



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



MIL and PRE-BUNKING Approaches for Critical Thinking in the Education Sector

D2.1 - MIL i obalanie: arkusz danych, potrzeby, dobre praktyki

WP2 - Grupowanie istniejących zasobów i
materiałów szkoleniowych



Metody MIL i PRE-BUNKING dotyczące krytycznego myślenia w sektorze edukacji

ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]

Numer projektu: 101132716

D2.1 - MIL i obalanie: arkusz danych, potrzeby, dobre praktyki

WP2 - Grupowanie istniejących zasobów i materiałów szkoleniowych

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Informacje o projekcie

Skrót projektu:	MILES
Tytuł projektu:	MILES - Metody MIL i PRE-BUNKING dotyczące krytycznego myślenia w sektorze edukacji
Identyfikator:	[ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD] — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]
Numer projektu:	101132716
Partner tworzący:	OLAE - Portugalia
Data sporządzenia:	Marzec 2024 r.

Spis treści

1.	4	
1.1	Podsumowanie projektu	4
1.2	Streszczenie raportu	6
2.	8	
2.1	8	
2.2	15	
1)	Statystyki dotyczące MIL i umiejętności korzystania z danych:	20
2)	Aktualne trendy	22
3)	Przeszkody i możliwości	24
2.3	Obiecujące praktyki	27
3.	41	
3.1	Wywiady	42
3.1.1	Dobór próby	44
3.1.2	Specyfika wywiadów	45
3.1.3	Kwestie etyczne	46
4.	45	
4.1	Zainteresowane strony	48
4.2	Decydenci	53
Miejsce na pomysły, cytaty, uwagi itp.		55
4.3	Podmioty działające w środowisku szkolnym	57
3.2.1	Dobór próby, kwestionariusze i gromadzenie danych	61
5.	<i>Wyniki analizy kwestionariuszy</i>	62
5.1	Przejsięcie od wymiaru krajowego do międzynarodowego	62
5.2	Porównanie	64
5.3	Wzorce konsumpcji wiadomości	66
5.4	Postrzeganie fałszywych wiadomości	67
5.5	Potrzeby edukacyjne i najlepsze praktyki	67
5.6	Kluczowe spostrzeżenia	68
5.7	Profil społeczno-demograficzny	68
5.8	Ekspozycja na źródła wiadomości	74
5.9	Postrzeganie i wpływ fałszywych wiadomości	83
5.10	Zachowania związane z poszukiwaniem informacji	89
5.11	Umiejętność korzystania z mediów i edukacja	91
		2



5.12 Wnioski z kwestionariusza dla studentów	95
<i>Wyzwania i przyszłe kierunki</i>	113
<i>Zalecenia i wnioski</i>	121
<i>Bibliografia</i>	124
<i>Załącznik 1 - Lista osób zaangażowanych w fazę wywiadu i ich profil</i>	134
<i>Załącznik 2 - Szablon wywiadu</i>	142
<i>Załącznik 3 - Kwestionariusze skierowane do osób dorosłych</i>	144
<i>Załącznik 4 - Kwestionariusz skierowany do młodzieży</i>	149

1. Wprowadzenie

1.1 Podsumowanie projektu

Projekt **MILES - Metody MIL i PRE-BUNKING dotyczące krytycznego myślenia w sektorze edukacji** to inicjatywa współpracy finansowana z programu Erasmus+ pomiędzy 11 partnerami z 10 krajów Unii Europejskiej. Celem projektu jest sprostanie rosnącym wyzwaniom związanym z dezinformacją i manipulacją cyfrową, które mają bezpośredni wpływ na sektor edukacji oraz kształtowanie świadomych i krytycznie myślących obywateli. W czasach, w których informacje krążą szybko i są dostępne dla każdego, często bez sprawdzania źródeł, promowanie umiejętności odpowiedzialnego korzystania z mediów i danych oraz metod pre-bunkingu staje się koniecznością. Dzięki takiemu podejściu, projekt MILES ma na celu szkolenie nauczycieli i przyszłych edukatorów, aby byli agentami transformacji, wyposażonymi w odpowiednie umiejętności w celu wzmocnienia odporności na dezinformację i kultywowania krytycznego myślenia w szkolnej klasie i społeczeństwie.

Główne cele MILES to:

- Opracowanie i wdrożenie programów szkoleniowych dla nauczycieli i przyszłych edukatorów w zakresie umiejętności korzystania z mediów, pre-bunkingu i umiejętności korzystania z danych, obejmujących dwa poziomy szkolenia: Wstępne kształcenie nauczycieli (ITE) i ustawiczne doskonalenie zawodowe (CPD).
- Szkolenie nauczycieli i edukatorów, aby stali się promotorami praktyk krytycznego myślenia, tworząc sieć edukatorów przygotowanych do stosowania i rozpowszechniania innowacyjnych metodologii w swoich codziennych działaniach.
- Włączenie metod pre-bunkingu i umiejętności korzystania z danych do programu nauczania, szkolenie nauczycieli w celu opracowania narzędzi pedagogicznych i prowadzenie warsztatów angażujących uczniów w identyfikowanie i krytyczną analizę fałszywych i wprowadzających w błąd informacji.
- Angażowanie rodzin i społeczności edukacyjnych w działania związane z umiejętnościami cyfrowymi, przy użyciu zasobów takich jak opracowane przez uczniów gry planszowe, w celu podnoszenia świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i promowania kultury krytycznego myślenia poza środowiskiem szkolnym.
- Stworzenie trwałego i zrównoważonego wpływu na europejską edukację cyfrową, angażując decydentów i interesariuszy edukacyjnych w celu zapewnienia ciągłości i możliwości powielania opracowanych metodologii.

Projekt ma na celu wdrożenie solidnych programów szkoleniowych, obejmujących podstawowe aspekty umiejętności cyfrowych i krytycznych zarówno dla początkujących, jak i doświadczonych nauczycieli. Szkolenie na poziomie ITE umożliwi początkującym nauczycielom rozwijanie umiejętności włączania krytycznych i świadomych cyfrowo praktyk pedagogicznych od samego początku ich pracy. Ten poziom szkolenia jest niezbędny, ponieważ większość nauczycieli nie posiada jeszcze niezbędnych kompetencji, aby stawić czoła wyzwaniom środowiska cyfrowego nasyczonego dezinformacją. Na poziomie CPD, skierowanym do bardziej doświadczonych nauczycieli, projekt będzie dążył do poprawy i aktualizacji ich umiejętności, oferując praktyczne podejście do zwalczania dezinformacji i promowania

kultury krytycznej w klasie. Dzięki temu MILES ma nadzieję przeszkolić łącznie 180 nauczycieli, podzielonych na dwa rodzaje szkoleń.

Oprócz szkoleń, MILES jest zaangażowany w opracowywanie narzędzi pedagogicznych, aby nauczyciele mogli zwielokrotnić wpływ poznanych koncepcji. Nauczyciele, którzy ukończą szkolenie na poziomie CPD, będą mieli kluczową rolę we współtworzeniu edukacyjnego "zestawu narzędzi" pełnego praktycznych działań, mającego na celu zachęcenie uczniów do identyfikowania i opierania się dezinformacji, zanim spowoduje ona szkodliwe skutki - proces ten znany jest jako pre-bunking. Zainspirowany koncepcją szczepień psychologicznych, pre-bunking to wystawienie uczniów na małe dawki dezinformacji w kontrolowanym środowisku, aby mogli rozwinąć odporność na fałszywe treści w rzeczywistych sytuacjach. Poprzez warsztaty w klasach, około 540 uczniów będzie miało bezpośredni wpływ oraz możliwość zastosowania poznanych koncepcji, promując krytyczne myślenie w ich szkolnej rutynie.

Projekt kładzie również silny nacisk na zaangażowanie rodzin i społeczności. Aby zintegrować społeczność edukacyjną, MILES opracuje edukacyjną grę planszową, która pozwoli uczniom zastosować i podzielić się swoją wiedzą na temat dezinformacji z rodzinami. Działanie to zostanie przeprowadzone w ramach specjalnych warsztatów dla rodzin, w celu podniesienia świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i wspierania kultury krytycznej analizy poza murami szkoły. W warsztatach tych weźmie udział około 270 rodziców i opiekunów, co przyczyni się do stworzenia środowiska społecznego, w którym zachęca się do krytycznego myślenia, wzmacniając więzi między szkołą a rodziną.

Oczekiwany wpływ projektu MILES jest znaczący i głęboki, a jego celem jest nie tylko przekształcenie praktyki pedagogicznej w kontekście cyfrowym, ale także wzmocnienie społeczeństwa europejskiego jako całości. W perspektywie krótkoterminowej oczekuje się, że projekt poprawi zdolność nauczycieli do radzenia sobie z dezinformacją i umożliwi uczniom rozwijanie umiejętności krytycznych, które będą stosowane w środowisku cyfrowym. W perspektywie średnio- i długoterminowej MILES aspiruje do przyczynienia się do budowania bardziej odpornego społeczeństwa, świadomego zagrożeń związanych z manipulacją cyfrową, przy jednoczesnym promowaniu ciągłości krytycznego uczenia się cyfrowego poprzez zaangażowanie zainteresowanych stron i decydentów. Promując wytyczne i obiecujące praktyki na poziomie lokalnym, krajowym i europejskim, MILES ma na celu ustanowienie dziedzictwa innowacji edukacyjnych, które mogą być powielane i wykorzystywane w różnych kontekstach edukacyjnych. Rozpowszechnianie i integracja metodologii opracowanych w ramach projektu może potencjalnie zainspirować długoterminowe zmiany polityczne, pomagając stworzyć europejski system edukacji, który ceni i kultywuje krytyczne myślenie, umiejętności cyfrowe i odporność na dezinformację, przyczyniając się w ten sposób do bardziej solidnej i świadomej demokracji.

Spółka MILES składa się z następujących partnerów:

- Koordynator: [Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci](#) (Włochy)
- [OLAE](#) - Stowarzyszenie badawcze Observatório Lusófono de Actividades Económicas e Actividades (Portugalia)
- [Aproximar](#) - Cooperativa de Solidariedade Social (Portugalia)
- [ALSDGC](#) - Stowarzyszenie na rzecz rozwoju krytycznego myślenia w czytaniu i pisaniu (Rumunia)

- [Bupnet](#) - Niemcy
- [KMOP](#) - Centrum edukacyjne (Grecja)
- [GO!](#) - Belgia
- [Cardet](#) - Centrum Wspierania Badań i Rozwoju Technologii Edukacyjnych (Cypr)
- [die Berater](#) - Austria
- [Atermon](#) - Holandia
- [Danmar](#) Computers - Polska

1.2 Streszczenie raportu

Niniejszy raport opiera się na raportach europejskich partnerów, którzy przeprowadzili wywiady, badania źródeł wtórnych i ankiety online w początkowej fazie badań, aby zbadać obecną sytuację dotyczącą MIL w swoich krajach, identyfikując główne trendy, potrzeby edukacyjne i inspirujące praktyki, które można wykorzystać jako punkt odniesienia w kolejnych etapach projektu. Kraje partnerskie, w których przeprowadzono badania to: **Włochy; Portugalia; Rumunia; Niemcy; Grecja; Belgia; Cypr; Austria; Holandia; i Polska.**

Niniejszy raport jest wynikiem następujących działań:

- Jedno badanie wtórne na kraj dotyczące kontekstu krajowego, przegląd literatury i 5 obiecujących/dobrych praktyk w zakresie tematów projektu.
- Wywiady z minimum 5 decydentami politycznymi, 5 podmiotami pracującymi w środowisku szkolnym i 2 interesariuszami z każdego kraju, w sumie z **124 osobami**.
- 100 ankiet w każdym kraju, skierowanych do 70 dorosłych (zwłaszcza nauczycieli) i 30 uczniów/młodzieży, docierających łącznie do **1159 osób**.

Poniżej przedstawiono najważniejsze wyniki.

Raporty projektu MILES z wywiadów przeprowadzonych w krajach partnerskich podkreśliły istotne wyzwania i przedstawiły szczegółowe zalecenia dotyczące zwalczania fałszywych wiadomości i dezinformacji. **Raporty te podkreślają znaczenie kompleksowej edukacji medialnej i integracji umiejętności krytycznego myślenia z programem szkolnym. umiejętności krytycznego myślenia.**

Kluczowym wyzwaniem zidentyfikowanym w raportach **jest szybka ewolucja mediów i rosące wyrafinowanie taktyk dezinformacyjnych**. Edukatorzy i decydenci są szczególnie zaniepokojeni "infodemią" - przytłaczającą ilością informacji, w tym fałszywych i wprowadzających w błąd treści, co utrudnia jednostkom rozpoznanie wiarygodnych źródeł. Wyzwanie to potęguje wysoki poziom zaangażowania w platformy mediów społecznościowych wśród młodych ludzi, którzy są często najbardziej narażeni na dezinformację ze względu na ich zależność od tych platform w zakresie wiadomości.

Kolejną istotną kwestią **jest brak ciągłego rozwoju zawodowego nauczycieli**. Nauczyciele potrzebują ciągłych szkoleń, aby być na bieżąco z najnowszymi narzędziami cyfrowymi i strategiami zwalczania dezinformacji. Raporty podkreślają znaczenie inwestowania w programy szkoleniowe dla nauczycieli, które koncentrują się na umiejętności korzystania z mediów, w tym sztucznej inteligencji i umiejętności korzystania z algorytmów, aby wyposażać nauczycieli w umiejętności potrzebne do skutecznego kierowania uczniami.

Raporty podkreślają również **potrzebę zaangażowania społeczności i współpracy**. Zaangażowanie rodziców, lokalnych społeczności i organizacji medialnych w inicjatywy związane z umiejętnością korzystania z mediów ma kluczowe znaczenie dla stworzenia kompleksowego podejścia do walki z dezinformacją. Projekty społecznościowe i partnerstwa między szkołami a organizacjami medialnymi mogą zapewnić uczniom praktyczne, rzeczywiste doświadczenia i sprzyjać szerszemu zrozumieniu krajobrazu medialnego.

Jeśli chodzi o **obiecujące praktyki**, wyróżniono kilka inicjatyw. Na przykład News Literacy Project w Londynie i inicjatywa Segura Net portugalskiej Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji są godnymi uwagi przykładami skutecznych programów umiejętności korzystania z mediów. Inicjatywy te zapewniają cenne zasoby i ramy dla nauczycieli i uczniów w celu rozwijania krytycznych umiejętności korzystania z mediów. Dodatkowo, książki takie jak "Gosto, logo existo" zostały zarekomendowane ze względu na ich wartość edukacyjną w poruszaniu tematów związanych z umiejętnością korzystania z mediów.

Zalecenia polityczne zawarte w raportach obejmują **integrację umiejętności korzystania z mediów we wszystkich dyscyplinach edukacyjnych, poczynwszy od najmłodszych lat**. Rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia oraz promowanie tolerancji i różnorodności są postrzegane jako podstawowe elementy solidnej edukacji medialnej. Wzywa się również do poprawy rygoru dziennikarskiego i mechanizmów sprawdzania faktów w celu zapewnienia wiarygodności informacji rozpowszechnianych publicznie.

Raporty sugerują, że **strategie krajowe powinny być dostosowane do ram europejskich**, biorąc pod uwagę transgraniczny charakter dezinformacji. Raporty podkreślają jednak potrzebę, aby strategie te były dostosowane do kontekstu, uznając różnorodne pochodzenie uczniów i różne skutki dezinformacji.

Podejścia technologiczne, legislacyjne i edukacyjne muszą być zintegrowane, aby skutecznie sprostać wyzwaniom związanym z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją. Raporty zalecają wykorzystanie technologii do opracowania narzędzi do wykrywania i przeciwdziałania dezinformacji, wdrożenie środków legislacyjnych w celu uregulowania rozprzestrzeniania się fałszywych informacji oraz promowanie kompleksowych strategii edukacyjnych w celu budowania odporności na dezinformację.

Podsumowując, raporty z projektu MILES opowiadają się za **wielopłaszczyznowym podejściem do zwalczania fake newsów i dezinformacji. fake newsami i dezinformacją**. Fake newsy i dezinformacja są pojęciami pokrewnymi, ale nie są dokładnie tym samym.

Fałszywe wiadomości (Fake Newsy)

Termin ten ogólnie odnosi się do artykułów informacyjnych lub treści medialnych, które celowo zawierają fałszywe informacje, sfabrykowane tak, aby wyglądały jak prawdziwe wiadomości. Artykuły te często mają na celu nakłonienie czytelników do uwierzenia w coś, co nie jest prawdą. Fake newsy mogą być rozpowszechniane z różnych motywów, takich jak wpływanie na opinie, przyciąganie kliknięć (clickbait) lub wywoływanie oburzenia, ale nie zawsze z silnym zamiarem manipulacji.

Dezinformacja

Są to fałszywe informacje rozpowszechniane celowo z zamiarem wprowadzenia ludzi w błąd lub manipulowania nimi. Jest to szersza koncepcja, która obejmuje nie tylko fałszywe wiadomości, ale także inne taktyki, takie jak sfalszowane obrazy, fałszywe filmy i propagandę. Dezinformacja jest często wykorzystywana do wpływania na opinię publiczną, dyskredytowania osób lub grup, a nawet destabilizowania struktur

Oba te zjawiska są problematyczne, ale dezinformacja zazwyczaj wiąże się z bardziej strategicznymi, często złośliwymi zamiarami, podczas gdy fałszywe wiadomości mogą być czasami mniej ukierunkowane lub nawet rozpowszechniane nieumyślnie przez osoby, które uważają je za prawdziwe. Obejmuje to poprawę edukacji w zakresie umiejętności korzystania z mediów, ciągły rozwój zawodowy nauczycieli, zaangażowanie społeczności i solidne ramy polityczne. Przyjmując te strategie, kraje mogą zbudować dobrze poinformowane i krytycznie myślące społeczeństwo, zdolne do poruszania się w złożoności współczesnego krajobrazu informacyjnego.

2. Badanie wtórne

2.1 Przegląd literatury

Projekt MILES informuje o fałszywych wiadomościach i dezinformacji z różnych krajów partnerskich i zapewnia kompleksowy przegląd literatury, który zagłębia się w wieloaspektowe wyzwania i strategie zwalczania dezinformacji. Literatura poddana

przeglądowi w tych raportach podkreśla **szybką ewolucję mediów cyfrowych i ich głęboki wpływ na rozprzestrzenianie się fałszywych informacji**. Naukowcy i eksperci zgadzają się, że rozwój platform mediów społecznościowych znacznie zwiększył zasięg i szybkość rozprzestrzeniania się dezinformacji, tworząc złożone środowisko, w którym jednostki muszą się poruszać.

W celu przeprowadzenia tego badania przeanalizowaliśmy informacje i referencje nie tylko z krajów Unii Europejskiej, ale także niektóre badania na te tematy przeprowadzono w krajach spoza UE oraz na innych kontynentach.

Powtarzającym się tematem w literaturze jest koncepcja "**Infodemii**", która odnosi się do przytłaczającej ilości informacji, zarówno prawdziwych, jak i fałszywych, z którymi ludzie spotykają się na co dzień. Zjawisko to komplikuje zdolność rozróżniania wiarygodnych i niewiarygodnych źródeł. Badania podkreślają, że młodzi ludzie, którzy intensywnie korzystają z mediów społecznościowych, są szczególnie podatni na dezinformację. Na przykład badania przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych wskazują, że młodzież i młodzi dorośli są często narażeni na dezinformację na platformach takich jak Facebook i Instagram. Podobnie, badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii wykazały, że umiejętności cyfrowe wśród młodych ludzi są niewystarczające, aby skutecznie poruszać się po złożonym krajobrazie informacji online. Kilka badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii podkreśliło **podatność młodych ludzi na dezinformację i potrzebę poprawy umiejętności cyfrowych w celu znajdowania zweryfikowanych informacji w sieci**. Aby dodać kilka przykładów, chcielibyśmy przedstawić następujące badania z USA: Pew Research Center donosi, że młodzi Amerykanie są jednymi z najczęstszych użytkowników platform mediów społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram i Twitter, gdzie spotykają się z różnymi rodzajami dezinformacji. Badania Pew wykazały, że media społecznościowe są głównym źródłem wiadomości dla wielu młodych dorosłych, co zwiększa ich narażenie na potencjalnie wprowadzające w błąd lub fałszywe informacje.

