

Pojęciownik – wybór definicji na stronę projektu

Lista pojęć

- Bańka informacyjna / bańka narracyjna / bańka filtrująca
- Błędne informacje
- Cenzura
- Cheap fake
- Deepfake
- Dezinformacja
- Efekt aureoli
- Efekt dezinformującego autorytetu
- Fact-checking
- Fake news
- Generatywna AI
- Propaganda
- Relacja parasocjalna
- Złośliwe informacje

Dezinformacja

Dezinformacja to celowe, świadome i zaplanowane tworzenie oraz rozpowszechnianie nieprawdziwych lub głęboko zmanipulowanych treści w celu wprowadzenia odbiorców w błąd, wywołania społecznego chaosu lub osiągnięcia określonych korzyści – najczęściej politycznych, finansowych bądź ideologicznych (1). Zjawisko to stanowi jedno z największych wyzwań dla współczesnych demokracji (2, 3), a jego spektrum obejmuje kluczowe sfery życia publicznego, takie jak polityka, sprawy społeczne, zdrowie, kryzys klimatyczny czy nowoczesne technologie (4).

Przykład:

W sieci pojawia się fałszywa informacja, że wybory zostały odwołane – osoba publikuje ją świadomie, aby osoby uprawnione do głosowania nie wzięły udziału w głosowaniu.

Błędne informacje (misinformation)

Błędne informacje to nieprawdziwe, niedokładne lub wprowadzające w błąd treści, które są rozpowszechniane przez osoby przekonane o ich autentyczności, a więc bez złej intencji czy chęci celowego oszukania odbiorcy. Zjawisko to najczęściej przybiera na sile w momentach kryzysów lub dynamicznych zmian społecznych, kiedy to ludzkie emocje wygrywają z weryfikacją faktów. W odróżnieniu od dezinformacji kluczowym kryterium różnicującym w tym przypadku jest całkowity brak motywacji do wyrządzenia szkody lub manipulacji (1, 2).

Przykład:

Osoba dostaje na komunikatorze wiadomość, że „od jutra wprowadzają nowe opłaty za korzystanie z bankomatów” i przesyła ją dalej rodzinie, żeby ich ostrzec. Nie sprawdza informacji, bo wydaje się pilna i ważna. Nie ma świadomości, że informacja nie jest prawdą.

Złośliwe informacje (malinformation)

Złośliwe informacje dotyczą prawdziwych faktów, jednak są celowo przekazywane lub manipulowane w taki sposób, aby wyrządzić szkodę konkretnej osobie, organizacji, grupie społecznej lub państwu. W przeciwieństwie do mis i dezinformacji, u podstaw tego zjawiska nie leży fałszywość, lecz instrumentalne wykorzystanie prawdy jako narzędzia ataku lub manipulacji. Najczęstszą formą złośliwych informacji jest celowa zmiana kontekstu sytuacyjnego bądź czasowego autentycznych materiałów (1, 2).

Przykład:

Osoba publikuje w sieci autentyczne, dzisiejsze zdjęcie pustej półki w lokalnym supermarkecie z podpisem: „Nawet w sklepach zaczyna brakować jedzenia!”. Półka faktycznie jest pusta, ale autor zataja fakt, że zdjęcie zrobił dokładnie w trakcie towarowania, gdy pracownicy na 10 minut zdjęli stary towar, by wyłożyć nowy. Sam fakt (pusta półka) jest prawdą, ale złośliwie zmanipulowano intencję, by wywołać nieuzasadnioną panikę.

Bańka informacyjna / bańka narracyjna

Bańka informacyjna to sytuacja, w której do odbiorcy docierają niemal wyłącznie treści zgodne z jego dotychczasowymi poglądami, preferencjami czy historią aktywności w sieci (1). Z kolei bańka narracyjna stanowi mechanizm psychologiczno-społeczny, który aktywnie wzmacnia jedną, konkretną interpretację świata i z góry odrzuca oraz marginalizuje wszelkie alternatywne punkty widzenia. Zjawiska te są napędzane zarówno przez czynniki technologiczne (takie jak algorytmy personalizujące treści w mediach społecznościowych) jak i przez mechanizmy psychologiczne. W efekcie prowadzi to do radykalnej polaryzacji społeczeństwa i zamknięcia użytkowników w tzw. komorach echowych, gdzie odmienne argumenty przestają być w ogóle dostrzegane (2, 3, 4).

