

Konspekt lekcji

„Nie daj się nabrać” — fake news i dezinformacja

Oprac. Dominik Sołowiej, wykładowca, marketingowiec i ekspert MS

Poziom	Czas	Forma	Slajdy
Klasy 7–8 SP	45 minut	Interaktywna, warsztatowa	21 slajdów

Cele lekcji:

- Uczeń rozróżnia fake news od satyry i żartu.
- Uczeń zna trzy główne motywacje tworzenia dezinformacji.
- Uczeń rozumie mechanizmy psychologiczne, które sprawiają, że fake newsy są skuteczne.
- Uczeń potrafi wymienić podstawowe narzędzia do weryfikacji treści online.

Wprowadzenie (2 min)

 Slajd 1: Fake news i dezinformacja — Dlaczego dajemy się nabrać?

Nauczyciel wita klasę. Można odtworzyć krótkie powitanie wygenerowane w HeyGen (jest przygotowane), by od razu wprowadzić temat AI i manipulacji obrazem. Następnie nauczyciel zapowiada strukturę lekcji — najpierw głosowanie, potem teoria, na końcu narzędzia.

Wskazówka: Nie podawaj jeszcze odpowiedzi do żadnego z case study — to wróci na końcu lekcji.

Blok 1 — Rozgrzewka: „Prawda czy Fałsz?” (10 min)

 Slajd 2–6: 3 pytania do klasy

Wyświetlasz kolejno trzy case studies. Uczniowie głosują przez podniesienie ręki. Zapisujesz wyniki na tablicy bez podawania poprawnych odpowiedzi — wrócisz do nich w refleksji końcowej.

Case 1 — Facebook

„Apple świętuje otwarcie nowego biura w Warszawie: rozdajemy 500 sztuk iPhone’ów 16, które mają drobne rysy na opakowaniu! Kliknij i wypełnij ankietę, by odebrać swój egzemplarz!”

Odpowiedź: Fałsz. Klasyczny phishing/clickbait podszywający się pod markę.

Pytania pomocnicze: Skąd wiecie, że Apple tak nie robi? Co by się stało po kliknięciu?

Case 2 — Robot Daisy

„Apple posiada armię wyspecjalizowanych robotów o imieniu Daisy, które potrafią rozebrać iPhone’a na części pierwsze w zaledwie 11 sekund.”

Odpowiedź: PRAWDA. Ten slajd jest kluczowym momentem pedagogicznym — uczniowie często odpowiadają błędnie, bo informacja brzmi sensacyjnie. Używasz tego, by pokazać: nie każda zaskakująca informacja to fałsz — musimy weryfikować, nie zakładać.

Slajd 5 zawiera szczegóły: robot działa w -80°C, przetwarza do 1,2 mln telefonów rocznie, rozpoznaje 23 modele. Można pokazać źródło z Apple Newsroom (link na slajdzie).

Wskówka: Zapytaj: „Czy sprawdziliście to przed głosowaniem?” — to naturalne przejście do tematu weryfikacji.

Case 3 — Invisible Screen Challenge

„Nowy trend ‘Invisible Screen Challenge’: Przetrzyj ekran telefonu pastą do zębów i sokiem z cytryny, aby stał się całkowicie przezroczysty.”

Odpowiedź: Fałsz. Przykład szkodliwego „challenge’u”, który może zniszczyć telefon. Podobne trendy powodowały realne szkody materialne i zdrowotne.

Blok 2 — Teoria przez pytania i analizę (20 min)

 Slajd 7–9: *Fake news vs. parodia | Po co? | Dlaczego działa?*

Zamiast wykładu — interaktywna dyskusja. Zadajesz pytania, uczniowie odpowiadają, Ty uzupełniasz i porządkujesz.

1. Czym różni się fake news od satyry / żartu? (slajd 7)

Kluczowa różnica: intencja.