Stanford History Education Group (SHEG) odkryła, że uczniowie gimnazjów, szkół średnich i college'ów w USA często mają trudności z oceną wiarygodności informacji online. Badanie "Ocena informacji: The Cornerstone of Civic Online Reasoning" ujawniło, że młodzi ludzie często nie potrafią odróżnić wiarygodnych źródeł od niewiarygodnych informacji w mediach społecznościowych.

Z Wielkiej Brytanii należy podkreślić następujące badania: Ofcom (2021) (brytyjski organ regulacyjny ds. komunikacji) publikuje coroczny raport "Children and Parents: Media Use and Attitudes", który wskazuje, że dzieci i młodzi dorośli są coraz bardziej uzależnieni od mediów społecznościowych w zakresie wiadomości i informacji, ale często brakuje im umiejętności krytycznej oceny ich dokładności. Raport ten podkreśla obawy dotyczące umiejętności cyfrowych i możliwości wprowadzania młodych ludzi w błąd przez dezinformację online.

National Literacy Trust (2018) przeprowadziło badanie pokazujące, że młodzi ludzie w Wielkiej Brytanii potrzebują lepszych umiejętności cyfrowych, aby bezpiecznie poruszać się po cyfrowym krajobrazie. Ich raport "Fake News and Critical Literacy" podkreśla, że znaczna liczba młodych ludzi nie posiada umiejętności identyfikowania fałszywych informacji w Internecie, co czyni ich podatnymi na dezinformację.

Literatura podkreśla potrzebę zwiększenia umiejętności korzystania z mediów, aby wyposażyć jednostki w umiejętności krytycznego myślenia wymagane do oceny ogromnych ilości informacji, które konsumują. Naukowcy twierdzą, że umiejętność korzystania z mediów powinna być podstawowym elementem edukacji od najmłodszych lat, pomagając uczniom rozwijać umiejętności niezbędne do krytycznej oceny informacji. To podejście edukacyjne jest wspierane przez różne inicjatywy i ramy, takie jak Narodowy Plan Umiejętności Medialnych i Narodowa Strategia Edukacji Obywatelskiej w Portugalii, które służą jako dokumenty przewodnie do wdrażania umiejętności korzystania z mediów na różnych poziomach edukacji. Porównywalne wysiłki w krajach takich jak Finlandia, która włączyła umiejętność korzystania z mediów do krajowego programu nauczania, pokazują skuteczność takich podejść we wspieraniu krytycznego myślenia i odporności na dezinformację. UNESCO podkreśliło Finlandię jako wiodący przykład w edukacji medialnej. Raporty na temat umiejętności korzystania z mediów i informacji często odnoszą się do fińskiej integracji umiejętności korzystania z mediów z programem nauczania i jej sukcesu we wspieraniu krytycznego myślenia wśród uczniów.

Fińska Narodowa Agencja Edukacji posiada szczegółowe informacje na temat integracji umiejętności korzystania z mediów z fińskim krajowym programem nauczania, podkreślając, w jaki sposób inicjatywy te promują krytyczne myślenie i chronią uczniów przed dezinformacją.

Szkolenie nauczycieli jest kolejnym kluczowym obszarem podkreślanym w literaturze. Potrzeba ciągłego rozwoju zawodowego nauczycieli jest stałym tematem, a badania wskazują, że nauczyciele wymagają ciągłego szkolenia, aby być na bieżąco z najnowszymi narzędziami cyfrowymi i strategiami zwalczania dezinformacji. Literatura sugeruje, że skuteczne programy szkolenia nauczycieli powinny obejmować elementy dotyczące sztucznej inteligencji i umiejętności posługiwania się algorytmami, ponieważ obszary te są coraz bardziej istotne w kontekście mediów cyfrowych i dezinformacji. Na przykład, w Kanadzie programy szkolenia nauczycieli obejmują moduły umiejętności cyfrowych i krytycznego myślenia, aby lepiej przygotować nauczycieli na wyzwania związane z dezinformacją.

Zaangażowanie społeczności i wspólne wysiłki są również widoczne w literaturze. Naukowcy opowiadają się za zaangażowaniem rodziców, społeczności lokalnych i organizacji medialnych w inicjatywy związane z umiejętnością korzystania z mediów w celu stworzenia kompleksowego podejścia do zwalczania dezinformacji. Badania pokazują, że projekty społecznościowe i partnerstwa między szkołami a organizacjami medialnymi mogą zapewnić uczniom

praktyczne, rzeczywiste doświadczenia i sprzyjać szerszemu zrozumieniu krajobrazu medialnego. Przykłady z Australii podkreślają udane inicjatywy społecznościowe, które łączą szkoły, rodziców i lokalne media w celu edukowania społeczeństwa na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i znaczenia krytycznej konsumpcji mediów.

W literaturze podkreśla się kilka obiecujących praktyk, w tym inicjatywy takie jak *News Literacy Project* w Londynie i *program Segura Net* portugalskiej Dyrekcji Generalnej ds. Programy te są cytowane ze względu na ich skuteczność w dostarczaniu cennych zasobów i ram dla nauczycieli i uczniów w celu rozwijania krytycznych umiejętności korzystania z mediów. Ponadto materiały edukacyjne, takie jak książka "*Gosto, logo existo*" są zalecane przez portugalskie Ministerstwo Edukacji ze względu na ich rolę w poruszaniu tematów związanych z umiejętnością korzystania z mediów w angażujący sposób. Podobne programy w Szwecji, takie jak inicjatywa "*Media and Information Literacy*", oferują kompleksowe zasoby i szkolenia, aby pomóc nauczycielom i uczniom w poruszaniu się po krajobrazie mediów cyfrowych.

Literatura omawia **również rolę technologii i środków legislacyjnych** w zwalczaniu dezinformacji. Badania zidentyfikowane w poniższych wierszach podkreślają potrzebę rozwiązań technologicznych do wykrywania i zwalczania dezinformacji, a także ram prawnych regulujących rozprzestrzenianie się fałszywych informacji. Wielokrotnie podkreśla się znaczenie solidnych mechanizmów weryfikacji faktów i rygoru dziennikarskiego, a naukowcy twierdzą, że elementy te mają kluczowe znaczenie dla utrzymania wiarygodności informacji rozpowszechnianych publicznie. Oto kilka przykładów badań i raportów, które podkreślają potrzebę rozwiązań technologicznych i ram prawnych w celu zwalczania dezinformacji:

- **"Zwalczanie dezinformacji w internecie: Podejście Europejskie"** (2018) - raport ten przedstawia strategię Unii Europejskiej w zakresie przeciwdziałania dezinformacji poprzez połączenie rozwiązań technologicznych, w tym sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego do moderowania treści, oraz wysiłków legislacyjnych mających na celu uregulowanie rozprzestrzeniania się fałszywych informacji. Raport opowiada się za silniejszymi ramami regulacyjnymi w celu zapewnienia odpowiedzialności platform cyfrowych. Źródło: Komisja Europejska. (2018). "Zwalczanie dezinformacji w internecie: A European Approach".
- **"Globalny porządek dezinformacji: Globalny spis zorganizowanych manipulacji w mediach społecznościowych w 2019 r."** autorstwa **Oxford Internet Institute** - W badaniu tym dokonano przeglądu roli narzędzi technologicznych, takich jak oprogramowanie do wykrywania botów, w identyfikowaniu i łagodzeniu kampanii dezinformacyjnych. Podkreśla również znaczenie polityki rządowej i współpracy międzynarodowej w zakresie regulacji platform mediów społecznościowych. Źródło: Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). "Globalny porządek dezinformacji: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation". Oxford Internet Institute.

- **"Sztuczna inteligencja i walka z dezinformacją " opracowany przez NATO StratCom Centre of Excellence** - Raport ten omawia rolę rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w wykrywaniu fałszywych wiadomości, w tym deepfake'ów, oraz sposób, w jaki sztuczna inteligencja może być wykorzystywana do usprawniania procesów weryfikacji faktów. Obejmuje on również potrzebę solidnych ram politycznych w celu sprostania wyzwaniom etycznym i regulacyjnym związanym z narzędziami opartymi na sztucznej inteligencji w zwalczaniu dezinformacji. Źródło: Centrum Doskonałości NATO StratCom. (2020). "Sztuczna inteligencja i walka z dezinformacją".
- **"Dezinformacja i fałszywe wiadomości: Raport końcowy" Komisji Cyfryzacji, Kultury, Mediów i Sportu Brytyjskiej Izby Gmin (2019 r.)** - w raporcie tym podkreślono potrzebę stworzenia ram prawnych w celu pociągnięcia platform mediów społecznościowych do odpowiedzialności za rozpowszechnianie dezinformacji. Opowiada się również za innowacjami technologicznymi, które pomogą wykrywać fałszywe informacje i wzywa do wprowadzenia bardziej rygorystycznych przepisów dotyczących reklamy politycznej na platformach cyfrowych. Źródło: Komisja Cyfrowa, Kultury, Mediów i Sportu Izby Gmin. (2019). "Dezinformacja i fałszywe wiadomości": Raport końcowy".
- **UNESCO „Dziennikarstwo, fałszywe wiadomości i dezinformacja: Podręcznik kształcenia i szkolenia dziennikarzy** " - choć skupia się na dziennikarstwie, podręcznik ten omawia podejścia technologiczne i legislacyjne potrzebne do zwalczania dezinformacji. Podkreśla rolę zautomatyzowanych narzędzi wykrywających i sugeruje zalecenia dotyczące polityki w zakresie inicjatyw związanych z mediami i umiejętnościami cyfrowymi. Źródło: UNESCO. (2018). "Dziennikarstwo, fałszywe wiadomości i dezinformacja: Podręcznik kształcenia i szkolenia dziennikarzy".

Poniższe badania podkreślają kluczową rolę zarówno innowacji technologicznych, jak i środków regulacyjnych w tworzeniu kompleksowej strategii przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się dezinformacji.

- **Wysiłki legislacyjne w Niemczech**, poprzez ustawę o egzekwowaniu sieci, pokazują, w jaki sposób ramy regulacyjne mogą skutecznie przeciwdziałać rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości na platformach mediów społecznościowych. Niemiecka ustawa o egzekwowaniu przepisów sieciowych (Netzwerkdurchsetzungsgesetz lub NetzDG), uchwalona w 2017 r., jest wybitnym przykładem działań legislacyjnych mających na celu zwalczanie rozprzestrzeniania się fałszywych wiadomości i mowy nienawiści na platformach mediów społecznościowych. Ustawa ta została opracowana w celu zapewnienia, że firmy zajmujące się mediami społecznościowymi, takie jak Facebook, Twitter i YouTube, będą ponosić odpowiedzialność za treści udostępniane na ich platformach, zwłaszcza gdy dotyczą one materiałów niezgodnych z niemieckim prawem, w tym dezinformacji, mowy nienawiści i podżegania do przemocy.

- Jednym z najbardziej wpływowych dokumentów w walce z dezinformacją w Europie jest **"Plan działania przeciwko dezinformacji"** Komisji Europejskiej (Komisja Europejska, 2018). Plan ten przedstawia strategiczne podejście do zwiększenia zdolności UE w zakresie wykrywania, zapobiegania i reagowania na dezinformację. Podkreśla potrzebę skoordynowanych reakcji w państwach członkowskich i koncentruje się na czterech kluczowych filarach: poprawie wykrywania, koordynacji reakcji, mobilizacji sektora prywatnego i podnoszeniu świadomości społecznej.
- **"Kodeks postępowania w zakresie dezinformacji"** (Komisja Europejska, 2018) uzupełnia plan działania poprzez zaangażowanie głównych platform internetowych i branży reklamowej w walkę z dezinformacją. Firmy takie jak Facebook, Google i Twitter zobowiązały się do podjęcia działań, takich jak zwiększenie przejrzystości reklam politycznych, zakłócanie przychodów z reklam za wprowadzające w błąd treści oraz zwalczanie fałszywych kont i automatycznych botów. Kodeks ten podkreśla kluczową rolę współpracy branżowej w ograniczaniu rozprzestrzeniania się fałszywych informacji w Internecie.
- **Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO)**, ustanowione przez Komisję Europejską, służy jako centralny ośrodek dla weryfikatorów faktów, badaczy akademickich i innych zainteresowanych stron. EDMO ułatwia wymianę najlepszych praktyk i wspiera wspólne badania nad dezinformacją, odgrywając kluczową rolę w budowaniu sieciowej reakcji w całej Europie (EDMO, 2020). Obserwatorium wspiera wysiłki na rzecz obalenia fałszywych narracji i poprawy umiejętności korzystania z mediów, przyczyniając się do bardziej odpornego ekosystemu informacyjnego.
- Społeczność akademicka wniosła znaczący wkład w zrozumienie i zwalczanie dezinformacji. Raport **"Wielowymiarowe podejście do dezinformacji"** przygotowany przez Biuro Analiz Parlamentu Europejskiego (EPRS, 2018) zawiera dogłębną analizę źródeł, mechanizmów i skutków dezinformacji. Opowiada się za wielopłaszczyznową strategią, która obejmuje środki regulacyjne, edukację medialną i innowacje technologiczne. Raport podkreśla złożoność dezinformacji i potrzebę kompleksowych rozwiązań.
- Autorzy tacy jak Wardle i Derakhshan (2017) w swoim badaniu **"Zaburzenia informacyjne: W kierunku interdyscyplinarnych ram dla badań i kształtowania polityk"** zapewniają teoretyczne podstawy do zrozumienia różnych rodzajów dezinformacji i metod ich rozpowszechniania. Ich praca podkreśla znaczenie interdyscyplinarnych badań w opracowywaniu skutecznych środków zaradczych.
- Państwa członkowskie opracowały strategie krajowe, które są zgodne z szerszymi ramami europejskimi, a każda z nich wnosi unikalne podejście i spostrzeżenia. Na

przykład Finlandia włączyła umiejętność korzystania z mediów do krajowego programu nauczania od najmłodszych lat, mając na celu wyposażenie uczniów w umiejętności krytycznej oceny informacji (Ministerstwo Edukacji i Kultury, Finlandia, 2018). Podejście to skutecznie wspiera krytyczne myślenie i odporność na dezinformację.

- Szwedzka inicjatywa **"Umiejętność korzystania z mediów i informacji"** zapewnia kompleksowe zasoby i szkolenia dla nauczycieli i uczniów, podkreślając znaczenie krytycznego myślenia w zwalczaniu dezinformacji (Swedish Media Council, 2019). Inicjatywa podkreśla rolę edukacji w budowaniu społeczeństwa, które potrafi poruszać się w złożoności cyfrowego krajobrazu informacyjnego.
- Niemiecka **ustawa Network Enforcement Act (NetzDG)** stanowi precedens dla działań legislacyjnych, wymagając od platform mediów społecznościowych usuwania nielegalnych treści, w tym mowy nienawiści i fałszywych wiadomości, w określonych ramach czasowych (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017). Ustawa ta pokazuje proaktywne podejście prawne do pociągania platform do odpowiedzialności i zapewniania szybkich działań przeciwko szkodliwym treściom.
- Rozwiązania technologiczne mają kluczowe znaczenie w wykrywaniu i zwalczaniu dezinformacji. Wysiłki Unii Europejskiej na rzecz opracowania zaawansowanych algorytmów i narzędzi do identyfikacji fałszywych wiadomości są dobrze udokumentowane. Raport Wspólnego Centrum Badawczego **"Automated Detection of Disinformation"** (JRC, 2019) przedstawia potencjał uczenia maszynowego i sztucznej inteligencji w monitorowaniu i analizowaniu treści internetowych.
- Ramy prawne mają również zasadnicze znaczenie dla regulacji rozpowszechniania fałszywych informacji. Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie **platform internetowych i jednolitego rynku cyfrowego (Parlament Europejski, 2019)** wzywa do wprowadzenia bardziej rygorystycznych środków regulacyjnych w celu zapewnienia przejrzystości i odpowiedzialności platform internetowych. Rezolucja odzwierciedla rosnący konsensus w sprawie potrzeby solidnych ram prawnych uzupełniających dobrowolne wysiłki branży.

Materiały edukacyjne takie jak **"Gosto, logo existo"** są zalecane ze względu na ich rolę w poruszaniu tematów związanych z umiejętnością korzystania z mediów w angażujący sposób (Ramos, 2018). Materiały te pomagają nauczycielom wprowadzać złożone koncepcje w przystępny sposób, wspierając bardziej świadomych i krytycznie myślących uczniów.¹

¹ Inne bardzo interesujące źródła to: Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym; Umiejętność korzystania z mediów dla wszystkich: Wspieranie kompetencji pozwalających stawić czoła zaburzeniom informacyjnym; Plan działania Komisji Europejskiej w dziedzinie edukacji cyfrowej na lata

2.2 Międzynarodowy kontekst umiejętności korzystania z mediów i danych

W ciągu ostatniej dekady **fake newsy i dezinformacja stały się kluczowymi kwestiami dla Europy**, zagrażając nie tylko integralności procesów demokratycznych, ale także strukturze społecznej europejskich społeczeństw. Rosnąca zależność od cyfrowych platform informacyjnych stworzyła **nowe wyzwania** zarówno dla obywateli, jak i rządów. Platformy mediów społecznościowych, oferując możliwości rozpowszechniania informacji i nawiązywania kontaktów, stały się również podatnym gruntem dla rozpowszechniania fałszywych i wprowadzających w błąd treści. Kampanie dezinformacyjne, często prowadzone przez podmioty państwowe i niepaństwowe, mają na celu wpływanie na opinię publiczną, ingerowanie w wybory i sianie niezgody wśród ludności. Kraje europejskie zdały sobie sprawę ze skali problemu i pojawiły się różne reakcje, od wysiłków regulacyjnych po kampanie uświadamiające. W szczególności Unia Europejska odegrała kluczową rolę w koordynowaniu działań w państwach członkowskich, promowaniu współpracy i tworzeniu ram regulacyjnych w celu zwalczania dezinformacji na poziomie europejskim. Badaczka Claire Wardle, wiodący ekspert w dziedzinie dezinformacji i współzałożycielka organizacji [First Draft](#), podkreśla krytyczny charakter tej kwestii: "Rozprzestrzenianie się dezinformacji jest fundamentalnym wyzwaniem dla demokracji. Bez dobrze poinformowanych obywateli zagrożony jest sam fundament demokratycznych rządów" (Wardle, 2019). Praca Wardle'a podkreśla pilną potrzebę opracowania kompleksowych strategii przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się fałszywych informacji w erze cyfrowej. Skala fałszywych wiadomości i dezinformacji w Europie osiągnęła w ostatnich latach niespotykany dotąd poziom (Wardle, 2023). Zjawisko to było najbardziej widoczne podczas kluczowych wydarzeń politycznych, takich jak wybory i referenda, a także podczas pandemii COVID-19. **Kampanie dezinformacyjne** były ukierunkowane na wybory europejskie, środki zdrowia publicznego, a nawet legitymację rządów i instytucji. Kampanie te wykorzystywały różne platformy - przede wszystkim media społecznościowe, ale także strony internetowe, blogi i usługi przesyłania wiadomości - do szybkiego rozpowszechniania fałszywych informacji. **Jednym z najbardziej znanych przykładów dezinformacji w Europie** było referendum w sprawie Brexitu w Wielkiej Brytanii w 2016 roku. Dezinformacja odegrała znaczącą rolę w kształtowaniu opinii publicznej po obu stronach debaty, z licznymi fałszywymi twierdzeniami na temat Unii Europejskiej i konsekwencji jej opuszczenia. Wprowadzające w błąd reklamy, posty w mediach społecznościowych i strony internetowe były wykorzystywane do rozpowszechniania fałszywych narracji, które były potęgowane przez algorytmy zaprojektowane w celu

2021-2027. Inne odniesienia, które chcielibyśmy podkreślić to: Krotz, F. (2011). Media Connectivity: Concepts, Conditions, and Consequences. Wiesbaden: Springer VS; Köhler, M. (2017). Digital Communication and Democratic Participation. Wien: Springer; de Jong, W., & Hoebink, P. (2017). Media i rozwój: Issues and Challenges in Communication for Development. The Hague: KIT Publishers

zwiększenia zaangażowania użytkowników. Wpływ tej kampanii dezinformacyjnej był ogromny, ponieważ przyczyniła się ona do polaryzacji brytyjskiego społeczeństwa i skomplikowała dyskurs polityczny wokół Brexitu. Profesor Rasmus Kleis Nielsen, dyrektor **Reuters Institute for the Study of Journalism** na Uniwersytecie Oksfordzkim, zauważa wpływ takich kampanii: **"Referendum w sprawie Brexitu było punktem zwrotnym w zrozumieniu roli dezinformacji** we wpływaniu na opinię publiczną. Pokazało, jak łatwo można propagować fałszywe narracje i jak głęboki wpływ mogą one mieć na procesy polityczne" (Nielsen, 2018).