Przykład:

Osoba przez lata ogląda tylko jedną stację telewizyjną i czyta jedną gazetę, a w mediach społecznościowych obserwuje tylko treści zbieżne z twoimi poglądami. Algorytm pokazuje jej coraz więcej podobnych materiałów, przez co utwierdza się w swoim spojrzeniu. Z czasem zaczyna wierzyć, że prezentowany tam sposób przedstawiania wydarzeń to jedyna prawdziwa wersja rzeczywistości.

Deepfake

Deepfake to realistyczny, cyfrowo zmodyfikowany obraz, nagranie dźwiękowe bądź wideo, stworzone przy użyciu zaawansowanych algorytmów generatywnej sztucznej inteligencji (AI) oraz uczenia głębokiego (1, 2). Technologia ta pozwala na niezwykle precyzyjne nakładanie cudzej twarzy, syntetyzowanie głosu czy manipulowanie mimiką, przez co odróżnienie sfabrykowanego materiału od prawdy staje się dla przeciętnego odbiorcy bardzo wymagające. Choć deepfake'i znajdują pozytywne zastosowanie m.in. w branży rozrywkowej czy filmowej (3), coraz częściej są wykorzystywane jako narzędzie cyberprzestępczości, szantażu oraz manipulacji opinią publiczną (4).

Przykład:

W sieci pojawia się wideo przedstawiające publicznie znaną osobę, która rzekomo wypowiada kontrowersyjne słowa. W rzeczywistości jej wizerunek został wykorzystany do wygenerowania fałszywej treści, a przedstawiona w nim sytuacja nigdy nie miała miejsca

Zobacz przykład deepfake'a wykorzystującego wizerunek Baracka Obamy: [LINK](#)

Generatywne AI

Generatywne AI to zaawansowana gałąź sztucznej inteligencji obejmująca technologie i modele uczenia maszynowego, które są zdolne do samodzielnego tworzenia treści takich jak teksty, obrazy, nagrania dźwiękowe, wideo czy kod programistyczny (1, 2, 3). Systemy te działają na zasadzie kopiowania, generują materiały na podstawie wzorców, zależności i struktur wykrytych w zbiorach danych, którymi zostały wcześniej zasilone w procesie trenowania. Narzędzia te reagują na polecenia użytkownika (tzw. prompty), co pozwala na automatyzowanie pracy.

Przykład:

Osoba wpisuje do narzędzia AI polecenie, np. „stwórz realistyczne zdjęcie znanej osoby na tajnym spotkaniu”. Na tej podstawie system generuje od podstaw obraz, który wygląda jak prawdziwe zdjęcie, mimo że taka sytuacja nigdy nie miała miejsca.

Efekt dezinformującego autorytetu

To zjawisko psychologiczne oraz błąd poznawczy polegający na skłonności odbiorców do bezkrytycznego ufania i wiary w informacje przekazywane przez osoby, które sprawiają wrażenie ekspertów, choć w rzeczywistości nie posiadają w danej dziedzinie odpowiedniej wiedzy, wykształcenia ani kompetencji (1, 2). Zjawisko to jest często wykorzystywane w kampaniach fake newsowych, ponieważ pozwala nadać fałszywym tezom pozory naukowej lub eksperckiej wiarygodności

Przykład:

Osoba obserwuje influencera, którego uważa za wiarygodnego. Gdy reklamuje suplement i mówi, że jest „sprawdzony przez specjalistów”, ufa jego opinii i rozważa zakup, mimo że nie ma on wykształcenia medycznego.