- Parodia/Żart: tworzony dla rozrywki lub ironii. Autor nie chce, byś uwierzył.
 - Przykład ze slajdu: ASZdziennik — „Kobieta nie żyje, umyła włosy szamponem dla mężczyzn”
- Fake news: tworzony z intencją wprowadzenia w błąd dla konkretnego celu.
 - Przykład ze slajdu: fałszywa informacja o śmierci premiera Izraela (demagog.org.pl)

Pytanie do klasy: Czy znacie kanały lub strony, które tworzą satyry? Jak je rozpoznajecie?

2. Po co ktoś to tworzy? (slajd 8)

Trzy główne motywacje:

- Pieniądze — zyski z reklam dzięki clickbaitowi. Więcej sensacji = więcej kliknięć = więcej gotówki.
- Uwaga — budowanie zasięgu. W ekonomii uwagi kłamstwo jest cenniejsze niż nudna prawda.
- Manipulacja — wpływanie na poglądy, wybory polityczne i nastroje społeczne, wywoływanie podziałów.

Pytanie do klasy: Kto zarabia, gdy klikacie w sensacyjny tytuł? — napędza dyskusję o modelu reklam online.

3. Dlaczego to na nas działa? (slajd 9)

Mechanizmy psychologiczne i algorytmiczne:

- Emocje — strach i złość wyłączają krytyczne myślenie i potrzebę weryfikacji.
- Szybkość — reagujemy impulsywnie, udostępniając treść przed jej przeczytaniem.
- Algorytmy — media społecznościowe promują to, co budzi silne reakcje.

Blok 3 — Słownik pojęć (8 min)

 Slajd 10–12: *Słownik pojęć cz. 1 i 2*

Wspólne definiowanie terminów na podstawie przykładów z Bloku 1. Możesz zapisać hasła na tablicy i prosić uczniów o próbę własnej definicji przed pokazaniem slajdu.

Pojęcie	Definicja (slajdy 11–12)
Dezinformacja	Świadome szerzenie fałszywych informacji w celu zmanipulowania opinii publicznej. Zaplanowana strategia, nie pomyłka.
Clickbait	Atrakcyjny, często zmanipulowany tytuł, który ma skłonić do kliknięcia — bez względu na treść artykułu.
Deepfake	Technologia AI tworząca hiperrealistyczne nagrania wideo lub audio — ktoś mówi rzeczy, których nigdy nie wypowiedział.
Bąbel informacyjny	Algorytmy podsuwają tylko treści zgodne z naszymi poglądami — izolując nas od innych punktów widzenia.

Slajd 12 — Deepfake: czy wierzysz własnym oczom?

Po omówieniu definicji deepfake możesz odtworzyć po kolei filmy podlinkowane na slajdzie 12 (YouTube).

Opisy filmów:

Klasyczny przykład deepfake'u z 2018 r.: Jordan Peele imituje Obamę, by ostrzec przed manipulacjami AI — „Wrogowie mogą sprawić, że każdy może powiedzieć wszystko”. Idealny do dyskusji o weryfikacji wideo.

Morgan Freeman kwestionuje rzeczywistość: „Czy to, co widzisz, czujesz i słyszysz, jest prawdziwe?”. Film pokazuje ewolucję syntetycznej rzeczywistości i wyzwania percepcji.

Porównanie starych i nowych deepfake'ów: Will Smith je spaghetti — ewolucja technologii AI od prymitywnych efektów do hiperrealistycznych. Świetny przykład postępu w generowaniu fałszywych wideo.

Pytanie do klasy: *Gdybyście zobaczyli takie wideo na YouTube albo TikToku, to co byście zrobili? Udostępnili czy sprawdzili?*

Slajd 13 – przekaz informację: „W dobie deepfake'ów i manipulacji obrazem, weryfikacja źródła staje się ważniejsza niż kiedykolwiek wcześniej”.

Statystyka ze slajdu 14: *Fałszywe informacje docierają do odbiorców szybciej i głębiej niż fakty, bo bazują na emocjach.*

 **Slajd 15:** *Wróćmy do nagłówków z rozgrzewki*

Wróć do wyników głosowania zapisanych na tablicy. Pokaż poprawne odpowiedzi (Fałsz / PRAWDA / Fałsz).