Europa Wschodnia była również ważnym celem kampanii dezinformacyjnych, szczególnie w krajach takich jak Węgry, Polska i Ukraina (EUnews, 2024). Jednocześnie **pandemia COVID-19 stworzyła podatny grunt dla dezinformacji w całej Europie**, na co Komisja Europejska odpowiedziała specjalną strategią (zob. "Wspólny komunikat - Zwalczanie dezinformacji wywołanej przez COVID-19: rzetelne przedstawianie faktów" w 2020 r. oraz "Wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie wzmocnienia kodeksu postępowania w zakresie dezinformacji" w 2021 r.). Dr Divina Frau-Meigs, profesor na francuskim Uniwersytecie Sorbonne Nouvelle i ekspertka w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów i informacji, podkreśliła rolę platform cyfrowych w rozpowszechnianiu dezinformacji związanych ze zdrowiem: "Pandemia pokazała nam, jak szybko dezinformacja może rozprzestrzeniać się w mediach społecznościowych, szczególnie w obszarach takich jak zdrowie publiczne, gdzie konsekwencje mogą być tragiczne. Musimy usprawnić nasze programy dotyczące umiejętności korzystania z mediów, aby pomóc ludziom poruszać się po tym złożonym krajobrazie informacyjnym" (Frau-Meigs, 2020).

Rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości i dezinformacji nie ogranicza się do sfery politycznej czy zdrowia publicznego. **Dezinformacja wpływa również na obszary takie jak migracja, polityka środowiskowa i kwestie społeczne**, a fałszywe narracje często mają na celu zaognienie napięć i polaryzację debaty publicznej. W krajach takich jak Hiszpania i Włochy kampanie dezinformacyjne były ukierunkowane na imigrację, przedstawiając migrantów jako zagrożenie dla bezpieczeństwa narodowego i tożsamości kulturowej. Narracje te, często podzielane przez skrajnie prawicowe grupy, przyczyniły się do wzrostu nastrojów antyimigranckich w Europie i utrudniły rządowi wdrażanie polityki sprzyjającej integracji społecznej. Biorąc pod uwagę skalę i złożoność problemu, oczywiste jest, że **żadne indywidualne podejście nie może w pełni rozwiązać kwestii dezinformacji. Wymagana jest wieloaspektowa reakcja**, która obejmuje rządy, organizacje medialne, organizacje społeczne i sektor prywatny.

W niniejszym raporcie omówione zostaną strategie i polityki opracowane na szczeblu Unii Europejskiej w celu zwalczania dezinformacji, a także konkretne środki podjęte przez poszczególne kraje europejskie. Unia Europejska jest liderem wysiłków na rzecz zwalczania fałszywych wiadomości i dezinformacji w swoich państwach członkowskich. Uznając zagrożenie, jakie dezinformacja stanowi dla instytucji demokratycznych, UE opracowała kilka inicjatyw mających na celu zajęcie się tą kwestią zarówno na szczeblu europejskim, jak i

krajowym. Inicjatywy te opierają się na zasadach współpracy, przejrzystości i odpowiedzialności, ze szczególnym naciskiem na regulację platform cyfrowych i promowanie umiejętności korzystania z mediów. Jedną z najważniejszych inicjatyw opracowanych przez UE jest **Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO)**, które zostało uruchomione w 2020 roku. EDMO służy jako centrum dla badaczy, weryfikatorów faktów i ekspertów w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów, zapewniając platformę do współpracy i wymiany informacji. Główne cele EDMO obejmują monitorowanie trendów dezinformacyjnych w całej Europie, promowanie najlepszych praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów oraz wspieranie współpracy między różnymi zainteresowanymi stronami. **Prace EDMO są zgodne z planem działania Komisji Europejskiej przeciwko dezinformacji**, który został wprowadzony w 2018 r. w celu zwiększenia zdolności UE do wykrywania, analizowania i reagowania na dezinformację. Profesorka Sonia Livingstone, znana ekspertka w dziedzinie mediów i komunikacji z London School of Economics, pochwaliła podejście UE: "Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych stanowi znaczący krok naprzód w naszych działaniach na rzecz zwalczania dezinformacji. Skupiając ekspertów z całej Europy, stanowi bardzo potrzebną platformę współpracy i wymiany najlepszych praktyk" (Livingstone, 2021).

Kolejną kluczową inicjatywą jest **ustawa o usługach cyfrowych (DSA)**, są to kompleksowe ramy regulacyjne, które zostały przyjęte w 2022 roku. DSA wprowadza nowe obowiązki dla platform cyfrowych, wymagając od nich podjęcia proaktywnych działań w celu monitorowania i usuwania nielegalnych treści, w tym fałszywych wiadomości i dezinformacji. **Zgodnie z DSA platformy muszą być bardziej przejrzyste w zakresie sposobu wykorzystywania algorytmów do rekomendowania treści i muszą zapewniać użytkownikom większą kontrolę nad informacjami, które widzą.** DSA zobowiązuje również platformy do współpracy z niezależnymi weryfikatorami faktów w celu identyfikacji i oznaczania dezinformacji. Kary za nieprzestrzeganie przepisów są znaczące i mogą sięgać nawet 6% globalnych przychodów firmy. DSA stanowi duży krok naprzód w pociąganiu platform cyfrowych do odpowiedzialności za treści, które pojawiają się na ich stronach, i zapewnieniu, że biorą one odpowiedzialność za zwalczanie dezinformacji. **Europejski plan działania na rzecz demokracji (EDAP)**, wprowadzony w grudniu 2020 r., uzupełnia DSA, koncentrując się na wzmocnieniu procesów demokratycznych oraz ochronie wolnych i uczciwych wyborów w całej Europie. EDAP **określa szereg środków mających na celu ochronę integralności wyborów, promowanie niezależnych mediów i zwalczanie dezinformacji.** Jednym z kluczowych elementów EDAP jest regulacja reklamy politycznej, która jest głównym źródłem dezinformacji w okresach wyborczych. EDAP proponuje nowe zasady, które wymagają większej przejrzystości w reklamach politycznych, zapewniając, że obywatele mają świadomość, kto jest odpowiedzialny za reklamę, które widzą i w jaki sposób oraz do kogo są one kierowane. Plan podkreśla również znaczenie umiejętności korzystania z mediów, wzywając do zwiększenia wysiłków na rzecz edukowania obywateli na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i krytycznej oceny napotykanych informacji.

Umiejętność korzystania z mediów jest powszechnie uważana za jedno z najskuteczniejszych narzędzi w walce z dezinformacją. Obejmuje ona nauczanie osób umiejętności potrzebnych do krytycznej oceny napotykanych informacji, zrozumienia ich źródeł i podejmowania świadomych decyzji dotyczących ich wiarygodności. W erze, w której fałszywe wiadomości mogą szybko rozprzestrzeniać się za pośrednictwem mediów społecznościowych i innych platform cyfrowych, umiejętność korzystania z mediów ma zasadnicze znaczenie dla pomocy obywatelom w poruszaniu się po tym złożonym krajobrazie informacyjnym. Dr Divina Frau-Meigs, która szeroko badała umiejętność korzystania z mediów w Europie, twierdzi, że "umiejętność korzystania z mediów to nie tylko zestaw umiejętności; jest to kluczowy element edukacji obywatelskiej w XXI wieku. **Umożliwiając jednostkom krytyczne angażowanie się w media, możemy zbudować bardziej odporne społeczeństwo, które jest lepiej przygotowane do przeciwstawiania się dezinformacji**" (Frau-Meigs, 2020). Przykładem takiego podejścia jest Finlandia, która jest liderem w edukacji medialnej, włączając ją do krajowego programu nauczania od najmłodszych lat. Fińskie szkoły uczą uczniów, jak poruszać się po mediach cyfrowych, rozpoznawać dezinformację i angażować się w krytyczne myślenie. To proaktywne podejście zaowocowało populacją, która jest bardziej odporna na dezinformację, a Finlandia konsekwentnie zajmuje wysokie pozycje w globalnych indeksach umiejętności korzystania z mediów (Komisja Europejska, 2023).

Komisja Europejska wsparła kilka inicjatyw mających na celu podniesienie świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i znaczenia krytycznego myślenia. Na przykład kampania "#ThinkBeforeSharing" zachęca użytkowników mediów społecznościowych do weryfikowania dokładności informacji przed udostępnieniem ich w Internecie. Takie kampanie mają kluczowe znaczenie dla wspierania kultury sceptycyzmu i krytycznej analizy wśród społeczeństwa. Oprócz formalnej edukacji, **kampanie uświadamiające odgrywają istotną rolę w promowaniu umiejętności korzystania z mediów w całej Europie.**

Walka z dezinformacją w Europie stoi przed licznymi wyzwaniami, z których wiele jest głęboko zakorzenionych w infrastrukturze cyfrowej i normach społecznych współczesnej ery informacyjnej. Do najważniejszych wyzwań należą rola platform mediów społecznościowych, spadek zaufania do mediów i instytucji oraz różnice w wykształceniu istniejące w różnych regionach Europy. Platformy mediów społecznościowych stały się głównym polem bitwy w walce z dezinformacją. Platformy te zostały zaprojektowane tak, aby zmaksymalizować zaangażowanie użytkowników, często dając pierwszeństwo sensacyjnym treściom, które generują kliknięcia i udostępnienia, przed bardziej dokładnymi, ale mniej angażującymi informacjami. Ta dynamika stworzyła środowisko, w którym fałszywe informacje mogą rozprzestrzeniać się szybko i szeroko, często docierając do większej liczby osób niż zweryfikowane wersje lub treści oparte na faktach. Profesor Rasmus Kleis Nielsen, który intensywnie badał rolę mediów społecznościowych w rozprzestrzanianiu się dezinformacji, zauważył: "Konstrukcja platform mediów społecznościowych z natury sprzyja

rozprzestrzenianiu się dezinformacji, ponieważ priorytetowo traktuje treści, które są angażujące, nawet jeśli nie są dokładne. Stanowi to poważne wyzwanie dla tych, którzy chcą zwalczać fałszywe informacje" (Nielsen, 2020). Kolejnym poważnym wyzwaniem jest spadek zaufania do mediów i instytucji publicznych. W całej Europie rośnie sceptycyzm wobec tradycyjnych mediów, napędzany postrzeganiem stronniczości, sensacji i wpływów politycznych. Ta utrata zaufania doprowadziła wiele osób do zwrócenia się ku alternatywnym źródłom informacji, które mogą być mniej wiarygodne i bardziej podatne na szerzenie dezinformacji. Profesor Sonia Livingstone podkreśla znaczenie odbudowy zaufania do mediów, stwierdzając: "Aby skutecznie zwalczać dezinformację, musimy przywrócić publiczne zaufanie do mediów. Wymaga to zaangażowania na rzecz przejrzystości, odpowiedzialności i wysokiej jakości dziennikarstwa, które służy interesowi publicznemu" (Livingstone, 2019).

Różnice edukacyjne w Europie również stanowią poważne wyzwanie w promowaniu umiejętności korzystania z mediów. W krajach o dobrze rozwiniętych systemach edukacji umiejętność korzystania z mediów jest często zintegrowana z programem nauczania, wyposażając uczniów w umiejętności potrzebne do poruszania się w cyfrowym krajobrazie. Jednak w krajach, w których systemy edukacji są mniej solidne, umiejętność korzystania z mediów może nie być traktowana priorytetowo, pozostawiając jednostki bardziej podatne na dezinformację. Dr Frau-Meigs podkreśla tę kwestię: "Różnice edukacyjne w Europie oznaczają, że nie wszyscy mają taki sam dostęp do edukacji w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Tworzy to przepaść cyfrową, w której niektórzy obywatele są lepiej przygotowani do opierania się dezinformacji niż inni" (Frau-Meigs, 2021). Sprostanie tym wyzwaniom wymaga skoordynowanych wysiłków ze strony rządów, instytucji edukacyjnych, organizacji medialnych i społeczeństwa obywatelskiego. W następnej sekcji przeanalizujemy niektóre z najlepszych praktyk, które pojawiły się w całej Europie w zakresie zwalczania fałszywych wiadomości i dezinformacji.

Pomimo wyzwań, kilka krajów europejskich wdrożyło **skuteczne strategie zwalczania fałszywych wiadomości**, dostarczając cennych lekcji dla innych. Te najlepsze praktyki obejmują wspólne wysiłki, innowacje technologiczne i kompleksowe programy umiejętności korzystania z mediów.

Współpraca między rządami, organizacjami medialnymi i społeczeństwem obywatelskim jest niezbędna do skutecznego zwalczania dezinformacji. Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO) odgrywa kluczową rolę we wspieraniu takiej współpracy, łącząc zainteresowane strony z całej Europy w celu wymiany najlepszych praktyk i opracowywania innowacyjnych rozwiązań. Dr Frau-Meigs pochwaliła te wspólne wysiłki, zauważając: "Siła EDMO polega na jego zdolności do łączenia różnorodnej grupy ekspertów i zainteresowanych stron, tworząc sieć, która może szybko i skutecznie reagować na pojawiające się zagrożenia dezinformacyjne" (Frau-Meigs, 2020). Innowacje technologiczne odgrywają również istotną rolę w zwalczaniu dezinformacji. Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji do sprawdzania

faktów, rozszerzenia przeglądarki, które oznaczają podejrzane treści, oraz platformy, które gromadzą sprawdzone informacje, stają się coraz ważniejsze w walce z dezinformacją. Technologie te pomagają osobom fizycznym identyfikować fałszywe wiadomości i podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące informacji, które konsumują. Dr Nielsen podkreślił potencjał tych narzędzi technologicznych: "Innowacje technologiczne, w szczególności te napędzane przez sztuczną inteligencję, mogą znacznie zwiększyć naszą zdolność do wykrywania i zwalczania dezinformacji. Muszą one jednak być stosowane w połączeniu z szerszymi strategiami, które obejmują edukację i regulacje" (Nielsen, 2021). Oprócz rozwiązań technologicznych, kompleksowe programy umiejętności korzystania z mediów pozostają fundamentem wysiłków na rzecz zwalczania dezinformacji. Kraje takie jak Finlandia i Szwecja przodują we wprowadzaniu umiejętności korzystania z mediów do krajowych programów nauczania, zapewniając, że obywatele są wyposażeni w umiejętności potrzebne do poruszania się w cyfrowym krajobrazie. Profesor Livingstone podkreśla znaczenie tych programów: "Umiejętność korzystania z mediów nie polega tylko na uczeniu ludzi identyfikowania fałszywych wiadomości; chodzi o umożliwienie im krytycznego angażowania się we wszystkie formy mediów. Jest to niezbędne dla utrzymania zdrowej demokracji" (Livingstone, 2020).

1) Statystyki dotyczące MIL i umiejętności korzystania z danych:

Umiejętność korzystania z danych, definiowana jako zdolność do odczytywania, rozumienia i wykorzystywania danych na różne sposoby (Harvard, 2021), staje się coraz bardziej istotna w erze cyfrowej. Umożliwia jednostkom podejmowanie świadomych decyzji, poruszanie się po cyfrowym krajobrazie i pełne uczestnictwo w społeczeństwie informacyjnym. W tej części raportu przedstawiono aktualne statystyki i trendy w zakresie umiejętności korzystania z danych w krajach europejskich, podkreślając znaczące rozbieżności i kluczowe inicjatywy mające na celu poprawę tych umiejętności.

Od 2023 r. w Unii Europejskiej (UE) występują znaczne różnice w zakresie umiejętności korzystania z danych. Według Eurostatu **55% osób w wieku od 16 do 74 lat w UE posiada co najmniej podstawowe umiejętności cyfrowe**, które obejmują podstawowe umiejętności korzystania z danych. Jednak ta średnia maskuje znaczne rozbieżności między krajami. Na przykład **Holandia i Finlandia** mają najwyższy poziom podstawowych umiejętności cyfrowych na poziomie **79%**, podczas gdy **Rumunia i Bułgaria** znajdują się na niższym końcu z odpowiednio **28%** i **31%** (Eurostat, 2023). Na dysproporcje te wpływają różne czynniki, w tym wykształcenie, wiek i status społeczno-ekonomiczny. Wyższy poziom wykształcenia jest silnie skorelowany z lepszymi umiejętnościami cyfrowymi. Na przykład w UE 80% osób z wyższym wykształceniem formalnym posiada podstawowe umiejętności cyfrowe w porównaniu do

zaledwie 34% osób bez wykształcenia formalnego lub z niskim wykształceniem formalnym. **Największe różnice w umiejętnościach cyfrowych według poziomu wykształcenia obserwuje się w Portugalii (66 punktów procentowych), Grecji (63 punkty procentowe) i na Malcie (59 punktów procentowych).** Z kolei **Estonia (12 punktów procentowych), Finlandia (14 punktów procentowych) i Litwa (22 punkty procentowe) wykazują najmniejsze różnice** (Eurostat, 2023). Edukacja znacząco wpływa na poziom umiejętności korzystania z danych. Kraje o solidnych systemach edukacyjnych, które włączają umiejętności cyfrowe do swoich programów nauczania, mają zwykle wyższy poziom umiejętności korzystania z danych. Finlandia, lider w tej dziedzinie, uwzględnia umiejętności korzystania z mediów i danych od wczesnej edukacji dziecięcej po szkolnictwo wyższe. To kompleksowe podejście zapewnia, że uczniowie rozwijają silne umiejętności cyfrowe w ramach ogólnej edukacji (Eurostat, 2023). **Wiek również odgrywa kluczową rolę.** Młodsze osoby mają zazwyczaj wyższy poziom umiejętności cyfrowych w porównaniu ze starszymi grupami wiekowymi. W UE **69% mężczyzn w wieku 25-34 lat posiada podstawowe umiejętności cyfrowe**, podczas gdy liczba ta spada do **34%** w przypadku osób w wieku 65-74 lat. W przypadku **kobiet 71% osób w wieku 25-34 lat posiada podstawowe umiejętności cyfrowe** w porównaniu do zaledwie **25% osób w wieku 65-74 lat.** Tendencja ta podkreśla potrzebę ukierunkowanych interwencji w celu poprawy umiejętności cyfrowych wśród starszych populacji (Eurostat, 2023).

Kilka inicjatyw zarówno na poziomie krajowym, jak i unijnym ma na celu zwiększenie umiejętności korzystania z danych. Inicjatywa Komisji Europejskiej "Cyfrowa Dekada" wyznacza ambitne cele, dążąc do tego, aby do 2030 r. co najmniej 80% obywateli UE w wieku od 16 do 74 lat posiadało podstawowe umiejętności cyfrowe. Inicjatywa ta nakreśla kompleksową wizję transformacji cyfrowej, podkreślając znaczenie umiejętności cyfrowych dla osiągnięcia tych celów (Światowe Forum Ekonomiczne, 2023). Programy krajowe również odgrywają kluczową rolę. Niemiecka sieć Data Literacy Education Network (**DLEN**) oferuje obszerne zasoby i programy szkoleniowe, integrując umiejętność korzystania z danych na wszystkich poziomach edukacji. Podobnie włoski Narodowy Instytut Statystyki (**ISTAT**) publikuje kompleksowe raporty na temat umiejętności cyfrowych, pomagając decydentom w opracowywaniu ukierunkowanych interwencji (Eurostat, 2023). Pomimo znacznych postępów, pozostaje kilka wyzwań. Różnice między krajami i w obrębie populacji wskazują na potrzebę bardziej dostosowanego i integracyjnego podejścia. Kluczowe znaczenie ma zapewnienie obszarom wiejskim i grupom w niekorzystnej sytuacji społeczno-ekonomicznej dostępu do wysokiej jakości edukacji cyfrowej. Ponadto ciągły rozwój zawodowy nauczycieli jest niezbędny, aby dotrzymać kroku postępowi technologicznemu i nowym metodom pedagogicznym. Integracja umiejętności cyfrowych z ramami uczenia się przez całe życie stanowi znaczącą szansę. Wraz z rozwojem technologii, umiejętności wymagane do poruszania się po niej również muszą ewoluować. Inicjatywy uczenia się przez całe życie mogą pomóc jednostkom w ciągłym aktualizowaniu ich umiejętności, zapewniając im biegłość w stale zmieniającym się cyfrowym krajobrazie.