Zobacz, jak eksperci ze Stowarzyszenia Demagog, rozprawiają się z fałszywymi tezami ogłoszony przez Prof. Grażynę Cichosz w wywiadzie Bogdana Rymanowskiego: [LINK](#)

Efekt aureoli

Inaczej efekt halo, to pojęcie wprowadzone przez Edwarda Thorndika, obejmujące przypisywanie osobom ogólnie pozytywnych cech na podstawie pojedynczego wrażenia (np. wyglądu, sukcesu czy popularności). Przez to łatwiej ufamy tej osobie, nawet w sprawach, w których nie ma wiedzy (1, 2).

Przykład:

Osoba widzi elegancko ubranego prezentera w reklamie, który mówi pewnym głosem o inwestowaniu pieniędzy. Sprawia profesjonalne wrażenie, więc zakłada, że zna się na finansach – choć w rzeczywistości jest tylko aktorem odgrywającym rolę.

Relacja parasocjalna

To jednostronna relacja o charakterze psychologicznym (1), w której odbiorca (widz, słuchacz, obserwator) rozwija silne poczucie bliskości, więzi emocjonalnej i zaufania do osoby publicznej, celebryty lub influencera, mimo braku jakichkolwiek osobistych interakcji w świecie rzeczywistym. Zjawisko to jest potęgowane przez media społecznościowe, gdzie regularne, bezpośrednie relacje twórców internetowych tworzą iluzję dostępności i partnerstwa. Tego typu zaangażowanie emocjonalne wpływa na mechanizmy poznawcze odbiorcy, obniżając jego krytycyzm wobec opinii, zachowań oraz rekomendacji formułowanych przez medialnego idola. W efekcie relacje parasocjalne stają się narzędziem

wpływu, często wykorzystywanym w marketingu oraz przy szerzeniu określonych narracji i dezinformacji (2, 3).

Przykład:

Osoba codziennie ogląda influencerkę, która dzieli się swoim życiem i wydaje się jej „bliska”, jak znajoma. Gdy poleca konkretny produkt i mówi, że sama go używa, ufa jej i decyduje się na zakup, bez sprawdzania innych opinii czy ulotki.

Cheapfake

Cheap fake (czasem nazywany też shallow fake) to zmanipulowane nagranie audio lub wideo stworzone bez użycia zaawansowanej sztucznej inteligencji (1). Powstaje np. poprzez spowolnienie, przyspieszenie, przycięcie fragmentu, zmianę kolejności scen albo dodanie prostego montażu, który zmienia sens materiału (2).

Przykład:

Film zostaje przyspieszony, przez co osoba wygląda na zdenerwowaną lub nienaturalną – zmienia to odbiór jej zachowania.

Fact-checking

Fact-checking to wieloetapowa metoda weryfikacji informacji, polegająca na sprawdzeniu, czy twierdzenia zawarte w pracy pisemnej, artykule informacyjnym, wypowiedzi publicznej lub innych formach przekazu znajdują potwierdzenie w wiarygodnych źródłach (1, 2). Aktualnie na świecie funkcjonuje ponad 400 organizacji profesjonalnie zajmujących się fact-checkingiem (3). W kontekście dziennikarstwa fact-checking oznacza sprawdzenie informacji przed jej publikacją (4).

Proces ten obejmuje również weryfikację materiałów wizualnych i dźwiękowych (analizę obrazów, filmów oraz nagrań audio) (5). Polega ona na potwierdzaniu autentyczności multimediów, sprawdzaniu ich pierwotnego pochodzenia, a także wykrywaniu śladów manipulacji, montażu czy treści wygenerowanych przez sztuczną inteligencję.

Przykład:

W mediach społecznościowych pojawia się informacja, że „od przyszłego miesiąca wszystkie szkoły będą prowadzić zajęcia wyłącznie zdalnie”. Fact-checking polega na weryfikacji prawdziwości informacji w różnych źródłach – np. sprawdzenie komunikatów Ministerstwa Edukacji czy obowiązujących aktów prawnych. Ponieważ żadne wiarygodne źródło nie potwierdza tej informacji, zostaje ona uznana za fałszywą.