Kluczowe pytanie do klasy:

„Czy teraz rozumiecie, dlaczego daliście się nabrać?”

To nie był przypadek — to wynik działania mechanizmów, które omawialiśmy: emocji, szybkości, braku weryfikacji.

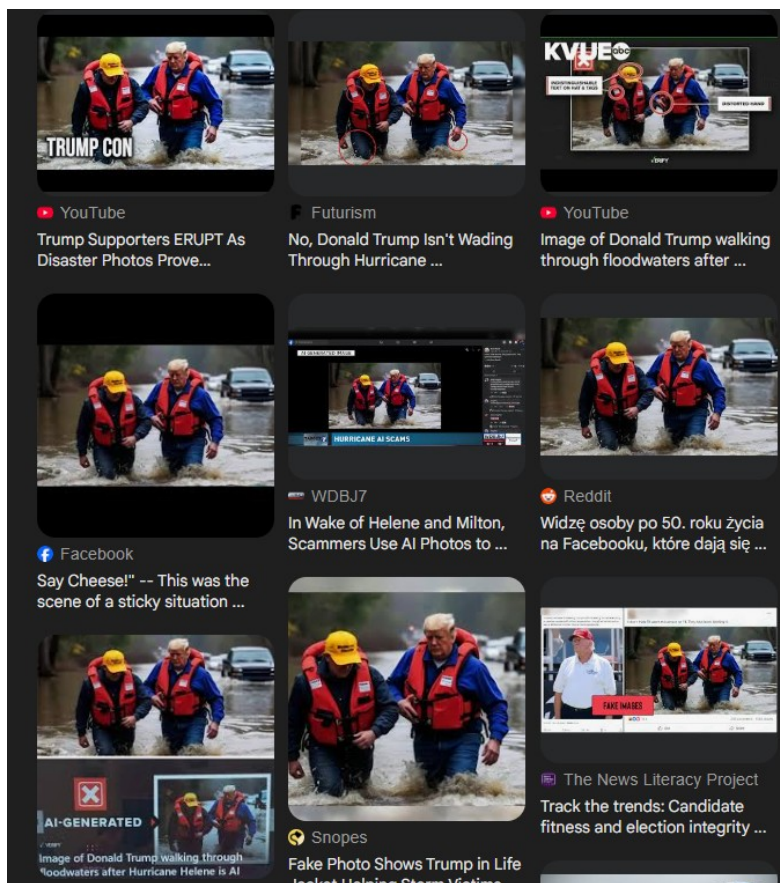
Blok 4 — Narzędzia weryfikacji (5 min)

 **Slajd 16–20:** *Przykładowe narzędzia do weryfikacji*

Krótką demonstracją na żywo (jeśli jest dostęp do Internetu).

Google Images — odwrotne wyszukiwanie obrazem

- Wejdź na images.google.com
- Kliknij ikonę aparatu — wgraj zdjęcie lub wklej URL (np. fot. z Donaldem Trumpem).
- Sprawdź wpisy, w których pojawiają się informacje o tym, że zdjęcie jest wygenerowane przez AI.



TinEye — śledzenie zdjęcia w sieci

- Wejść na tineye.com
- Wgrać zdjęcie — TinEye pokaże wszystkie miejsca w sieci, gdzie się pojawiło
- Pozwala wykryć np. stare zdjęcia pożarów Amazonii używane jako „aktualne”.

Wyjaśnienie: Novak Djoković opublikował zdjęcie płonącego lasu w Amazonii jako coś, co wydarzyło się 21 sierpnia 2019 roku. Wyszukiwarka [Tineye.com](https://tineye.com) pokazuje, że zdjęcie płonącej Amazonii jest z 23 kwietnia 2008 roku (o pożarze napisała m. in. gazeta The Guardian: [guardian.co.uk](https://www.guardian.co.uk)).