2) Aktualne trendy

Umiejętność korzystania z mediów obejmuje zdolności techniczne, poznawcze, społeczne, obywatelskie i twórcze, które umożliwiają obywatelowi dostęp do mediów, krytyczne ich zrozumienie i interakcję z nimi (EDMO, b.d.). W ostatnich latach kraje europejskie uznały znaczenie umiejętności korzystania z mediów we wspieraniu świadomych i zaangażowanych obywateli. Według Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (2018) około 65% Europejczyków czuje się pewnie w zakresie swoich umiejętności korzystania z mediów, ale istnieją znaczne rozbieżności między krajami.

Kraje Europy Północnej, takie jak Finlandia i Szwecja, przodują w edukacji medialnej, włączając ją do krajowych programów nauczania. Na przykład Finlandia jest często wymieniana jako model edukacji medialnej, z kompleksowym podejściem, które zaczyna się we wczesnym dzieciństwie i trwa przez cały okres szkolnictwa wyższego. Badanie przeprowadzone w 2018 r. przez Komisję Europejską wykazało, że 90% fińskich studentów otrzymuje formalną edukację medialną, w porównaniu do zaledwie 30% w niektórych krajach Europy Południowej i Wschodniej.

Europejski Indeks Umiejętności Korzystania z Mediów (2020) wskazuje, że kraje takie jak Dania, Holandia i Estonia również uzyskały wysokie wyniki, korzystając z silnych systemów edukacyjnych i wspierającej polityki rządowej. Z kolei kraje takie jak Bułgaria, Rumunia i Grecja stoją w obliczu wyzwań, w tym ograniczonych zasobów i niewystarczających szkoleń dla nauczycieli. Kilka ogólnoeuropejskich inicjatyw ma na celu zwiększenie umiejętności korzystania z mediów. Europejski Tydzień Umiejętności Korzystania z Mediów, zainicjowany przez Komisję Europejską, podnosi świadomość i promuje najlepsze praktyki. Program Media Literacy for All finansuje projekty, które rozwijają innowacyjne narzędzia i zasoby dla edukacji medialnej. **Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO)** wspiera badania i zalecenia polityczne, promując współpracę między zainteresowanymi stronami. Promuje również inicjatywy sprawdzania faktów i obalania faktów, co ma kluczowe znaczenie dla zwalczania dezinformacji.

Ponieważ ilość generowanych danych stale rośnie, znajomość danych stała się niezbędna zarówno dla osób fizycznych, jak i organizacji. **Badanie przeprowadzone w 2019 r. przez Europejski Portal Danych** wykazało, że 58% Europejczyków czuje się nieprzygotowanych do skutecznego przetwarzania danych, co podkreśla znaczną lukę w umiejętnościach. Kraje Europy Zachodniej, takie jak Niemcy, Wielka Brytania i Francja, poczyniły znaczne inwestycje w edukację i szkolenia w zakresie umiejętności korzystania z danych. **Niemiecka sieć Data Literacy Education Network (DLEN)** oferuje obszerne zasoby i programy szkoleniowe, mające na celu włączenie umiejętności korzystania z danych do wszystkich poziomów edukacji. Partnerstwo na rzecz umiejętności cyfrowych rządu Wielkiej Brytanii również nadało priorytet umiejętnościom korzystania z danych, współpracując z firmami i instytucjami edukacyjnymi w celu zaradzenia niedoborom umiejętności. Z kolei kraje Europy Południowej i Wschodniej stoją

przed większymi wyzwaniami. **Narzędzie do monitorowania europejskiego rynku danych (2020)** informuje, że kraje takie jak Włochy, Hiszpania i Polska pozostają w tyle pod względem umiejętności korzystania z danych, z mniejszą liczbą programów edukacyjnych i mniejszym zaangażowaniem przemysłu. **Unijny projekt Data Literacy Project**, będący wynikiem współpracy sektora publicznego i prywatnego, ma na celu poprawę umiejętności korzystania z danych w całej Europie. Oferuje on kursy online, warsztaty i zasoby skierowane do różnych grup odbiorców, od studentów po profesjonalistów. Ponadto program Horyzont 2020 finansuje projekty badawcze i innowacyjne, które zwiększają znajomość danych, promując podejścia interdyscyplinarne i wykorzystanie zaawansowanych technologii. Fałszywe wiadomości lub dezinformacja stanowią poważne zagrożenie dla społeczeństw demokratycznych, podważając zaufanie do mediów i instytucji. **Badanie Eurobarometru (2018) wykazało**, że 83% obywateli UE postrzega fałszywe wiadomości jako problem dla demokracji, a 73% jest zaniepokojonych wpływem dezinformacji na wybory. Badanie wykazało również, że platformy mediów społecznościowych są postrzegane jako główne źródła fałszywych wiadomości przez 70% respondentów. Badanie przeprowadzone **przez Instytut Reutersa zajmujący się badaniem dziennikarstwa (2020) wykazało**, że 28% Europejczyków regularnie spotyka się z fałszywymi wiadomościami w Internecie. Częstość występowania dezinformacji różni się w zależności od kraju, przy czym wyższe wskaźniki odnotowano w Europie Południowej i Wschodniej. Na przykład w Rumunii 42% respondentów zgłosiło częste napotykanie fałszywych wiadomości, w porównaniu z 16% w Finlandii.

Wspólne Centrum Badawcze Komisji Europejskiej (2019) podkreśliło, że fałszywe wiadomości często rozprzestrzeniają się szybciej i szerzej niż faktyczne wiadomości ze względu na ich sensacyjny charakter. W badaniu podkreślono rolę algorytmów we wzmacnianiu dezinformacji, ponieważ priorytetowo traktują one angażujące treści, które często wprowadzają w błąd. Aby zwalczać fałszywe wiadomości, Unia Europejska wdrożyła kilka inicjatyw. Kodeks postępowania w zakresie dezinformacji (2018) angażuje główne platformy internetowe w wysiłki na rzecz zwiększenia przejrzystości, zakłócenia przychodów z reklam dla źródeł dezinformacji i zwalczania fałszywych kont. Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO) odgrywa kluczową rolę w koordynowaniu działań związanych ze sprawdzaniem faktów i wspieraniem badań nad dezinformacją. Strategie krajowe również przyczyniają się do tych wysiłków. Niemiecka ustawa Network Enforcement Act (**NetzDG**) wymaga od platform mediów społecznościowych szybkiego usuwania nielegalnych treści, w tym fałszywych wiadomości. Kompleksowe fińskie programy umiejętności korzystania z mediów mają na celu budowanie odporności na dezinformację od najmłodszych lat.

W raporcie **Open Data Maturity Report (2020)** podkreślono znaczenie inicjatyw w zakresie otwartych danych w promowaniu umiejętności korzystania z danych. Kraje o solidnej polityce otwartych danych, takie jak Francja i Holandia, mają zwykle wyższy poziom umiejętności korzystania z danych, ponieważ dostęp do danych publicznych sprzyja kulturze wykorzystywania danych i innowacji. Pomimo postępów, pozostaje kilka wyzwań. Należy zająć

się różnicami między krajami i regionami, a także między obszarami miejskimi i wiejskimi. Inwestycje w szkolenia nauczycieli i rozwój zawodowy mają kluczowe znaczenie, ponieważ nauczyciele odgrywają kluczową rolę w przekazywaniu umiejętności korzystania z mediów i danych. Współpraca między rządami, instytucjami edukacyjnymi i sektorem prywatnym jest niezbędna do stworzenia kompleksowych i integracyjnych programów alfabetyzacji. Decydenci polityczni muszą priorytetowo traktować finansowanie inicjatyw promujących umiejętności cyfrowe, zapewniając wszystkim obywatelom możliwość zdobycia umiejętności korzystania z mediów i danych. Patrząc w przyszłość, kluczowa będzie integracja umiejętności korzystania z mediów i danych z ramami uczenia się przez całe życie. Ponieważ technologia nadal ewoluuje, konieczne będzie ciągłe podnoszenie i zmiana kwalifikacji, aby dotrzymać kroku nowym zmianom i wyzwaniom. Europejski program na rzecz umiejętności, który koncentruje się na umiejętnościach cyfrowych, jest pozytywnym krokiem w tym kierunku, podkreślającym potrzebę skoordynowanych wysiłków na rzecz poprawy umiejętności cyfrowych w całej Europie.

3) Przeszkody i możliwości

Zwalczanie fake newsów i dezinformacji wiąże się zarówno z poważnymi przeszkodami, jak i znacznymi możliwościami. W miarę jak społeczeństwa stają się coraz bardziej zależne od mediów cyfrowych w zakresie informacji, rozprzestrzenianie się fałszywych informacji stało się pilną kwestią, stanowiącą wyzwanie dla integralności dyskursu publicznego i procesów demokratycznych. Jak wspomniano wcześniej, złożoność tego problemu wymaga **wieloaspektowego podejścia, obejmującego środki technologiczne, edukacyjne i regulacyjne.**

Jedną z **głównych przeszkód** w zwalczaniu fałszywych **wiadomości jest sama ilość i szybkość rozprzestrzeniania się dezinformacji.** Platformy mediów społecznościowych, zaprojektowane w celu maksymalizacji zaangażowania użytkowników, często wzmacniają sensacyjne i wprowadzające w błąd treści. Algorytmy nadają priorytet postom, które generują wysoki poziom interakcji, nieumyślnie zwiększając widoczność fałszywych wiadomości. To szybkie rozpowszechnianie utrudnia szybką identyfikację i przeciwdziałanie fałszywym narracjom. Co więcej, ponadnarodowy charakter Internetu komplikuje wysiłki mające na celu regulację i kontrolę rozprzestrzeniania się dezinformacji w różnych jurysdykcjach.

Kolejnym istotnym wyzwaniem **jest wyrafinowanie współczesnych kampanii dezinformacyjnych.** Postęp technologiczny, w postaci filmów “deepfake” i zautomatyzowanych botów, ułatwił tworzenie i rozpowszechnianie przekonująco fałszywych informacji. Narzędzia te mogą być wykorzystywane do manipulowania opinią publiczną i siania niezgody, utrudniając jednostkom odróżnienie prawdy od fikcji. Ponadto anonimowość

zapewniana przez Internet pozwala złośliwym podmiotom działać względnie bezkarnie, co dodatkowo komplikuje wysiłki mające na celu pociągnięcie sprawców do odpowiedzialności.

Kwestia zaufania również stanowi istotną przeszkodę. Zaufanie społeczne do tradycyjnych mediów i instytucji zmniejszyło się. Częściowo z powodu rozprzestrzeniania się dezinformacji. Kiedy ludzie tracą wiarę w wiarygodne źródła, stają się bardziej podatni na fałszywe wiadomości, które często wykorzystują istniejące uprzedzenia i emocje. Ten spadek zaufania utrudnia promowanie wiarygodnych informacji i skuteczne przeciwdziałanie fałszywym narracjom.

Pomimo tych przeszkód **istnieją znaczne możliwości** zwalczania fałszywych wiadomości i dezinformacji. Jednym z najbardziej obiecujących podejść **jest poprawa umiejętności korzystania z mediów**. Edukacja społeczeństwa, zwłaszcza młodych ludzi, w zakresie krytycznej oceny źródeł informacji może budować odporność na dezinformację. Szkoły i instytucje edukacyjne odgrywają kluczową rolę w tych wysiłkach, włączając umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania, aby wyposażać uczniów w umiejętności potrzebne do poruszania się w cyfrowym krajobrazie informacyjnym. Programy takie jak kompleksowa edukacja medialna w Finlandii służą jako udane modele, pokazujące pozytywny wpływ takich inicjatyw.

Innowacje technologiczne również oferują znaczne możliwości. Zaawansowane algorytmy i sztuczna inteligencja mogą być wykorzystywane do skuteczniejszego wykrywania i oznaczania dezinformacji. Narzędzia do sprawdzania faktów i aplikacje do edukacji cyfrowej mogą pomóc użytkownikom w weryfikacji autentyczności informacji. Współpraca między firmami technologicznymi, rządami i organizacjami społeczeństwa obywatelskiego może prowadzić do opracowania bardziej niezawodnych rozwiązań w celu identyfikacji i łagodzenia rozprzestrzeniania się fałszywych wiadomości.

Środki regulacyjne stanowią kolejną drogę do zwalczania dezinformacji. Rządy mogą uchylać przepisy, które pociągają platformy mediów społecznościowych do odpowiedzialności za treści rozpowszechniane na ich stronach. Kodeks postępowania Unii Europejskiej w zakresie dezinformacji i niemiecka ustawa o egzekwowaniu przepisów dotyczących sieci (**NetzDG**) to przykłady ram regulacyjnych mających na celu zwiększenie przejrzystości i odpowiedzialności. Przepisy te mogą zmusić platformy do podjęcia bardziej proaktywnych kroków w zakresie monitorowania i usuwania fałszywych informacji.

Co więcej, **wspieranie kultury przejrzystości i odpowiedzialności w branży medialnej ma kluczowe znaczenie**. Standardy dziennikarskie i etyka muszą być przestrzegane, aby utrzymać zaufanie publiczne. Inicjatywy promujące przejrzystość, takie jak ujawnianie źródeł i finansowania, mogą pomóc przywrócić wiarygodność tradycyjnym mediom. Wspieranie

niezależnego dziennikarstwa i organizacji weryfikujących fakty ma również kluczowe znaczenie w walce z dezinformacją.

Współpraca międzynarodowa jest niezbędna, biorąc pod uwagę globalny charakter Internetu. Kraje mogą dzielić się najlepszymi praktykami i koordynować reakcje na transgraniczne kampanie dezinformacyjne. Międzynarodowe organizacje i sojusze, takie jak Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (**EDMO**), odgrywają kluczową rolę we wspieraniu współpracy i dzieleniu się wiedzą.

Podsumowując, podczas gdy walka z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją stanowi poważne wyzwanie, istnieje wiele możliwości rozwiązania tych kwestii poprzez edukację, technologię, regulacje i współpracę międzynarodową. Zwiększanie umiejętności korzystania z mediów, wykorzystywanie innowacji technologicznych, wprowadzanie skutecznych przepisów i promowanie przejrzystości w mediach to kluczowe elementy kompleksowej strategii. Przyjmując wieloaspektowe podejście, społeczeństwa mogą budować odporność na dezinformację i chronić integralność dyskursu publicznego i procesów demokratycznych. Wspólny wysiłek rządów, instytucji edukacyjnych, firm technologicznych, organizacji medialnych i społeczeństwa obywatelskiego ma kluczowe znaczenie dla pokonania przeszkód i wykorzystania możliwości w walce z fałszywymi informacjami.

2.3 Obiecujące praktyki

Niniejszy rozdział analizuje niektóre z obiecujących praktyk zidentyfikowanych przez partnerów projektu MILES w zakresie zwalczania dezinformacji i promowania umiejętności korzystania z mediów w środowiskach edukacyjnych w Europie. Poprzez wspólne badania i pilotażowe wdrożenia, partnerzy MILES opracowali i udoskonalili szereg innowacyjnych strategii i narzędzi mających na celu poprawę krytycznego myślenia, wzmocnienie umiejętności cyfrowych oraz umożliwienie nauczycielom i uczniom poruszania się po złożonym krajobrazie informacji online. Dokumentując i analizując te praktyki, niniejszy rozdział oferuje wgląd w skuteczne podejścia, które można zaadaptować i przyjąć w różnych kontekstach edukacyjnych. Podkreślone tutaj praktyki odzwierciedlają zaangażowanie w budowanie odporności na dezinformację, wyposażanie nauczycieli w zasoby potrzebne do sprostania wyzwaniom cyfrowym oraz angażowanie uczniów w znaczące doświadczenia edukacyjne, które budują ich zdolność do krytycznego dociekania i świadomego obywatelstwa.

W sumie partnerzy zidentyfikowali 44 praktyki wśród kilku typów: programy szkoleniowe; ramy kompetencji umiejętności; praktyki lub metodologie mające na celu zwiększenie umiejętności krytycznego korzystania z mediów i danych / pre-bunking; polityki lub inne. Poniżej wybrano 8 praktyk, aby podać szereg przykładów, które należy wziąć pod uwagę. Jednak pełną listę praktyk można znaleźć w raportach krajowych każdego partnera, dostępnych na żądanie.

1.

Nazwa obiecującej praktyki	Generazioni Connesse
Kraj	Włochy
Typ:	▪ Program szkoleniowy ▪ Ramy kompetencji umiejętności ▪ Praktyka lub metodologia mająca na celu zwiększenie umiejętności krytycznego korzystania z mediów i danych ▪ Zasady
Rok wdrożenia	W latach 2022-2024 (szósta edycja projektu)
Kontekst	
<i>Potrzeby</i>	"Generazioni Connesse" odpowiada na potrzebę kompleksowej edukacji cyfrowej poprzez opracowanie wielowarstwowej platformy. Tworzy materiały edukacyjne, przewodniki i programy szkoleniowe dla nauczycieli, rodziców i uczniów. Wspiera również szkoły w tworzeniu polityki cyfrowej, oferuje kampanie komunikacyjne i inicjatywy uświadamiające oraz zapewnia mechanizmy zgłaszania i pomocy związane z bezpieczeństwem w Internecie.
<i>Zaangażowany cel: prosimy o krótki opis celu, do którego skierowano te obiecujące praktyki.</i>	Jako program podnoszenia kompetencji, nauczyciele i wychowawcy od przedszkola wzwyż są najprawdopodobniej uważani za bezpośredni cel większości produktów projektu. Niemniej jednak należy wymienić beneficjentów pośrednich, ponieważ w 2021 r. projekt zdołał dotrzeć do ponad 357 000 dorosłych, w tym rodziców, a także do prawie 900 000 chłopców i dziewcząt.
<i>Główny cel</i>	Projekt ma na celu poprawę umiejętności cyfrowych, medialnych i informacyjnych oraz promowanie odpowiedzialnego korzystania z Internetu w różnych grupach wiekowych, z naciskiem na integrację.
Opis obiecujących praktyk	
<i>Zawartość</i>	Generazioni Connesse, wspierane od wielu lat przez Ministerstwo Edukacji, opracowało wielowarstwową platformę na rzecz poprawy edukacji cyfrowej, angażując partnerów takich jak Save the Children, Telefono Azzurro, Cooperativa EDI Onlus i CREMIT w tworzenie materiałów edukacyjnych i przewodników. Platforma oferuje różne poziomy zaangażowania, zaczynając od podstawowego dostępu do materiałów

	informacyjnych, przechodząc do nowego zestawu edukacyjnego ze szczegółowymi przewodnikami do wykorzystania w klasie i tematycznymi zagłębieniami w obszary objęte Syllabusem Cyfrowej Edukacji Obywatelskiej, a kończąc na opracowywaniu cyfrowych polityk i praktyk dla szkół poprzez szkolenia dla nauczycieli i wspólne projekty uczniów. Obejmuje kampanie komunikacyjne, inicjatywy uświadamiające i programy szkoleniowe przeznaczone dla dorosłych (takich jak nauczyciele, rodzice, wychowawcy i specjaliści ds. opieki nad dziećmi) i młodzieży (w tym dzieci i nastolatków). Młodzi ludzie są aktywnie zaangażowani w tworzenie zespołów dziennikarskich, aby dzielić się swoimi poglądami na temat cyfrowego świata. Projekt organizuje również wydarzenia z udziałem krajowych i międzynarodowych ekspertów w celu omówienia konkretnych tematów związanych z jego tematyką. Szkoły średnie są zachęcane do udziału w wezwaniu do tworzenia aplikacji lub narzędzi promujących pozytywne i świadome korzystanie z technologii. Mechanizmy wsparcia obejmują infolinię do zgłaszania nielegalnych treści online, koncentrującą się w szczególności na pornografii dziecięcej, oraz infolinię oferującą pomoc w kwestiach związanych z korzystaniem z Internetu i technologii cyfrowych. Projekt nadal pomaga społecznościom szkolnym w opracowywaniu wewnętrznych polityk promujących umiejętności cyfrowe, zwiększających wykorzystanie technologii w edukacji, zapobiegających problematycznym sytuacjom i ustanawiających procedury rozpoznawania, zarządzania, zgłaszania i monitorowania przypadków niewłaściwego użycia. Wysiłki te są częścią szerszego zobowiązania do skutecznej integracji umiejętności cyfrowych z praktykami edukacyjnymi.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Projekt Generations Connected realizowany przez Centrum Bezpieczniejszego Internetu jest wspierany przez Komisję Europejską w ramach programu "Cyfrowa Europa". Jest on częścią sieci "Better Internet for Kids" zarządzanej przez European

	Schoolnet we współpracy z INSAFE i Inhope, które zrzeszają odpowiednio europejskie centra bezpieczniejszego Internetu i infolinie.
Link	https://www.generazioniconnesse.it/site/it/home/

2.