Jesteś ciekaw jak wyglądają profesjonalne fact-checkerskie analizy? Sprawdź stronę Stowarzyszenia Demagog: [LINK](#)

Fake news

To nieprawdziwa, całkowicie zmyślona lub celowo zmanipulowana informacja, która jest celowo stylizowana na rzetelny artykuł prasowy lub oficjalny komunikat medialny, aby uwiarygodnić swój przekaz w oczach odbiorców (1, 2, 3). Głównym celem tworzenia fake newsów jest dezinformacja społeczeństwa, wywołanie paniki, polaryzacja opinii publicznej bądź generowanie zysków finansowych z odsłon stron internetowych.

Przykład:

W mediach społecznościowych krąży informacja, że „od przyszłego tygodnia szkoły będą zamknięte z powodu nowego zagrożenia”, z linkiem do strony stylizowanej na portal informacyjny. W rzeczywistości informacja jest zmyślona, ale wygląda wiarygodnie i wywołuje niepokój oraz szybkie udostępnienia.

Prebunking

To proaktywna metoda budowania społecznej i indywidualnej odporności na dezinformację, stosowana, zanim odbiorca zdąży zetknąć się z fałszywym lub zmanipulowanym przekazem (1) Strategia ta opiera się na koncepcji tzw. szczepionki psychologicznej (teorii inokulacji) i realizowana jest głównie poprzez działania edukacyjne, które uświadamiają mechanizmy powstawania fałszywych wiadomości oraz uczą krytycznego myślenia (2). W ramach prebunkingu odbiorcy zapoznają się z typowymi technikami manipulacji, błędami poznawczymi, a także uczą się sprawnego posługiwania narzędziami fact-checkingowymi. W odróżnieniu od tradycyjnego dementowania (debunkingu) (3, 4), które jest reakcją na już krążące fałszywe informacje, prebunking skupia się na zapobieganiu, wczesnym ostrzeganiu i wyposażaniu użytkowników w „intelektualne przeciwciała” niezbędne do samodzielnej oceny wiarygodności źródeł.

Przykład:

Na lekcji nauczyciel pokazuje typowe techniki manipulacji (np. emocjonalne nagłówki), dzięki czemu uczniowie później łatwiej je rozpoznają w internecie.

W Europie najskuteczniejsze w budowaniu odporności społecznej na dezinformację są Państwa nordyckie. Zobacz, jak wygląda polityka Norwegii na najbliższe lata w tym sektorze: [LINK](#)

Cenzura

Cenzura to kontrolowanie treści przed ich publikacją lub karanie za ich rozpowszechnianie (1). Cenzura prewencyjna (2) polega na blokowaniu treści, zanim trafią do infosfery, a represyjna – na wyciąganiu konsekwencji po publikacji (3).

Przykład:

Artykuł krytykujący władzę nie zostaje dopuszczony do druku (cenzura prewencyjna), albo autor po publikacji zostaje ukarany grzywną lub traci pracę (cenzura represyjna).

Dlaczego fact-checking to nie cenzura? Sprawdź analizę Stowarzyszenia Demagog: [LINK](#)

Propaganda

Propaganda (1) to celowe przedstawianie informacji w taki sposób, aby wpłynąć na opinie i emocje odbiorców – często przez wybieranie tylko tych faktów, które pasują do określonego przekazu (2). W odróżnieniu od dezinformacji nie musi opierać się na fałszywości, ale może pomijać ważny kontekst.

Przykład:

W materiale o migrantach pokazuje się wyłącznie sytuacje związane z zagrożeniem lub konfliktami, pomijając inne informacje, np. o osobach, które pracują, uczą się czy integrują. Odbiorca dostaje jednostronny obraz, który ma wywołać określone emocje, choć same przedstawione wydarzenia mogą być prawdziwe.

Poznaj raport Stowarzyszenia Demagog z propagandy antyukraińskiej: [LINK](#)

Opracowanie merytoryczne: Julia Isert (Stowarzyszenie Demagog)

Wsparcie merytoryczne: Mateusz Cholewa (Stowarzyszenie Demagog)

Stowarzyszenie Demagog

Chłodna 48/26

00-872 Warszawa

www.demagog.org.pl

KRS: 0000615583

NIP: 6751544169

 **DEMAGOG**