674 results

TinEye searched **83.4 billion images** for: **dzungla.png**

First indexed by TinEye on **April 23, 2008**

☐ Include **4 results not available**

Oldest



Filter by website



guardian.co.uk

Filename: **rex_153587j-5071.jpg** - 600 x 386, 93 kB

environment/gallery/2007/oct/24/1 - Apr 23, 2008



thoughtyoumayask.com

Filename: **rex_153587j-5071.jpg** - 600 x 386, 93 kB

www.thoughtyoumayask.com/ - Nov 1, 2009

Dodatkowe narzędzia (poza slajdami): [Demagog.org.pl](#) — fact-checking polityczny po polsku; [Fakenews.pl](#) — portal weryfikacyjny.

Dodatkowy test dla uczestników – zweryfikuj, czy zdjęcia są prawdziwe, czy wygenerowane przez AI? [Slajdy 21-25](#)

Wszystkie zdjęcia są wygenerowane przez AI oprócz fot. na slajdzie 24 (źródło: [www.npr.org/2025/08/17/g-s1-83183/putin-trump-ceasefire](#))

Refleksja końcowa (2 min)

Dziś narzędzia AI potrafią tworzyć materiały, które coraz trudniej odróżnić od prawdziwych tylko na pierwszy rzut oka. Jednocześnie nawet najlepsze systemy wykrywania nie dają pełnej pewności, dlatego w pracy z dezinformacją kluczowe pozostają krytyczne myślenie, weryfikacja źródeł i ostrożność w ocenianiu treści.

Slajd 26: Wyświetl slajd końcowy z podziękowaniem i - ewentualnie – zaproszeniem do dyskusji.

Materiały dodatkowe dla nauczyciela

1. Trójkąt dezinformacji — kluczowe definicje

Nauka o dezinformacji wyodrębnia trzy kategorie fałszywych informacji różniące się intencją i rodzajem treści. Rozumienie tych różnic jest fundamentem fact-checkingu.

Termin	Polska nazwa	Definicja i charakterystyka
Misinformation	Błędna informacja	Fałszywa lub niedokładna informacja rozpowszechniana bez intencji wprowadzenia w błąd. Autor sam wierzy, że mówi prawdę. Przykład: ktoś udostępnia przestarzały artykuł, myśląc, że jest aktualny.
Disinformation	Dezinformacja	Świadome tworzenie i rozpowszechnianie fałszywych informacji w celu wywołania określonego efektu — manipulacja, szkodenie, dezorganizacja. Intencja kłamstwa jest kluczowa. Przykład: kampanie wpływu przed wyborami.
Malinformation	Malinformacja	Informacja oparta na faktach, ale użyta z zamiarem szkodenia — np. publikacja prywatnych danych osoby publicznej, prawdziwe zdjęcia wyrwane z kontekstu lub użyte do nagonki. Fakty są prawdziwe, ale cel jest szkodliwy.

Pamiętaj: misinformation ≠ dezinformacja

W polskim języku potocznym słowo „dezinformacja” bywa używane na określenie obu typów. W edukacji medialnej warto używać precyzyjnych terminów angielskich lub wyraźnie podkreślać, czy chodzi o intencjonalne kłamstwo (disinformation), czy o nieumyślną pomyłkę (misinformation).

2. Dodatkowe pojęcia przydatne w edukacji medialnej

Pojęcie	Wyjaśnienie
Astroturfing	Sztuczne tworzenie pozorów oddolnego ruchu społecznego — w rzeczywistości zorganizowane przez firmy lub partie polityczne. Nazwa od sztucznej trawy AstroTurf.
Bot farm	Sieć fałszywych kont (botów) sterowanych przez oprogramowanie, służąca do masowego udostępniania treści, sztucznego zwiększania popularności lub trollowania.
Echo chamber	Przestrzeń (online lub offline), w której poglądy są odbijane i wzmacniane — bez kontaktu z odmiennymi opiniami. Powiązana z bańką informacyjną.
Prebunking	Strategia wyprzedzająca dezinformację — uodpornianie odbiorców zanim zetkną się z fałszywą treścią, przez pokazanie, jak działają techniki manipulacji.
Debunking	Obalanie fałszywych informacji po tym, jak się już rozpowszechniły. Skuteczniejsze, gdy zawiera wyjaśnienie alternatywne (nie samo zaprzeczenie).
Efekt trzeciej osoby	Przekonanie, że dezinformacja wpływa na innych, ale nie na mnie. Jedną z przyczyn, dla których ludzie nie weryfikują treści — uważają, że sami są odporni.
Infodemia	Termin WHO: nagłe zalanie przestrzeni informacyjnej nadmiarem informacji — prawdziwych i fałszywych — utrudniające ocenę, czemu ufać. Upowszechniony w czasie pandemii COVID-19.
Propaganda	Systematyczne, celowe oddziaływanie na przekonania i zachowania grupy — przez dobór faktów, emocji i symboli. Nie zawsze oparta na kłamstwie, ale zawsze jednostronna i manipulacyjna.