Nazwa obiecującej praktyki	Przewodnik po obiecujących praktykach dla nauczycieli języka rumuńskiego i literatury (szkoła średnia) Infuzja edukacji medialnej.
Kraj	Rumunia
Typ:	przewodnik metodyczny dla nauczycieli, będący wynikiem programu szkoleniowego
Rok wdrożenia	2022 (publikacja online)
Kontekst	
Potrzeby	Brak praktycznych zasobów dla nauczycieli, którzy mogliby dowiedzieć się, jak rozwijać umiejętności uczniów w zakresie korzystania z mediów.
Zaangażowany cel	Nauczyciele języka rumuńskiego i literatury uczący uczniów szkół średnich
Główny cel	Zapewnienie nauczycielom języka rumuńskiego i literatury wskazówek dotyczących rozwijania umiejętności korzystania z mediów w edukacji formalnej (zajęcia z języka rumuńskiego i literatury) z uczniami szkół średnich.
Opis obiecujących praktyk	
Zawartość	Przewodnik po obiecujących praktykach dla nauczycieli języka rumuńskiego i literatury (szkoła średnia), publikacja opracowana przez Monikę Halaszi, Centrum Niezależnego Dziennikarstwa (opracowana w ramach projektu I teach media literacy! - Laboratorium edukacji medialnej i kultury.) Teoretyczne informacje na temat różnych głównych koncepcji edukacji medialnej, przedstawione w zintegrowany sposób za pomocą 25 scenariuszy lekcji, które pokazują ich konkretne zastosowanie w klasie, w ścisłej korelacji z konkretnymi treściami języka rumuńskiego i literatury.

Cechy będące przedmiotem zainteresowania	Wysoce praktyczny przewodnik, opracowany przez nauczycieli dla nauczycieli, aby pokazać, jak włączyć umiejętności korzystania z mediów do swoich lekcji, wykorzystując możliwości oferowane przez krajowy program nauczania.
Link	https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/

3.

Nazwa najlepszej praktyki	Podcast - Prawda w czasach koronawirusa
Kraj	Niemcy
Typ:	Podcast audio
Rok wdrożenia	
Kontekst	
<i>Potrzeby</i>	• Przewycięzenie ograniczeń nauczania w klasie • Zwiększenie zainteresowania tematem • Oferuj głębsze zanurzenie się w temacie niż pozwoliłaby na to lekcja.
<i>Zaangażowany cel</i>	Ogólna publiczność zainteresowana głębszym zanurzeniem się w temacie dezinformacji.
<i>Główny cel</i>	Lepsze zrozumienie teorii spiskowych
Opis dobrych praktyk	
<i>Zawartość</i>	Podcast stworzony przez Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) poświęcony jest teoriom spiskowym i mitom otaczającym koronawirusa. Dla bpb dziennikarz Axel Schröder rozmawiał w tym podcaście z różnymi ekspertami o najróżniejszych aspektach tego często dziwnego i nierzadko pełnego nienawiści i przemocy świata. W pierwszym odcinku Axel Schröder rozmawia z Karolin Schwarz (założycielką hoaxmap.org) i Janem Rathje z Fundacji Amadeu Antonio o najpopularniejszych teoriach, antysemityzmie, który często jest w nich nieodłączny, oraz strategiach działania przeciwko teoriom spiskowym. Drugi odcinek dotyczy społecznych aspektów psychologicznych teorii spiskowych, a także roli dostawców mediów społecznościowych. Psycholog społeczny Pia Lamberty i blogerka Katharina Nocun dostarczają informacji na

	ten temat. Zapobieganie teoriom spiskowym jest tematem dyskusji z Saba-nur Cheema (Anne Frank Educational Center) i Renate Pulz (BildungsBausteine T.z.). W czwartym odcinku Schröder rozmawia z Davidem Begrichem (Miteinander T.z.) o "oporze" w kontekście tak zwanych demonstracji "higienicznych" oraz z historyczką Hedwig Richter o trudnym związku między środkami autorytarnymi a demokracją.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Podcastu można słuchać w dowolnym czasie i miejscu, co czyni go znacznie bardziej dostępnym niż inne rodzaje materiałów edukacyjnych. Może również zapewnić dogłębne zrozumienie tematu w krótkim czasie. Wreszcie, można go postrzegać jako wprowadzenie do innych podcastów na temat edukacji politycznej oferowanych przez tego samego autora, bpb.
Link	https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/wahrheit-in-zeiten-von-corona/

4.

Nazwa najlepszej praktyki	Śródziemnomorskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych
Kraj	Cypr
Typ:	Metodologia pre-bunkingu/projekt
Rok wdrożenia	2022
Kontekst	
<i>Potrzeby</i>	Projekt MedDMO ma szczególne znaczenie dla obrony demokracji i wzmocnienia umiejętności korzystania z mediów, do których Urząd przywiązuje szczególną wagę. Zwalczając dezinformację, przyczyniamy się do wzmocnienia krytycznego myślenia i tworzenia aktywnych obywateli. Sprawdzanie faktów ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia, że obywatele są poinformowani" oraz że Urząd bierze pod uwagę informowanie obywateli, zapobieganie rozprzestrzenianiu się fałszywych wiadomości i dezinformacji, a zwłaszcza kultywowanie i ciągłe wzmacnianie umiejętności obywateli.

<i>Zaangażowany cel</i>	Ogólne audytorium
<i>Główny cel</i>	Działa jako centrum EDMO, obejmujące południowo-wschodnie granice Europy, z udziałem Cypru, Grecji i Malty, które oprócz bliskości geograficznej stoją przed wspólnymi wyzwaniami w zakresie kampanii dezinformacyjnych, które często próbują wywołać polaryzację wokół europejskich debat publicznych, takich jak kwestie imigracji i kontroli granic.
Opis dobrych praktyk	
<i>Zawartość</i>	Śródziemnomorskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (MedDMO) to regionalny ośrodek Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych obejmujący Grecję, Cypr i Maltę. Uruchomiony 1 grudnia 2022 r. projekt, który potrwa do maja 2025 r., otrzymał dofinansowanie z programu Komisji Europejskiej "Cyfrowa Europa" (2021-2027) na utworzenie krajowych centrów mediów cyfrowych mających na celu rozszerzenie zasięgu EDMO. Oprócz podobieństw geograficznych, Grecja, Cypr i Malta stoją przed dość podobnymi wyzwaniami związanymi z kampaniami dezinformacyjnymi, które często próbują spolaryzować debatę UE, takimi jak kwestie imigracji i kontroli granicznej. MedDMO to konsorcjum, które zapewnia nowe możliwości wspólnego sprawdzania faktów, koncentrując się na pojawiających się kampaniach dezinformacyjnych dotyczących konkretnie terytorium Morza Śródziemnego. Ma ono być kluczowym źródłem wiedzy na temat lokalnych środowisk informacyjnych. Zrzesza organizacje badawcze, weryfikujące fakty i medialne, które prowadzą uznane na całym świecie prace badawcze i działania w dziedzinie dezinformacji. MedDMO włącza się w ekosystemy medialne trzech krajów. Planuje utworzyć platformę technologiczną bezpośrednio połączoną z infrastrukturą EDMO, a także zapewnić codzienną operację badań śledczych, która codziennie zasila centralę i inne krajowe centra cennymi informacjami. Portal meddmo.eu jest cyfrową bramą, na której znajdują się prace związane z weryfikacją faktów prowadzone przez dziennikarzy i badaczy z

	trzech krajów. Zawiera również szczegółowe działania konsorcjum dotyczące dalszej promocji umiejętności korzystania z mediów i metod weryfikacji wiadomości. Oczekuje się, że partnerzy zajmą się kwestiami dziennikarskimi i naukowymi, takimi jak imigracja, zmiany klimatu, zdrowie, wybory i technologia - tematy, które często pojawiają się w centrum kampanii dezinformacyjnych, które spolaryzowały UE.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Informacje, które otrzymamy z programu, mają kluczowe znaczenie dla Urzędu, nie tylko jako ważne narzędzie do lepszej realizacji jego obowiązków w dziedzinie radia i telewizji, ale także w szczególności do realizacji nowych obowiązków, które Urząd niedawno nabył, jako krajowy koordynator wdrażania i funkcjonowania rozporządzenia DSA (ustawa o usługach cyfrowych).
Link	https://meddmo.eu/

5.

Nazwa najlepszej praktyki	#FakeHunter-Edu
Kraj	Polska
Typ	Praktyka lub metodologia mająca na celu zwiększenie umiejętności krytycznego korzystania z mediów i danych / pre-bunking
Rok wdrożenia	2022
Kontekst	
<i>Potrzeby</i>	Podstawową potrzebą, na którą odpowiada projekt #FakeHunter-Edu, jest brak krytycznych umiejętności cyfrowych wśród uczniów szkół średnich. Ponieważ internet i media społecznościowe są głównymi źródłami informacji dla wielu młodych ludzi, istnieje pilna potrzeba nauczania ich, jak odróżniać wiarygodne źródła od fałszywych lub wprowadzających w błąd.
<i>Zaangażowany cel</i>	Grupą docelową projektu #FakeHunter-Edu są uczniowie szkół średnich, zazwyczaj w wieku od 13 do 18 lat. Ta grupa demograficzna jest szczególnie

	podatna na wpływ mediów społecznościowych i informacji online, co czyni ją kluczową grupą dla interwencji mających na celu poprawę umiejętności cyfrowych. Nauczyciele szkół średnich są również kluczową grupą docelową, ponieważ są moderatorami treści projektu i odgrywają kluczową rolę w edukacji uczniów.
<i>Główny cel</i>	Głównym celem projektu #FakeHunter-Edu jest podnoszenie świadomości wśród uczniów szkół średnich na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i fałszywymi wiadomościami. Projekt ma na celu wyposażenie młodych ludzi w umiejętności weryfikowania treści online, rozpoznawania fałszywych informacji oraz praktykowania bezpiecznego i odpowiedzialnego zachowania w Internecie. Zapewniając kompleksowe zasoby edukacyjne, w tym szkolenia wideo, zestawy ćwiczeń i plany lekcji, projekt ma na celu wspieranie pokolenia krytycznych myślicieli, którzy potrafią poruszać się po cyfrowym świecie z pewnością siebie i rozeznanie. Ostatecznym celem jest stworzenie bardziej świadomego i odpornego społeczeństwa, które może skutecznie zwalczać rozprzestrzenianie się dezinformacji.
Opis dobrych praktyk	
<i>Zawartość</i>	#FakeHunter-Edu to projekt edukacyjny skierowany do uczniów szkół średnich, którego celem jest podnoszenie świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją, zwalczanie fałszywych wiadomości, uczenie młodych ludzi weryfikowania treści publikowanych w Internecie i wzmacnianie bezpiecznych zachowań. W ramach projektu serwis #FakeHunter przygotował szkolenia wideo z zakresu przeciwdziałania dezinformacji, które nauczyciele wykorzystywali podczas zajęć szkolnych z uczniami. W nagraniach wyjaśniamy, jak rozpoznawać fake newsy, czym jest zjawisko dezinformacji, jaka jest rola mediów społecznościowych w rozpowszechnianiu fałszywych

	treści oraz dajemy wskazówki, jak mądrze i świadomie poruszać się w wirtualnej rzeczywistości. Oprócz szkolenia wideo wszystkie szkoły średnie otrzymały również zestaw ćwiczeń i scenariusz lekcji. Projekt realizowany jest przez: Polską Agencję Prasową, Ministerstwo Edukacji i Nauki, Centrum GovTech Polska oraz Instytut Badań Edukacyjnych.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Projekt skierowany jest w szczególności do młodych ludzi w szkołach średnich, koncentrując się na krytycznej grupie wiekowej, która jest bardzo aktywna online i podatna na wpływy. Głównym celem jest podniesienie świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i wyposażenie młodych ludzi w techniki weryfikacji autentyczności treści online. Zapewnia moduły szkoleniowe wideo, z których nauczyciele mogą korzystać podczas zajęć szkolnych. Filmy te obejmują rozpoznawanie fałszywych wiadomości, zrozumienie zjawiska dezinformacji, rolę mediów społecznościowych w rozpowszechnianiu fałszywych informacji oraz wskazówki dotyczące mądrego i świadomego poruszania się po wirtualnej rzeczywistości. Każda szkoła otrzymuje zestaw ćwiczeń, zapewniający praktyczne narzędzia i zasoby do interaktywnego angażowania uczniów. Ogólnie rzecz biorąc, #FakeHunter-Edu jest przykładem wszechstronnego, opartego na współpracy i praktycznego podejścia do edukowania młodych ludzi w zakresie dezinformacji i wyposażania ich w umiejętności niezbędne do bezpiecznego i odpowiedzialnego poruszania się po cyfrowym świecie.
Link	https://fake-hunter.pap.pl/edukacja

6.

Nazwa najlepszej praktyki	Komisarz ds. fałszywych wiadomości jest na wolności
Kraj	Austria
Typ	Projekt "The Fake News Commissioner is on the loose" ("Der Fake News Kommissar geht um") to gra online mająca na celu zwiększenie umiejętności korzystania z

	mediów i odporności na fałszywe wiadomości wśród uczniów. Łącząc elementy nauki opartej na grach z podejściami psychologicznymi, takimi jak teoria zaszczepiania, projekt oferuje unikalne podejście do zwalczania dezinformacji w kontekście szkolnym.
Rok wdrożenia	2022-2024
Kontekst	
<i>Potrzeby</i>	W erze pełnej cyfrowej dezinformacji istnieje pilna potrzeba wyposażenia młodych ludzi w umiejętności krytycznego korzystania z mediów. Muszą nauczyć się wzmacniać odporność na fałszywe wiadomości, krytycznie oceniać treści online i odróżniać faktyczne informacje od dezinformacji.
<i>Zaangażowany cel</i>	Główną grupą docelową projektu są uczniowie szkół, w szczególności młodzież, która jest coraz bardziej narażona na dezinformację cyfrową. Ponadto projekt obejmuje nauczycieli, którzy odgrywają kluczową rolę w ułatwianiu wdrażania interwencji i wspieraniu uczniów w rozwijaniu umiejętności korzystania z mediów.
<i>Główny cel</i>	Głównym celem projektu jest wzmocnienie umiejętności korzystania z mediów i odporności uczniów na fałszywe wiadomości. Łącząc naukę opartą na grach ze strategiami psychologicznymi, takimi jak teoria zaszczepiania, projekt ma na celu wyposażenie uczniów w umiejętności niezbędne do krytycznej oceny treści online i identyfikacji dezinformacji.
Opis dobrych praktyk	
<i>Zawartość</i>	Projekt składa się z dwóch głównych elementów: interaktywnej gry online o fałszywych wiadomościach oraz ulotki zawierającej te same informacje i ilustracje, co gra online. Gra zanurza uczniów w interaktywnym doświadczeniu, w którym wcielają się w rolę tajnych agentów, którzy muszą tworzyć i rozpowszechniać fałszywe wiadomości, nie dając się złapać komisarzowi ds. fałszywych wiadomości. Poprzez wciągającą rozgrywkę i treści istotne dla młodzieży, uczniowie uczą się rozpoznawać typowe strategie stosowane w

	falszywych wiadomościach i rozwijają umiejętności krytycznego myślenia. Ulotka zawiera te same teoretyczne informacje o falszywych wiadomościach, które są prezentowane i poznawane w grze online. Dodatkowo, materiały edukacyjne dla nauczycieli zostaną opublikowane na stronie internetowej gry w ciągu najbliższych miesięcy i będą zawierać wskazówki dotyczące włączenia gry do zajęć lekcyjnych i ułatwienia dyskusji na temat umiejętności korzystania z mediów.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Nauka oparta na grach: Projekt wykorzystuje elementy grywalizacji w celu zwiększenia zaangażowania i motywacji uczniów w nauce umiejętności korzystania z mediów i wykrywania fałszywych wiadomości. Teoria zaszczipiania: Poprzez włączenie zasad psychologicznych, takich jak teoria szczepień, projekt ma na celu budowanie odporności uczniów na fałszywe wiadomości poprzez narażanie ich na osłabione formy dezinformacji. Treści istotne dla młodzieży: Interwencje zawierają treści i scenariusze istotne dla młodzieży, dzięki czemu doświadczenie edukacyjne jest powiązane i angażujące dla uczniów. Wsparcie dla nauczycieli: Materiały uzupełniające i warsztaty zapewniają wsparcie dla nauczycieli w skutecznym wdrażaniu podejść i włączaniu edukacji medialnej do programu nauczania.
Link	https://www.fakenewskommissar.eu/

7.

Nazwa najlepszej praktyki	Stampmedia
Kraj	Belgia
Typ	• Program szkoleniowy
Rok wdrożenia	
Kontekst	
Potrzeby	StampMedia odpowiada na potrzebę zwiększenia Umiejętności krytycznego korzystania z mediów i danych wśród młodych ludzi w Belgii.

	W erze charakteryzującej się szybkim rozpowszechnianiem informacji za pośrednictwem różnych kanałów medialnych, istnieje rośnie potrzeba, aby młodzi ludzie rozwijali umiejętność krytycznej analizy, oceny i tworzenia treści medialnych. Celuje w brak zaangażowania młodzieży i młodych ludzi w umiejętności korzystania z mediów
Zaangażowany cel	Najlepsze praktyki StampMedia skierowane są przede wszystkim do młodych ludzi, zwłaszcza nastolatków, którzy poruszają się w coraz bardziej złożonym krajobrazie medialnym. Osoby te są często aktywnymi konsumentami i producentami treści medialnych, ale mogą nie posiadać umiejętności niezbędnych do odróżnienia wiarygodnych informacji od dezinformacji.
Główny cel	StampMedia jest pierwszą młodzieżową agencją medialną we Flandrii, która wzmacnia głos wszystkich młodych ludzi w mediach. StampMedia została uznana przez Flamandzkie Stowarzyszenie Dziennikarzy za "ogólne medium informacyjne". Głównym celem StampMedia jest zapewnienie młodym ludziom wiedzy, umiejętności i narzędzi do krytycznego angażowania się w media i skutecznego wnoszenia wkładu w dyskurs medialny. Zapewniając programy szkoleniowe i praktyczne możliwości eksperymentowania, StampMedia dąży do rozwijania umiejętności korzystania z mediów, umiejętności cyfrowych i umiejętności krytycznego myślenia wśród docelowych odbiorców.
Opis dobrych praktyk	
Zawartość	StampMedia oferuje kompleksowy program szkoleniowy i metodologię zaprojektowaną w celu zwiększenia umiejętności krytycznego korzystania z mediów i danych wśród młodych ludzi. Poprzez warsztaty, mentoring i praktyczne projekty, uczestnicy są prowadzeni do odkrywania różnych aspektów produkcji mediów, w tym tekstu, fotografii, wideo i audio. Ponadto StampMedia kładzie duży nacisk na aktywne obywatelstwo, zachęcając młodych ludzi do wyrażania swoich poglądów i angażowania się w dyskusje społeczne za pośrednictwem mediów.

