołnierz nie niesie osła z obawy, że wejdzie on na minę i zrani wszystkich w pobliżu. W rzeczywistości obraz pochodzi z 1958 r., z czasów wojny algierskiej. Głodującego osła uratował członek francuskiej Legii Cudzoziemskiej. Zaniósł go do swojej bazy, gdzie zwierzę wróciło do zdrowia i zostało maskotką obozową. Nazwano je „Bambi”. Cała półbrigada została odznaczona za uratowanie osła.

Karol Orzeł, *Tak, ten żołnierz niesie osła, ale nie przez pole minowe*, 05.04.2020 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w fakenews.pl: <https://fakenews.pl/spoleczenstwo/tak-ten-zolnierz-niesie-osla-ale-nie-przez-pole-minowe/>.

PrintScreen wykonany przez autora na podstawie informacji zawartych [w:] Karol Orzeł, *Tak, ten żołnierz niesie osła, ale nie przez pole minowe*

Służby w akcji @SluzbywWakcji; To jedno z moich ulubionych zdjęć...; 04.04.2020 r. [dostęp 08.12.2020]. Dostępne w Twitter: <https://www.facebook.com/SluzbywWakcji/posts/5366021850093932>



Schemat drzewka decyzyjnego