3. Modele i ramy fact-checkingu przydatne dla nauczyciela

SIFT — cztery kroki weryfikacji

- Stop — zatrzymaj się przed udostępnieniem lub uwierzeniem.
- Investigate the source — zbadaj źródło (kim jest autor, jaka strona?).
- Find better coverage — znajdź inne źródła na ten sam temat.
- Trace claims to the original — idź do źródła pierwotnego, nie polegaj na wtórnych doniesieniach.

Zastosowanie: SIFT można wprowadzić jako prosty protokół dla uczniów.

Wybrane narzędzia fact-checkingowe dla polskiego i europejskiego kontekstu:

- demagog.org.pl — weryfikacja wypowiedzi politycznych
 - fakenews.pl — polska baza fałszywych informacji
 - konkret24.tvn24.pl — fact-checking newsowy
 - www.pap.pl/fact-checking - strona fact-checkingowa Polskiej Agencji Prasowej.
 - www.euvdisinfo.eu/pl - strona fact-checkingowa dotycząca Unii Europejskiej.
 - www.odfejkuj.info - prawno-gospodarczy portal fact-checkingowy.
-

4. Polecane materiały do pogłębienia

Standardy i metodologia

- IFCN Code of Principles — <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org>
- The commitments of the Code of Principles — <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/the-commitments>
- Jak robimy fact-checking w Demagogu? 10 zasad fact-checkera — https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-robimy-fact-checking-w-demagogu-10-zasad-fact-checkera/
- Fact-checking w „Piśmie” — <https://magazynpismo.pl/fact-checking/>

Szkolenia i kursy

- Akademia Fact-checkingu Demagoga — <https://akademia.demagog.org.pl>
- Szkolenia Akademii Fact-checkingu dla nauczycielek i nauczycieli — https://demagog.org.pl/wp-content/uploads/2022/10/AFC_Materialy-szkoleniowe_Online.pdf
- Fact-checking - CEDMO — <https://cedmohub.eu/pl/kompetencje-medialne/fact-checking/>
- Poynter / Fact-Checking — <https://www.poynter.org/media-news/fact-checking/>

Narzędzia praktyczne

- Google Fact Check Tools — <https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/trainings/google-fact-check-tools/>
- Google News Initiative: Fact Check Explorer — <https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/trainings/fact-check-explorer/>
- InVID-WeVerify — <https://www.invid-project.eu/>

Polskie i regionalne źródła

- Demagog — <https://demagog.org.pl>
- OKO.press video fact-checkingi — <https://oko.press/video-fact-checkingi-oko-press>
- NASK / Cyberpolicy — <https://cyberpolicy.nask.pl/czym-jest-fact-checking-zarys-inicjatyw-na-swiecie-i-w-polsce/>

- Polska Fundacja im. Roberta Schumana — <https://schuman.pl/factchecking/>

Dodatkowe lektury

- DW Akademie: A curated guide to resources and ideas — <https://akademie.dw.com/en/a-curated-guide-to-resources-and-ideas/a-54509776>
- Czym jest fact-checking? – zarys inicjatyw na świecie i w Polsce — <https://cyberpolicy.nask.pl/czym-jest-fact-checking-zarys-inicjatyw-na-swiecie-i-w-polsce/>
- Na czym polega fact checking? — <https://rynekinformacji.pl/na-czym-polega-fact-checking/>