	PROJEKTY Młodzi ludzie mogą przyjść do nas, aby poeksperymentować z tekstem, fotografią, wideo, dźwiękiem... Poprowadzimy dla nich dostosowane do ich potrzeb warsztaty i sesje szkoleniowe. Ponadto uważają, że głos młodych ludzi jest bardzo ważny. Młodzi ludzie są aktywnymi obywatelami i domagają się swojego miejsca w społeczeństwie. Dlatego prowadzimy kilka projektów mających na celu wzmocnienie głosu młodych ludzi poprzez pracę oddolną i ich aktywizację. Projekty takie jak Lab X i Press Change są tego częścią. StampMedia koncentruje się również na produkcjach szytych na miarę i projektach multimedialnych. Młodzi freelancerzy mogą z nimi współpracować przy realizacji zleceń z zakresu wideo i storytellingu. Co więcej, regularnie współpracują ze szkołami, a każdy może korzystać z ich samouczków i podręczników z zabawnymi faktami, przydatnymi informacjami i przydatną wiedzą.
Cechy będące przedmiotem zainteresowania	Organizują warsztaty dla dorosłych i młodzieży. <i>Jedną z najbardziej godnych uwagi cech StampMedia jest podejście oparte na współpracy. Tworząc partnerstwa ze szkołami, organizacjami medialnymi i innymi interesariuszami, StampMedia kultywuje ekosystem wspierający zaangażowanie medialne młodzieży. Takie podejście nie tylko rozszerza sieć wsparcia, ale także wzbogaca możliwości uczestnictwa młodych ludzi w tworzeniu mediów i dyskursie publicznym.</i> <i>Centralnym elementem etosu StampMedia jest wzmocnienie pozycji młodych ludzi. Poprzez bezpośrednie zaangażowanie w produkcję medialną, młodzież otrzymuje głos i platformę do autentycznego wyrażania siebie. Upodmiotowienie to nie tylko wspiera pewność siebie i wyrażanie siebie, ale także zachęca do aktywnego obywatelstwa, ponieważ młodzi twórcy przyczyniają się do dialogu publicznego i narracji społeczności.</i>

	<i>StampMedia odgrywa również kluczową rolę w rozwijaniu umiejętności korzystania z mediów wśród młodzieży. Angażując ich w tworzenie treści medialnych, StampMedia wyposaża młodych uczestników w umiejętności krytycznego myślenia i głębszego zrozumienia produkcji i konsumpcji mediów. To praktyczne podejście do umiejętności korzystania z mediów pomaga młodym ludziom poruszać się w złożoności ery cyfrowej i stać się wymagającymi konsumentami i twórcami mediów.</i> <i>Ponadto StampMedia zapewnia możliwości eksploracji i zaangażowania. Niezależnie od tego, czy chodzi o warsztaty, projekty czy inicjatywy multimedialne, młodzi uczestnicy są zachęceni do odkrywania różnych formatów medialnych, tematów i technik opowiadania historii. Sprzyja to kreatywności, ciekawości i poczuciu odpowiedzialności za narracje medialne, umożliwiając młodzieży kształtowanie historii, które mają znaczenie dla nich i ich społeczności.</i> <i>Zasadniczo zaangażowanie StampMedia we współpracę, wzmacnianie pozycji młodzieży i umiejętność korzystania z mediów tworzy dynamiczną platformę, na której młodzi ludzie mogą nie tylko wzmocnić swój głos, ale także wnieść znaczący wkład w szerszy dyskurs, ostatecznie kształtując bardziej integracyjny i świadomy krajobraz medialny.</i>
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

8.

Nazwa najlepszej praktyki	Gra Be Internet Awesome i "Interland"
Kraj	Grecja
Typ	• Program szkoleniowy • Poważna gra
Rok wdrożenia	
Conte	
Potrzeby	Interland to gra online mająca na celu edukację dzieci w zakresie zagrożeń cyfrowych, sposobów radzenia sobie z nimi i przygotowania cyfrowych obywateli przyszłości.
Zaangażowany cel	• Studenci • Nauczyciele

	Rodziny
<i>Główny cel</i>	Celem gry jest nauka dzieci o bezpieczeństwie cyfrowym i cyfrowym obywatelstwie w interaktywny i zabawny sposób. Grając, dzieci pomagają innym "Internautom" walczyć z nieuczciwymi hakerami, phisherami online, nadmiernymi komunikatorami i prześladowcami, ćwicząc umiejętności, których potrzebują, aby być właściwymi obywatelami cyfrowego świata.
Opis dobrych praktyk	
<i>Zawartość</i>	Interland to darmowa gra internetowa zaprojektowana, aby pomóc dzieciom w nauce pięciu podstawowych lekcji w czterech różnych mini-grach lub "krainach". Dzieci są zaproszone do wygrania w Internet Awesome poprzez zabranie haków hakerom, zatopienia phisherów, zatrzymanie cyberprzemocy, przechytrzenia udostępniaaczy i stania się rozważnymi i pewnymi siebie odkrywcami świata online. Dla nauczycieli zapewnia serię zasobów dotyczących bezpieczeństwa cyfrowego do wykorzystania w klasie. Program nauczania "Be Internet Awesome" zapewnia nauczycielom narzędzia i metody potrzebne do nauczania podstaw bezpieczeństwa cyfrowego. W przypadku rodzin zapewnia "Be Internet Awesome Family Guide", pomagając rodzinom w nauce o bezpieczeństwie online i obywatelstwie w domu oraz włączaniu i praktykowaniu dobrych nawyków cyfrowych w ich codziennym życiu.
<i>Cechy będące przedmiotem zainteresowania</i>	Opracowana przez Google we współpracy z licznymi instytucjami specjalizującymi się w technologii i edukacji, kampania Be Internet Awesome promuje umiejętności cyfrowe i umiejętności korzystania z mediów wśród młodych ludzi, klas i rodzin. Gra Interland i wiele opracowanych materiałów zostało przetłumaczonych na wiele języków (jednym z nich jest grecki).
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

3. Badania terenowe

3.1 Wywiady

Niniejszy rozdział analizuje główne wyniki wywiadów przeprowadzonych na poziomie krajowym, identyfikując w ten sposób główne potrzeby, doświadczenia przydatne w następnej fazie projektu i gwarantujące silny wpływ.

Podejście projektu MILES do gromadzenia informacji na etapie wywiadu ma być zarówno systematyczne, jak i integracyjne, zapewniając kompleksowe zrozumienie krajobrazu umiejętności korzystania z mediów i wyzwań związanych z dezinformacją. Etap ten kładzie nacisk na jakościową, częściowo ustrukturyzowaną metodologię wywiadów, aby zrównoważyć potrzebę spójnego gromadzenia danych z elastycznością w badaniu tematów, które naturalnie pojawiają się w rozmowie. Korzystając z częściowo ustrukturyzowanych wywiadów, projekt rejestruje zarówno porównywalne odpowiedzi, jak i unikalne spostrzeżenia, przyczyniając się do bogatszego zrozumienia praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

Przewodnik po wywiadach został starannie opracowany, obejmując szereg istotnych tematów. Przewodnik ten jest podzielony na sekcje tematyczne, aby odnieść się do obecnych praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów, wyzwań i barier napotykanymi przez praktyków, skuteczności istniejących technik oraz zaleceń dotyczących ulepszeń. Aby zapewnić jasność i trafność, przewodnik został przetestowany pilotażowo na niewielkiej próbie uczestników przed pełnym wdrożeniem, co pozwoliło na wprowadzenie poprawek w oparciu o wstępne informacje zwrotne. Zróżnicowany dobór uczestników ma kluczowe znaczenie dla reprezentowania szerokiego wachlarza perspektyw w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów. Wśród uczestników znajdują się nauczyciele, eksperci w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów, decydenci, przedstawiciele organizacji pozarządowych oraz uczniowie i rodzice. Taki zakres zapewnia, że projekt gromadzi spostrzeżenia od osób bezpośrednio zaangażowanych we wdrażanie i doświadczanie inicjatyw związanych z umiejętnością korzystania z mediów. Zastosowano celową strategię doboru próby, aby wybrać osoby na podstawie ich wiedzy i doświadczenia, gwarantując, że dane są bogate i wnikliwe.

Wywiady przeprowadzono w różnych formatach - twarzą w twarz, wirtualne spotkania i rozmowy telefoniczne - aby zmaksymalizować dostępność dla uczestników. Nagrania (za zgodą) i notatki są wykorzystywane do dokładnego rejestrowania odpowiedzi, pomagając w późniejszej analizie danych. Oprócz indywidualnych wywiadów, projekt MILES korzysta również z wkładu ekspertów i praktyków, którzy uczestniczą w warsztatach, panelach i wspólnych dyskusjach. Sesje te służą wielu celom: pozwalają ekspertom dzielić się najlepszymi praktykami, weryfikować wyniki i informować o rozwoju materiałów szkoleniowych. Wkład ten zapewnia, że wyniki projektu są oparte na rzeczywistych doświadczeniach i odzwierciedlają najnowsze przemyślenia w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Po zebraniu danych zespół projektu MILES zaangażował się w rygorystyczny proces analizy danych w celu wyodrębnienia kluczowych tematów i wzorców. Zastosowano analizę tematyczną, z danymi podzielonymi na kategorie w obszarach takich jak udane praktyki w zakresie umiejętności korzystania z mediów, bariery we wdrażaniu i zalecenia dotyczące przyszłych inicjatyw. Proces analizy obejmuje kodowanie i porównywanie, aby zapewnić systematyczną organizację spostrzeżeń i identyfikację powiązań między różnymi odpowiedziami uczestników.

Wyniki wywiadów i wkład ekspertów zostały następnie włączone do wyników projektu MILES, bezpośrednio informując o projektowaniu modułów szkoleniowych, zestawów narzędzi dla nauczycieli

i zaleceń politycznych. Opierając się na doświadczeniach i potrzebach różnych interesariuszy, projekt zapewnia, że jego zasoby są zarówno istotne, jak i praktyczne. Spostrzeżenia zebrane na tym etapie kierują tworzeniem zestawu narzędzi, który odnosi się do rzeczywistych wyzwań stojących przed nauczycielami i wspiera skuteczną edukację medialną. Metodologia zbierania informacji w ramach projektu MILES jest kompleksowa i oparta na współpracy. Łącząc wywiady jakościowe ze spostrzeżeniami ekspertów i grup fokusowych, projekt uchwycił holistyczny obraz krajobrazu umiejętności korzystania z mediów. Takie podejście zapewnia, że strategie i zasoby projektu MILES są zarówno oparte na dowodach, jak i możliwe do dostosowania, umożliwiając nauczycielom, uczniom i społecznościom zwiększenie odporności na dezinformację. Zaangażowanie w integrację i skrupulatne gromadzenie danych ostatecznie wspiera nadrzędny cel projektu: wspieranie świadomego i krytycznie zaangażowanego społeczeństwa.

3.1.1 Dobór próby

Proces doboru próby przebiega zgodnie z celową strategią doboru próby, koncentrując się na identyfikacji osób z odpowiednim doświadczeniem i wiedzą specjalistyczną w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Uczestnicy są wybierani na podstawie określonych kryteriów, w tym ich doświadczenia zawodowego, roli i zaangażowania w umiejętności korzystania z mediów lub inicjatywy edukacyjne. Takie podejście zapewnia, że projekt korzysta z głębi wglądu, ponieważ każdy uczestnik wnosi unikalną perspektywę ukształtowaną przez jego pozycję i doświadczenie.

Wybrani uczestnicy obejmują nauczycieli, ekspertów w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów, decydentów, przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz członków społeczności, takich jak uczniowie i rodzice. Każda z tych grup oferuje odrębny punkt widzenia na temat skuteczności i wyzwań związanych z programami umiejętności korzystania z mediów. Na przykład nauczyciele zapewniają wgląd w praktyczne zastosowanie umiejętności korzystania z mediów w klasach, podczas gdy decydenci mogą omawiać szersze ramy systemowe i regulacyjne, które mają wpływ na te inicjatywy. Zaangażowanie uczniów i rodziców pozwala projektowi uwzględnić perspektywę osób bezpośrednio dotkniętych wysiłkami w zakresie umiejętności korzystania z mediów, dodając cenną warstwę wglądu w zebrane dane. Ta celowa i integracyjna metodologia doboru próby zapewnia, że projekt MILES uchwyci wszechstronne zrozumienie potrzeb i praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Dzięki strategicznemu doborowi uczestników z różnych środowisk, projekt jest w stanie zebrać dane, które odzwierciedlają wieloaspektowy charakter umiejętności korzystania z mediów i jego rolę w budowaniu odporności na dezinformację w różnych kontekstach edukacyjnych i społecznych.

W poniższej sekcji podsumowujemy profile i osoby zaangażowane w wywiady według ich profilu i kraju. wywiady zgodnie z ich profilem i krajem, biorąc pod uwagę również zdezagregowane dane w oparciu o płeć, zgodnie z wymogami Komisji Europejskiej:

Kraje	Decydenci	Osoby pracujące w szkole	Zainteresowane strony	Mężczyźni	Kobiety	Osoby niebinarne	Wszyscy
Włochy	5	5	2	5	7	0	12
Rumunia	5	5	2	1	11	0	12

Niemcy	3	6	3	6	6	0	12
Cypr	6	13	2	8	13	0	21
Polska	5	5	2	2	10	0	12
Austria	5	5	2	2	10	0	12
Belgia	6	5	2	8	5	0	13
Grecja	6	7	4	6	11	0	17
Portugalia	5	5	3	8	5	0	13
Całkowita liczba	46	56	22	46	78	0	124

Pełna lista zaangażowanych osób jest dostępna w załączniku do niniejszego badania.

3.1.2 Specyfika wywiadów

Wywiady zostały przeprowadzone w różnych formatach, w tym twarzą w twarz, wirtualnie i telefonicznie, w zależności od dostępności i lokalizacji uczestników, w formacie one-to-one, dzięki czemu eksperci i interesariusze zastanawiali się nad środowiskiem w szkołach oraz najlepszymi metodami zwalczania fałszywych wiadomości i dezinformacji, a także nad zasobami potrzebnymi do tego celu oraz obiecującymi praktykami, które można powielić w innych krajach europejskich.

Projekt etapu wywiadów w projekcie MILES miał kluczowe znaczenie dla zebrania dogłębnych, jakościowych spostrzeżeń od różnych interesariuszy. Etap ten został zorganizowany tak, aby zapewnić, że wywiady nie tylko uchwyciły indywidualne perspektywy, ale także pozwoliły na zbadanie szerszych tematów związanych z umiejętnością korzystania z mediów, dezinformacją i skutecznością interwencji edukacyjnych. Głównym celem wywiadów było uzyskanie pogłębionego zrozumienia obecnego krajobrazu edukacji medialnej i wyzwań związanych z dezinformacją. Poprzez te wywiady, projekt dążył do zidentyfikowania skutecznych praktyk i strategii w zakresie umiejętności korzystania z mediów i działań pre-bunkingowych, zrozumienia barier i przeszkód napotykanych przez różnych interesariuszy w promowaniu umiejętności korzystania z mediów, zebrania zaleceń dotyczących poprawy ram edukacyjnych i praktycznych narzędzi do zwalczania dezinformacji oraz zapewnienia, że wyniki projektu są zgodne z rzeczywistymi potrzebami i doświadczeniami osób aktywnie zaangażowanych w tę dziedzinę. Cele te ukształtowały strukturę i treść pytań do wywiadów, kierując projektem tak, aby skupić się na konkretnych tematach, pozostając jednocześnie otwartym na unikalne spostrzeżenia każdego uczestnika.

W projekcie zastosowano częściowo ustrukturyzowane podejście do wywiadów. Taki projekt zapewniał równowagę między strukturą a elastycznością, umożliwiając ankietom omówienie kluczowych tematów, a jednocześnie śledzenie interesujących spostrzeżeń lub nowych pomysłów wprowadzonych przez uczestników. Wywiady częściowo ustrukturyzowane opierały się na zestawie wstępnie zdefiniowanych pytań, aby zapewnić spójność wywiadów, ale pozwoliły na naturalny przepływ rozmowy, umożliwiając uczestnikom

dogłębne dzielenie się istotnymi doświadczeniami. Podejście częściowo ustrukturyzowane zapewniło spójność w poruszaniu głównych tematów, elastyczność w dostosowywaniu się do wiedzy i zainteresowań uczestnika oraz pozwoliło na kompleksowe badanie odpowiedzi, prowadząc do bogatszego zrozumienia zagadnień. Wywiady zostały opracowane tak, aby obejmowały szereg istotnych tematów, zorganizowanych w sekcje tematyczne. Każda sekcja koncentrowała się na konkretnym aspekcie umiejętności korzystania z mediów i dezinformacji, tworząc spójną strukturę wywiadu. Skupiliśmy się na uzyskaniu informacji na temat doświadczenia zawodowego uczestników, ich roli i doświadczenia w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów lub dezinformacji, pomagając w kontekstualizacji ich odpowiedzi. Zawierał również pytania dotyczące istniejących metod i strategii, z których uczestnicy korzystali lub o których wiedzieli w promowaniu umiejętności korzystania z mediów i przeciwdziałaniu dezinformacji, mając na celu zidentyfikowanie najlepszych praktyk i powszechnie używanych narzędzi. Zbadaliśmy również przeszkody, z jakimi borykali się uczestnicy w swojej pracy, takie jak ograniczenia zasobów, ograniczenia instytucjonalne lub brak świadomości społecznej, co było niezbędne do zidentyfikowania obszarów wymagających dodatkowego wsparcia lub innowacji. Przewodnik zachęcał uczestników do omówienia wpływu i skuteczności konkretnych narzędzi, programów lub metod oraz zebrania pomysłów na ulepszenie programów umiejętności korzystania z mediów. Ponadto uczestnicy zostali poproszeni o podzielenie się swoimi spostrzeżeniami na temat pojawiających się trendów w zakresie umiejętności korzystania z mediów i potencjalnych przyszłych wyzwań.

3.1.3 Kwestie etyczne

Kwestie etyczne miały kluczowe znaczenie dla procesu przeprowadzania wywiadów. Zespół projektowy zapewnił, że uczestnicy zostali poinformowani o celu badania, sposobie wykorzystania ich danych oraz prawie do wycofania się w dowolnym momencie. Zachowano poufność danych osobowych i konkretnych odpowiedzi, które były wykorzystywane wyłącznie do celów badawczych określonych w formularzu zgody. Wszystkie nagrania i transkrypcje były bezpiecznie przechowywane, aby zapobiec nieautoryzowanemu dostępowi, zapewniając bezpieczeństwo danych w całym procesie badawczym.

Nie zgłoszono żadnych kwestii etycznych.

4. Analityczne wyniki wywiadów

Wywiady przeprowadzone w ramach projektu MILES koncentrowały się na interesariuszach, decydentach i podmiotach działających w środowisku szkolnym.

Łącznie w badaniu wzięło udział 22 interesariuszy, 46 decydentów i 56 podmiotów działających w środowisku szkolnym.

Zainteresowane strony

- łącznie: 22
- **Płeć**
 - Mężczyzna: 9 (40,9%)
 - Kobieta: 13 (59,1%)
- **Role zawodowe**
 - Przedstawiciele stowarzyszeń: 6 (27,3%)
 - Specjaliści ds. mediów/komunikacji: 6 (27,3%)
 - Wychowawcy i nauczyciele: 5 (22,7%)
 - Dziennikarze: 4 (18,2%)
 - Inni (np. psychologowie, studenci): 1 (4,5%)
- **Rodzaj instytucji/organizacji**
 - Stowarzyszenia społeczne/organizacje pozarządowe: 9 (40,9%)
 - Instytucje edukacyjne: 8 (36,4%)
 - Sektor prywatny: 2 (9,1%)
 - Inne (np. przedstawiciele rodziców): 3 (13,6%)
- **Obszary specjalizacji**
 - Umiejętność korzystania z mediów: 6 (27,3%)
 - Kształcenie ogólne: 5 (22,7%)
 - Dziennikarstwo/Media: 4 (18,2%)
 - Zaangażowanie społeczności: 4 (18,2%)
 - Psychologia i dobre samopoczucie: 3 (13,6%)

Decydenci

- łącznie: 46
- **Płeć**
 - Mężczyzna: 21 (45,7%)
 - Kobieta: 25 (54,3%)
- **Role zawodowe**
 - Urzędnicy ds. porządku publicznego: 18 (39,1%)
 - Nauczyciele akademicy: 16 (34,8%)
 - Przedstawiciele organizacji pozarządowych: 7 (15,2%)
 - Trenerzy/edukatorzy medialni: 2 (4,3%)
 - Inni (np. koordynatorzy programów): 3 (6,5%)
- **Rodzaj instytucji/organizacji**
 - Sektor publiczny/rządowy: 24 (52,2%)
 - Instytucje edukacyjne: 12 (26,1%)
 - Organizacje pozarządowe: 7 (15,2%)
 - Sektor prywatny: 3 (6,5%)

- **Obszary specjalizacji**

- Umiejętność korzystania z mediów: 7 (15,2%)
- Polityka i regulacje: 17 (37%)
- Edukacja cyfrowa/umiejętność czytania i pisanie: 10 (21,8%)
- Dziennikarstwo/Praktyka medialna: 5 (10,9%)
- Zaangażowanie społeczności: 7 (15,2%)

Osoby pracujące w szkole

- Łącznie: 56
- **Płeć**
 - Mężczyzna: 16 (28,6%)
 - Kobieta: 40 (71,4%)
- **Role zawodowe**
 - Nauczyciele: 34 (60,7%)
 - Trenerzy/trenerki: 12 (21,4%)
 - Asystenci uniwersyteccy: 5 (8,9%)
 - Studenci/pracownicy administracyjni: 3 (5,4%)
 - Edukatorzy medialni: 2 (3,6%)
- **Rodzaj instytucji/organizacji**
 - Instytucje edukacyjne: 50 (89,3%)
 - Sektor prywatny: 1 (1,8%)
 - Stowarzyszenia wspólnotowe: 3 (5,4%)
 - Inne: 2 (3,6%)
- **Obszary specjalizacji**
 - Umiejętność korzystania z mediów: 2 (3,6%)
 - Edukacja (różne dyscypliny): 42 (75%)
 - Aktywne obywatelstwo/nauki społeczne: 6 (10,7%)
 - Nauki ścisłe, humanistyczne i języki obce: 4 (7,1%)
 - Szkolenia i rozwój zawodowy: 2 (3,6%)

W poniższych sekcjach przedstawiamy główne wyniki wywiadów z zaangażowanymi profilami.

4.1 Zainteresowane strony

Informacje ogólne

Dokumenty te zapewniają kompleksowy wgląd w ogólne informacje i ustalenia dotyczące zaangażowanych grup docelowych i ich obszarów kompetencji. Grupy docelowe obejmują zróżnicowany wachlarz interesariuszy, takich jak studenci, nauczyciele, badacze, decydenci i

specjaliści ds. mediów, z których każdy przyczynia się do zwalczania dezinformacji i poprawy umiejętności korzystania z mediów.

Raport z Polski podkreśla zaangażowanie studentów filologii angielskiej Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Grecka grupa fokusowa obejmowała interesariuszy, takich jak weryfikator faktów, przedstawiciel popularnej platformy weryfikacji faktów, członek organizacji pozarządowej zajmującej się bezpieczeństwem w Internecie oraz przedstawiciel Wydziału Cyberprzestępczości greckiej policji. Ich kompetencje obejmują innowacyjne metodologie uczenia się, badania psychologiczne, działania edukacyjne, dziennikarstwo i rozwój polityki. Koncentrują się na zwalczaniu dezinformacji, zwiększaniu umiejętności korzystania z mediów w szkołach i włączaniu umiejętności cyfrowych do ram edukacyjnych.

W Austrii zaangażowani interesariusze to twórca treści medialnych i ekspert ds. mediów. Omówili oni potrzebę edukacji medialnej, umiejętności krytycznego myślenia i zaktualizowanych metodologii nauczania w celu zwalczania fałszywych wiadomości. Podkreślono wyzwania, takie jak szybkie rozprzestrzenianie się dezinformacji na platformach mediów społecznościowych i przestarzały charakter obecnych systemów edukacyjnych.

Podsumowanie głównych potrzeb i wyzwań, które się pojawiły

W różnych raportach panuje zgoda co do potrzeby systematycznego włączania umiejętności korzystania z mediów do szkolnych programów nauczania. Wysiłki mające na celu nauczanie młodych ludzi weryfikowania wiarygodności źródeł i odróżniania rzetelnych informacji od fałszu są uważane za kluczowe. Obecne inicjatywy są często sporadyczne i ograniczają się do bezpieczeństwa w Internecie, a nie do kompleksowych umiejętności korzystania z mediów. Istotnym wyzwaniem jest brak zasobów i wsparcia niezbędnego do umożliwienia nauczycielom skutecznego wdrażania edukacji medialnej. Nauczycielom często brakuje wystarczających szkoleń i nowoczesnych narzędzi technologicznych, co utrudnia prowadzenie skutecznej edukacji medialnej. Istnieje uznana potrzeba ustrukturyzowanych programów interdyscyplinarnych i ciągłego szkolenia nauczycieli. Partnerstwa między szkołami, agencjami rządowymi, organizacjami pozarządowymi i sektorem prywatnym mogą wzmocnić inicjatywy w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Zrozumiała polityka i wytyczne na poziomie krajowym są niezbędne do zapewnienia spójnego i skutecznego wdrażania umiejętności korzystania z mediów w szkołach.

Zasoby i obiecujące praktyki

Niektóre z najważniejszych zasobów edukacyjnych, które zostały wskazane:

Projekt #FakeHunter-Edu: Projekt edukacyjny skierowany do uczniów szkół średnich w celu podniesienia świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją. Zapewnia szkolenia

wideo, zestawy ćwiczeń i plany lekcji, aby pomóc uczniom i nauczycielom identyfikować i zwalczać fałszywe wiadomości.

Program "Cyfrowa młodzież" Fundacji Digital Poland: Program oferujący zasoby do nauczania umiejętności cyfrowych i edukacji medialnej. Obejmuje scenariusze lekcji, warsztaty i działania mające na celu zwiększenie umiejętności krytycznego myślenia i oceny mediów wśród młodych ludzi.

Fundacja Szkoła z Klasą - Fake kNOw More: Program szkoleniowy przeznaczony dla dzieci i młodzieży w wieku 10-15 lat. Zawiera gry edukacyjne, scenariusze lekcji i materiały skupiające się na budowaniu odporności na dezinformację poprzez samoświadomość i zrozumienie mechanizmów psychologicznych.

NASK - (Dez)informacje, czyli w co wierzyć w internecie: Kompleksowy program szkoleniowy dla nauczycieli i uczniów, który obejmuje identyfikację dezinformacji, rozwój umiejętności krytycznego myślenia i zrozumienie wpływu fałszywych wiadomości. Zawiera interaktywne elementy i praktyczne zasoby dla nauczycieli.

Inicjatywy takie jak warsztaty "Wojownicy Klawiatur" mają na celu edukowanie uczniów na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i wyposażenie ich w praktyczne umiejętności odpowiedzialnego korzystania z mediów. Warsztaty te wspierają krytyczne myślenie i świadomość, pomagając uczniom w rozróżnianiu wiarygodnych informacji i zwalczaniu dezinformacji, przygotowując ich w ten sposób do skutecznego poruszania się po cyfrowym krajobrazie.

Zainteresowane strony podkreślały tworzenie publicznych stron internetowych, które pozwalają użytkownikom weryfikować autentyczność filmów i artykułów. Strony te służą jako dostępne narzędzia dla studentów i ogółu społeczeństwa do sprawdzania wiarygodności informacji. Warsztaty koncentrowały się na nauczaniu młodych ludzi o cyberbezpieczeństwie i wykrywaniu fałszywych wiadomości. Te praktyczne sesje mają na celu wyposażenie uczniów w umiejętności bezpiecznego i odpowiedzialnego poruszania się po cyfrowym świecie. Program ten, zaadaptowany w polskich szkołach, pomaga zarówno uczniom, jak i nauczycielom rozwijać krytyczne umiejętności medialne. Kładzie nacisk na praktyczne, praktyczne uczenie się i stosowanie krytycznego myślenia w codziennej konsumpcji mediów. Oferowanie nauczycielom możliwości ciągłego rozwoju zawodowego w celu poszerzania ich wiedzy w zakresie umiejętności korzystania z mediów i bycia na bieżąco z najnowszymi narzędziami i metodologiami. Ma to kluczowe znaczenie dla skutecznego nauczania umiejętności korzystania z mediów zgodnie z ewoluującymi krajobrazami medialnymi.

Zainteresowane strony zwróciły uwagę na różnorodne zasoby i programy mające na celu zwiększenie umiejętności korzystania z mediów i zwalczanie dezinformacji. Obejmują one

projekty edukacyjne, programy szkoleniowe, narzędzia weryfikacji publicznej i ciągły rozwój zawodowy dla nauczycieli. Wykorzystując te zasoby, instytucje edukacyjne mogą lepiej wyposażać uczniów w umiejętności niezbędne do krytycznej oceny mediów i przeciwstawiania się dezinformacji.

Miejsce na pomysły, cytaty, uwagi itp.

Zainteresowane strony podkreślają pilną potrzebę włączenia solidnej edukacji medialnej do szkolnych programów nauczania w celu rozwijania umiejętności krytycznego myślenia. Obejmuje to uczenie uczniów **kwestionowania** źródeł, **oceny** dowodów i **odróżniania** wiarygodnych informacji od wprowadzających w błąd lub fałszywych twierdzeń. Ponadto zaleca się włączenie praktycznych i interaktywnych metod, takich jak grywalizacja, opowiadanie historii i praktyczne projekty, aby skutecznie zaangażować uczniów i pokazać rzeczywiste konsekwencje dezinformacji. Istotnym zidentyfikowanym problemem jest opóźnienie w reakcji szkół na szybko ewoluujące zjawiska cyfrowe. Obecne programy często koncentrują się na działaniach reaktywnych, a nie na proaktywnej edukacji. Istnieje również znacząca niespójność w integracji umiejętności korzystania z mediów w różnych szkołach i regionach. Ponadto nauczyciele napotykają ograniczenia, takie jak brak znajomości nowszych technologii, strach, brak czasu i motywacji, które utrudniają skuteczne nauczanie umiejętności korzystania z mediów. Współpraca między różnymi interesariuszami, w tym szkołami, organizacjami pozarządowymi, firmami technologicznymi i organami rządowymi, jest niezbędna do wykorzystania różnorodnej wiedzy i zasobów. Skoordynowane wysiłki są niezbędne do opracowania skutecznych ram umiejętności korzystania z mediów, które angażują nauczycieli, rodziców i organizacje społeczne w promowanie umiejętności korzystania z mediów i zwalczanie dezinformacji.

Znaczące skuteczne praktyki obejmują integrację dziennikarzy z placówkami edukacyjnymi w celu zapewnienia wglądu z pierwszej ręki w procesy tworzenia i weryfikacji wiadomości. Zalecane są również projekty łączące elementy naukowe i humanistyczne oraz angażujące profesjonalistów z różnych dziedzin w praktyczne warsztaty. Tworzenie publicznych stron internetowych do weryfikacji filmów i artykułów oraz prowadzenie warsztatów z zakresu cyberbezpieczeństwa dla młodzieży to jedne z sugerowanych zasobów do walki z fałszywymi wiadomościami. Rodzice odgrywają kluczową rolę w edukacji medialnej. Powinni oni aktywnie uczyć swoje dzieci, jak radzić sobie z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją, uzupełniając wysiłki szkół. Zaangażowanie rodziców w zrozumienie znaczenia umiejętności korzystania z mediów i ich roli we wzmacnianiu tych umiejętności w domu zwiększa ogólną skuteczność wysiłków edukacyjnych. Istnieje potrzeba stworzenia ostrożnych ram prawnych, które ograniczą dezinformację bez naruszania wolności słowa. Zainteresowane strony podkreślają znaczenie zrównoważenia środków regulacyjnych z samoregulacją platform medialnych w celu skutecznego rozwiązania kwestii fałszywych wiadomości.

Szkolenie nauczycieli i angażowanie ekspertów w celu podnoszenia świadomości na temat

konsekwencji fałszywych wiadomości to kluczowe kroki. Ciągła edukacja i szkolenia dla nauczycieli są niezbędne, aby nadążyć za postępem technologicznym i skutecznie uczyć umiejętności korzystania z mediów. Wyniki badań podkreślają znaczenie włączenia umiejętności korzystania z mediów do systemów edukacji, radzenia sobie z ograniczeniami nauczycieli i wykorzystywania wspólnych wysiłków zainteresowanych stron. Opracowanie ustrukturyzowanych programów nauczania, zapewnienie wysokiej jakości zasobów i wspieranie partnerstw to kluczowe kroki w kierunku poprawy umiejętności korzystania z mediów i zwalczania dezinformacji. Spostrzeżenia te wskazują na kompleksowe podejście obejmujące praktyczne, interaktywne i oparte na współpracy metody wyposażenia uczniów w niezbędne umiejętności krytycznego myślenia i oceny mediów.

Ustalenia dotyczące zaangażowanych grup docelowych i ich obszaru kompetencji

Polscy studenci posiadają silne wykształcenie akademickie w zakresie języka i literatury, co potencjalnie wyposaża ich w niezbędne umiejętności krytycznego myślenia i analizy w celu oceny mediów i informacji. Ich spostrzeżenia są cenne, ponieważ reprezentują poglądy młodych dorosłych, którzy są zarówno konsumentami, jak i krytykami treści medialnych.

Greccy interesariusze podkreślili znaczenie weryfikacji źródeł wiadomości, wspierającą rolę technologii oraz potrzebę autorefleksji na temat narzędzi wykorzystywanych do rozpowszechniania informacji. Grupa docelowa składa się z badaczy i decydentów zaangażowanych w edukację, umiejętność korzystania z mediów i zaangażowanie młodzieży. W Austrii zainteresowane strony podkreśliły znaczenie edukacji społeczeństwa w zakresie identyfikacji wiarygodnych źródeł oraz potrzebę solidnych strategii komunikacyjnych w celu przeciwdziałania dezinformacji. Kluczowe znaczenie mają wysiłki na rzecz włączenia praktycznych szkoleń w zakresie umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania i wspierania współpracy między instytucjami edukacyjnymi i mediami. Wprowadzenie umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania, włączenie umiejętności korzystania z mediów do istniejących przedmiotów, takich jak wychowanie obywatelskie lub tworzenie dedykowanych modułów w ramach programu nauczania, może być korzystne. Zmniejszenie liczby godzin z tradycyjnych przedmiotów, aby zrobić miejsce na umiejętności korzystania z mediów, może być również skutecznym podejściem. Niezbędne jest zapewnienie ciągłych programów szkoleniowych dla nauczycieli, aby dotrzymać kroku postępowi technologicznemu i ewoluującym krajobrazom medialnym. Obejmuje to modernizację metodologii nauczania i wykorzystanie technik grywalizacji do angażowania uczniów. Szkoły potrzebują zaktualizowanych zasobów i narzędzi technologicznych, aby skutecznie wdrażać kompleksowe inicjatywy w zakresie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia. Inwestycje w te obszary wzmocnią pozycję zarówno nauczycieli, jak i uczniów. Promowanie zjednoczonych wysiłków i spójnych polityk poprzez współpracę między nauczycielami, decydentami, specjalistami ds. mediów i społeczeństwem obywatelskim ma kluczowe znaczenie dla powodzenia programów umiejętności korzystania z mediów. Dzielenie się obiecującymi praktykami i zasobami może znacznie zwiększyć wpływ tych inicjatyw.

Te spostrzeżenia podkreślają kluczową rolę edukacji, polityki i wspólnych wysiłków w rozwijaniu umiejętności korzystania z mediów i zwalczaniu dezinformacji. Wspólne kompetencje i zaangażowanie zaangażowanych interesariuszy odgrywają kluczową rolę w napędzaniu tych inicjatyw.

4.2 Decydenci

Informacje ogólne

Dokumenty zapewniają szczegółowy wgląd w ogólne informacje i ustalenia dotyczące grup docelowych zaangażowanych w umiejętności korzystania z mediów i ich obszarów kompetencji, w szczególności koncentrując się na decydentach. Do głównych interesariuszy należą organizacje takie jak Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego (RRDA) i Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie (WUP). Instytucje te odgrywają kluczową rolę w rozwoju regionalnym i wspieraniu zatrudnienia, przecinając się z kwestiami związanymi z umiejętnością korzystania z mediów, fałszywymi wiadomościami i dezinformacją ze względu na ich wpływ na stabilność regionalną i gotowość siły roboczej.

Podsumowanie głównych potrzeb i wyzwań

Dokumenty te zawierają kompleksowy przegląd potrzeb i wyzwań związanych z umiejętnością korzystania z mediów i dezinformacją, zidentyfikowanych przez decydentów w różnych regionach. Jednym z głównych wyzwań jest integracja kompleksowej edukacji w zakresie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia z formalnym programem nauczania. Nauczyciele podkreślają potrzebę ustrukturyzowanych programów, które uczą uczniów, jak krytycznie analizować treści medialne, rozróżniać wiarygodne źródła i odpowiedzialnie poruszać się po informacjach cyfrowych. Zauważalny jest jednak brak ustandaryzowanych wytycznych programowych i zasobów dostosowanych do tych potrzeb.

Nauczyciele wyrażają znaczące braki w swoim wyszkoleniu i gotowości do skutecznego nauczania umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia. Wielu nauczycielom brakuje konkretnej wiedzy i strategii pedagogicznych, co podkreśla krytyczną potrzebę ciągłych programów rozwoju zawodowego, które uwzględniają zmieniające się krajobrazy medialne i postęp technologiczny. Szkoły borykają się z ograniczeniami zasobów, w tym ograniczonym dostępem do zaktualizowanych materiałów edukacyjnych, narzędzi cyfrowych i funduszy na specjalistyczne programy szkoleniowe. Ogranicza to zakres i skuteczność inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów, które w przeciwnym razie mogłyby zapewnić uczniom niezbędne umiejętności w erze cyfrowej.

Istnieje uznana potrzeba większego zaangażowania rodziców i społeczności w promowanie umiejętności korzystania z mediów poza szkołą. Rodzice często czują się źle przygotowani do kierowania swoimi dziećmi w poruszaniu się po informacjach cyfrowych i rozróżnianiu wiarygodnych źródeł, co podkreśla konieczność ukierunkowanych inicjatyw informacyjnych i

edukacyjnych.

Brak kompleksowej polityki edukacyjnej i skoordynowanych wysiłków w sektorach rządowym, edukacyjnym i medialnym stanowi poważne wyzwanie. Interesariusze podkreślają potrzebę spójnych polityk, które wspierają inicjatywy w zakresie umiejętności korzystania z mediów, wspierają współpracę między różnymi interesariuszami i skutecznie przydzielają zasoby w celu utrzymania długoterminowego wpływu.

Podczas gdy uczniowie są biegli w korzystaniu z platform cyfrowych, często brakuje im umiejętności krytycznego myślenia potrzebnych do oceny rzetelności i wiarygodności informacji online. Istnieje pilna potrzeba zrównoważenia biegłości technologicznej z solidnymi kompetencjami krytycznego myślenia, aby wzmocnić pozycję uczniów jako świadomych i odpowiedzialnych obywateli cyfrowych.

Istnieje potrzeba systematycznej oceny i pomiaru wpływu programów umiejętności korzystania z mediów. Nauczyciele i decydenci polityczni poszukują opartych na danych spostrzeżeń, aby ocenić skuteczność programu, zidentyfikować obszary wymagające poprawy i uzasadnić dalsze inwestycje w edukację medialną. Unikalny kontekst kulturowy i językowy Cypru stwarza dodatkowe wyzwania w zakresie zwalczania dezinformacji i skutecznego promowania umiejętności korzystania z mediów. Strategie muszą być dostosowane do lokalnych niuansów i języków, aby zaangażować różne społeczności i zapewnić integrację w wysiłkach na rzecz umiejętności korzystania z mediów.

Sprostanie tym wyzwaniom wymaga skoordynowanego, wielostronnego podejścia, które priorytetowo traktuje reformę edukacji, rozwój zawodowy, rzecznictwo polityczne i zaangażowanie społeczności. Wspierając kulturę krytycznych dociekań i umiejętności korzystania z mediów, celem jest wyposażenie obywateli w umiejętności potrzebne do poruszania się po cyfrowym krajobrazie z rozeznaniem i odpornością.

Zasoby i obiecujące praktyki

Decydenci polityczni podkreślają znaczenie włączenia umiejętności korzystania z mediów do szkolnego programu nauczania. Uznają potrzebę ciągłego rozwoju zawodowego nauczycieli, aby nadążyć za szybkimi zmianami w mediach i technologii. Obejmuje to wykorzystanie platform internetowych i narzędzi do interaktywnej edukacji cyfrowej, projekty współpracy między szkołami i organizacjami społecznymi oraz zaktualizowane materiały szkoleniowe, które odzwierciedlają aktualne trendy i wyzwania związane z mediami.

Jednym z godnych uwagi zasobów jest program IREX "Learn to Discern", który został zaadaptowany w polskich szkołach, aby pomóc zarówno uczniom, jak i nauczycielom w rozwijaniu krytycznych umiejętności medialnych. Innym ważnym zasobem jest NASK, Państwowy Instytut Badawczy w Polsce, który opracował rozwiązania mające na celu

przeciwdziałanie dezinformacji. Obejmuje to Departament Przeciwdziałania Dezinformacji, pierwszą tego typu jednostkę w Polsce.

Obiecujące praktyki podkreślane przez decydentów obejmują angażowanie uczniów w praktyczne projekty medialne, które wymagają krytycznego myślenia i kreatywności, współpracę z lokalnymi mediami w celu zapewnienia rzeczywistego doświadczenia medialnego oraz włączanie praktycznych zadań związanych z produkcją mediów do programów szkoleniowych dla nauczycieli. Zaleca się również prowadzenie warsztatów i seminariów poświęconych współczesnym zagadnieniom medialnym. Ponadto, inicjatywy takie jak Program "Cyfrowa Polska" Fundacji Digital Poland oraz strona internetowa <https://fakenews.pl/> są uznawane za cenne narzędzia do obalania zmanipulowanych informacji w polskich mediach. Zasoby te zapewniają ustrukturyzowane podejście do nauczania umiejętności korzystania z mediów i pomagają w budowaniu odporności na dezinformację.

Decydenci zwrócili również uwagę na zasoby, takie jak InVID - WeVerify Verification Plugin, wtyczka do przeglądarki, która obsługuje obalanie fałszywych wiadomości i weryfikację filmów i obrazów. Metody grywalizacji, takie jak wykorzystanie "gry o fałszywych wiadomościach" w celu zaangażowania w naukę umiejętności korzystania z mediów, są również uznawane za skuteczne. Na Cyprze nauczyciele podkreślają potrzebę podejścia opartego na współpracy, dzielenia się spostrzeżeniami i strategiami wśród rówieśników w celu zwiększenia ich skuteczności w nauczaniu umiejętności korzystania z mediów. Projekt Media Literacy Experiential Project prowadzony przez Cyprus Radio Television Authority jest przykładem obiecujących praktyk, które mają na celu ciągłe kształcenie, zapewniając, że nauczyciele pozostaną biegli w poruszaniu się po zmieniających się krajobrazach medialnych. Co więcej, Mediawijs Knowledge Center w Belgii i VRT Public Broadcaster z Eduboxen są znane z dostarczania narzędzi edukacyjnych i zasobów zaprojektowanych specjalnie w celu zwiększenia umiejętności korzystania z mediów wśród uczniów. Inicjatywy te oferują ustrukturyzowane propozycje i strategie wdrażania, dzięki czemu edukacja medialna jest bardziej dostępna i skuteczna.

Korzystając z tych zasobów i przyjmując obiecujące praktyki, decydenci polityczni dążą do stworzenia solidnych ram edukacji medialnej, które umożliwią uczniom i nauczycielom krytyczne angażowanie się w media, wspierając w ten sposób bardziej świadome i demokratyczne społeczeństwo.

Miejsce na pomysły, cytaty, uwagi itp.

Decydenci polityczni podkreślają zasadniczą potrzebę włączenia solidnej edukacji medialnej do szkolnych programów nauczania. Podkreślają znaczenie rozwijania umiejętności krytycznego myślenia u uczniów, umożliwiając im kwestionowanie źródeł, ocenę dowodów i

odróżnianie wiarygodnych informacji od wprowadzających w błąd lub fałszywych twierdzeń. Ten proces edukacyjny musi być wspierany przez rodziców, którzy odgrywają kluczową rolę w uczeniu swoich dzieci, jak radzić sobie z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją w domu, uzupełniając w ten sposób wysiłki szkoły.

Podnoszone są obawy dotyczące ram prawnych, a zainteresowane strony ostrzegają, że wysiłki zmierzające do ograniczenia dezinformacji nie mogą naruszać wolności słowa. Podkreślają one delikatną równowagę wymaganą przy kształtowaniu polityki w celu ochrony wolności słowa przy jednoczesnym zwalczaniu dezinformacji. Ponadto istnieje poważne wyzwanie związane z zasobami dostępnymi dla organizacji wolontariackich, takich jak Komisja Etyki Dziennikarskiej, którym często brakuje funduszy i zasobów, aby rozszerzyć swoje wysiłki i osiągnąć długoterminowy wpływ.

Szkolenie nauczycieli wyłania się jako krytyczna potrzeba, a interesariusze są zgodni co do tego, że nauczyciele wymagają lepszego szkolenia, aby skutecznie wspierać rozwój umiejętności medialnych i krytycznego myślenia wśród uczniów. Sytuację utrudniają różne poziomy kompetencji cyfrowych wśród nauczycieli, brak pewności siebie w nauczaniu umiejętności korzystania z mediów oraz przytłaczająca liczba dostępnych zasobów, które mogą być mylące i trudne w nawigacji.

Zidentyfikowane skuteczne praktyki i zasoby obejmują praktyczne projekty medialne dla uczniów, partnerstwa z lokalnymi mediami w celu zapewnienia rzeczywistego doświadczenia medialnego oraz wykorzystanie artykułów informacyjnych i interaktywnych metod nauczania w edukacji. Projekty takie jak program IREX "Learn to Discern" i program Fundacji Digital Poland "Digital Youth" są podkreślane jako cenne narzędzia w zwiększaniu umiejętności korzystania z mediów wśród uczniów i nauczycieli.

Decydenci podkreślają również znaczenie ciągłego rozwoju zawodowego nauczycieli, aby nadążali za postępem medialnym i technologicznym. Zalecają praktyczne narzędzia, takie jak Edutheq, warsztaty Saferinternet.at i dekret medialny dla szkół, które oferują ustrukturyzowane wsparcie w zakresie włączania umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania. Podkreśla się również współpracę z organizacjami takimi jak "Wykrywacze kłamstw" w zakresie warsztatów na temat krytycznego myślenia i identyfikowania fałszywych wiadomości.

Podsumowując, decydenci wskazują na konieczność skoordynowanego, wielostronnego podejścia do poprawy edukacji medialnej. Wiąże się to z ciągłym szkoleniem nauczycieli, opracowywaniem kompleksowych programów nauczania, wykorzystywaniem praktycznych zasobów i zapewnieniem ram prawnych chroniących zarówno wolność słowa, jak i wysiłki na rzecz zwalczania dezinformacji. Inicjatywy te mają na celu stworzenie dobrze poinformowanego i krytycznie myślącego społeczeństwa, zdolnego do radzenia sobie ze

złożonością współczesnego krajobrazu medialnego.

Ustalenia dotyczące zaangażowanych osób docelowych i ich obszaru kompetencji

Decydenci polityczni zidentyfikowali znaczną lukę w edukacji medialnej w ramach regionalnych i krajowych programów nauczania. Istnieje wyraźna potrzeba szeroko zakrojonych programów szkoleniowych skierowanych do nauczycieli, aby wyposażyć ich w umiejętności niezbędne do skutecznego nauczania umiejętności korzystania z mediów. Szkołom często brakuje narzędzi technologicznych i wsparcia wymaganego do skutecznego wdrażania edukacji medialnej, co utrudnia ogólną skuteczność takich programów.

Co więcej, poziom świadomości społeczeństwa i studentów w zakresie fałszywych wiadomości i dezinformacji jest niski. Wskazuje to na konieczność szerszych kampanii edukacyjnych w celu podniesienia świadomości i poprawy umiejętności korzystania z mediów wśród ludności. Skuteczna edukacja medialna polega nie tylko na włączeniu jej do programu nauczania, ale także na zapewnieniu, że nauczyciele są dobrze przygotowani, a społeczeństwo poinformowane.

Decydenci dostrzegają również wartość partnerstwa z firmami technologicznymi w celu zapewnienia niezbędnych narzędzi i wiedzy specjalistycznej w celu ulepszenia programów umiejętności korzystania z mediów. Mechanizmy ciągłej oceny mają kluczowe znaczenie dla oceny skuteczności inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów, zapewniając ich aktualność i wpływ w obliczu zmieniających się wyzwań cyfrowych.

Podsumowując, decydenci polityczni koncentrują się na eliminowaniu luk w edukacji medialnej, zwiększaniu wsparcia technologicznego w szkołach, podnoszeniu świadomości społecznej i wspieraniu współpracy z różnymi interesariuszami w celu poprawy ogólnych ram umiejętności korzystania z mediów. Wysiłki te mają kluczowe znaczenie dla budowania dobrze poinformowanego i odpornego społeczeństwa, zdolnego do radzenia sobie ze złożonością współczesnego krajobrazu medialnego

4.3 Podmioty działające w środowisku szkolnym

Informacje ogólne

Nauczyciele pracujący w szkołach stoją przed wyzwaniem włączenia umiejętności korzystania z mediów do swoich praktyk nauczania ze względu na brak ustrukturyzowanych wytycznych i podstawowych zasobów. Istnieje wyraźna potrzeba kompleksowego szkolenia w zakresie umiejętności cyfrowych i medialnych zarówno dla nauczycieli, jak i uczniów. Obecne działania edukacyjne często koncentrują się na bezpieczeństwie w Internecie, a nie na szerokim,

interdyscyplinarnym podejściu do umiejętności korzystania z mediów. Luka ta podkreśla konieczność systematycznego i ciągłego szkolenia nauczycieli, zapewniając, że są oni przygotowani do skutecznego nauczania umiejętności korzystania z mediów. Ponadto nauczyciele zwracają uwagę na znaczenie zajmowania się dezinformacją i fałszywymi wiadomościami, co wymaga od nich zrównoważenia nauczania faktów z poszanowaniem emocji i środowisk kulturowych uczniów.

Podsumowanie głównych potrzeb i wyzwań

Dokumenty zawierają dogłębną analizę głównych wyzwań zidentyfikowanych przez podmioty pracujące w szkołach w zakresie integracji umiejętności korzystania z mediów i walki z dezinformacją.

Jednym z głównych wyzwań jest niespójna integracja umiejętności korzystania z mediów w ramach różnych przedmiotów w programie nauczania. Ta niespójność powoduje znaczne luki w wiedzy uczniów, ponieważ nauczyciele często nie mają wystarczającego przeszkolenia i zasobów, aby skutecznie uczyć umiejętności korzystania z mediów i zwalczać dezinformację. Ponadto szybki rozwój technologii utrudnia aktualizację programów nauczania, co skutkuje przestarzałymi metodami nauczania, które nie uwzględniają aktualnych zjawisk cyfrowych.

Kolejnym istotnym wyzwaniem jest brak odpowiednich szkoleń i rozwoju zawodowego dla nauczycieli. Wielu nauczycieli wyraża obawy dotyczące ich gotowości do skutecznie gromadzić umiejętności korzystania z mediów, wskazując na potrzebę ciągłych i kompleksowych programów szkoleniowych, które dotrzymują kroku zmieniającemu się krajobrazowi medialnemu. Nauczyciele zgłaszają również, że czują się przytłoczeni ogromną ilością dostępnych narzędzi i zasobów cyfrowych, które mogą być mylące i trudne w nawigacji bez odpowiedniego wsparcia i wskazówek.

Ograniczenia zasobów są również istotną kwestią, a szkoły często borykają się z ograniczonym dostępem do nowoczesnych technologii i niewystarczającymi środkami finansowymi na inicjatywy związane z umiejętnością korzystania z mediów. Ogranicza to zakres i skuteczność programów umiejętności korzystania z mediów, ponieważ nauczyciele starają się angażować uczniów przy użyciu przestarzałych lub nieodpowiednich narzędzi.

Zaangażowanie uczniów w krytyczne myślenie o informacjach online stanowi kolejne wyzwanie. Wielu uczniów jest niezaangażowanych i w dużym stopniu polega na Internecie w poszukiwaniu informacji, często akceptując treści online za dobrą monetę bez krytycznej analizy. Nauczyciele mają trudności z rozwijaniem kultury sceptycyzmu i krytycznego myślenia wśród uczniów, którzy są przyzwyczajeni do wygody i natychmiastowej dostępności źródeł internetowych.

Co więcej, współpraca między nauczycielami a ekspertami zewnętrznymi jest często

utrudniona przez tradycyjne praktyki nauczania i ograniczenia czasowe. Nauczyciele zgłaszają opór przed włączaniem nowych metodologii i zewnętrznej wiedzy specjalistycznej do swoich praktyk nauczania, co może ograniczać skuteczność edukacji medialnej.

Wreszcie, dokumenty podkreślają szersze kwestie systemowe w ramach edukacyjnych, takie jak duże obciążenie pracą akademicką i reaktywny charakter obecnych programów szkolnych. Programy te często koncentrują się na rozwiązywaniu doraźnych problemów, takich jak cyberprzemoc, zamiast proaktywnie wyposażać uczniów w umiejętności krytycznego myślenia niezbędne do poruszania się w cyfrowym świecie. Potrzeba bardziej ustrukturyzowanego i ujednoliconego podejścia do edukacji medialnej jest oczywista i wymaga skoordynowanych wysiłków i wsparcia ze strony wszystkich zaangażowanych stron.

Podsumowując, główne wyzwania zidentyfikowane przez podmioty pracujące w szkołach obejmują niespójną integrację umiejętności korzystania z mediów, brak odpowiedniego szkolenia i zasobów dla nauczycieli, ograniczony dostęp do nowoczesnych technologii, trudności w angażowaniu uczniów w krytyczne myślenie, opór wobec nowych metodologii nauczania oraz szersze kwestie systemowe w ramach edukacyjnych. Sprostanie tym wyzwaniom wymaga skoordynowanego, wielostronnego podejścia do opracowania skutecznych programów umiejętności korzystania z mediów, które wyposażą uczniów w umiejętności niezbędne do krytycznej oceny informacji cyfrowych.

Zasoby i obiecujące praktyki

Nauczyciele napotykają osobiste ograniczenia, takie jak brak znajomości nowszych technologii, strach, brak czasu i motywacji. Wsparcie technologiczne jest podkreślane jako kluczowe, ale jego wartość zależy od sposobu jego wykorzystania. Istnieje potrzeba ustrukturyzowanego podejścia do integracji umiejętności korzystania z mediów z programem nauczania, który często jest niespójny w różnych instytucjach edukacyjnych.

Skuteczne praktyki obejmują wspólne projekty, które łączą elementy naukowe i humanistyczne oraz praktyczne warsztaty z profesjonalistami z różnych dziedzin. Zaleca się interaktywne i praktyczne uczenie się z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych, analizy danych i dyskusji, aby nauczyć krytycznego myślenia i umiejętności oceny mediów.

Rozwój i rozpowszechnianie wysokiej jakości zasobów do nauczania umiejętności korzystania z mediów są niezbędne. Obejmuje to platformy cyfrowe, wspólne projekty i możliwości rozwoju zawodowego dla nauczycieli. Ważne jest również tworzenie publicznych stron internetowych do weryfikacji filmów i artykułów oraz prowadzenie warsztatów obejmujących cyberbezpieczeństwo i wykrywanie fałszywych wiadomości. Współpraca zainteresowanych stron ma kluczowe znaczenie dla wykorzystania różnorodnej wiedzy i zasobów. Niezbędne są partnerstwa między szkołami, organizacjami pozarządowymi i firmami technologicznymi. Koordynacja między decydentami, nauczycielami i szerszą społecznością jest niezbędna do

opracowania skutecznych ram umiejętności korzystania z mediów.

Obiecujące praktyki kładą nacisk na praktyczne, praktyczne doświadczenia edukacyjne z wykorzystaniem rzeczywistych scenariuszy. Grywalizacja i interaktywne gry są skutecznymi narzędziami do angażowania uczniów i nauczania umiejętności korzystania z mediów. Zaangażowanie uczniów w projekty produkcji medialnej zwiększa ich zrozumienie i umiejętności krytycznej oceny. Interesariusze w różnych raportach konsekwentnie podkreślają potrzebę włączenia umiejętności korzystania z mediów do systemów edukacji, radzenia sobie z ograniczeniami nauczycieli oraz wykorzystywania technologii i wspólnych wysiłków. Opracowanie ustrukturyzowanych programów nauczania, zapewnienie wysokiej jakości zasobów i wspieranie partnerstw to kluczowe kroki w kierunku poprawy umiejętności korzystania z mediów i zwalczania dezinformacji. Te spostrzeżenia wskazują na kompleksowe podejście obejmujące praktyczne, interaktywne i oparte na współpracy metody wyposażenia uczniów w niezbędne umiejętności krytycznego myślenia i oceny mediów.

Miejsce na pomysły, cytaty, uwagi itp.

Nauczyciele i edukatorzy podkreślają krytyczną potrzebę ciągłego i kompleksowego szkolenia w celu skutecznego nauczania umiejętności korzystania z mediów. Wielu nauczycieli czuje się nieprzygotowanych i brakuje im konkretnej wiedzy i strategii pedagogicznych wymaganych do radzenia sobie z szybko zmieniającym się krajobrazem cyfrowym. Jeden z nauczycieli wspominał: "Potrzebujemy czegoś więcej niż tylko umiejętności cyfrowych; nasi uczniowie muszą odróżnić prawdę od fałszu i nauczyć się kwestionować to co widzą". To zdanie powtarza się w różnych instytucjach edukacyjnych, podkreślając wspólną troskę o adekwatność obecnych programów szkoleniowych.

Nauczyciele napotykają znaczne trudności w integracji umiejętności korzystania z mediów z istniejącymi programami nauczania ze względu na ograniczony dostęp do nowoczesnych technologii i zasobów. Często zmagają się z angażowaniem uczniów w krytyczne myślenie o informacjach online. Jak stwierdził jeden z nauczycieli: "Uczniowie często ślepo przyjmują informacje internetowe za prawdziwe, poświęcając krytyczną analizę znalezionych informacji na rzecz wygody i natychmiastowej dostępności źródeł internetowych". Problem ten potęguje szybki rozwój technologii, który sprawia, że programy edukacyjne muszą pozostać aktualne i skuteczne.

Zauważono również niespójność w integracji umiejętności korzystania z mediów w różnych szkołach i przedmiotach, co prowadzi do luk w wiedzy uczniów. Nauczyciele wskazują na konieczność bardziej ustrukturyzowanego i ujednoliconego podejścia do edukacji medialnej, zamiast polegać na zaangażowaniu poszczególnych nauczycieli. Jeden z nich zauważył: "Umiejętność korzystania z mediów nie jest jeszcze formalną częścią programu nauczania; wysiłki zależą w dużej mierze od zaangażowania poszczególnych nauczycieli".

Zaangażowanie rodziców i szerszej społeczności w wysiłki na rzecz umiejętności korzystania z mediów jest podkreślane jako czynnik krytyczny. Nauczyciele podkreślają znaczenie angażowania rodziców w nauczanie umiejętności korzystania z mediów w domu, aby uzupełnić wysiłki szkoły. Takie podwójne podejście zapewnia, że uczniowie otrzymują spójne wiadomości na temat znaczenia krytycznego myślenia i odpowiedzialnego korzystania z mediów zarówno w szkole, jak i w domu.

Co więcej, nauczyciele stają przed wyzwaniem, jakim jest zajęcie się dezinformacją i fałszywymi wiadomościami w klasie, przy jednoczesnym utrzymaniu pozytywnego środowiska uczenia się. Dyskusje na tematy naładowane emocjonalnie mogą być szczególnie trudne, wymagając starannej równowagi między nauczaniem faktów a wrażliwością na emocje i pochodzenie kulturowe uczniów. Jeden z nauczycieli zauważył: "Ponieważ fałszywe wiadomości zwykle działają z silnymi emocjami, trudniej jest je kwestionować i omawiać".

Ustalenia dotyczące zaangażowanych osób docelowych i ich obszaru kompetencji

W praktyce nauczyciele często zmagają się z angażowaniem uczniów w krytyczne myślenie o informacjach online, poruszaniem się po tematach naładowanych emocjonalnie i utrzymywaniem pozytywnego środowiska uczenia się. Wielu nauczycieli nie zna nowszych technologii i boryka się z osobistymi ograniczeniami, takimi jak strach i brak motywacji, co dodatkowo komplikuje ich zdolność do nauczania umiejętności korzystania z mediów. Szkoły borykają się również z szerszymi kwestiami systemowymi, takimi jak ograniczony dostęp do nowoczesnych technologii i przeładowany program nauczania, który pozostawia niewiele miejsca na praktyczną edukację w zakresie umiejętności życiowych.

Pomimo tych wyzwań, nauczyciele podkreślają znaczenie praktycznych projektów medialnych, partnerstw z lokalnymi mediami i implementowania zadań związanych z produkcją medialną do swoich praktyk dydaktycznych. Wykorzystują różne metody radzenia sobie z dezinformacją, takie jak dyskusje w klasie, narzędzia interaktywne i zachęcanie uczniów do krytycznej oceny informacji, które napotykają w Internecie.

Włączenie umiejętności korzystania z mediów do szkolnego programu nauczania pozostaje niespójne, często opierając się na zaangażowaniu poszczególnych nauczycieli, a nie na ustandaryzowanym podejściu. Podkreśla to potrzebę kompleksowych strategii i wsparcia strukturalnego w celu zapewnienia spójnego i skutecznego wdrażania w szkołach.

Ogólnie rzecz biorąc, podmioty pracujące w szkołach uznają znaczenie umiejętności korzystania z mediów, ale stoją przed poważnymi wyzwaniami związanymi z ich skuteczną integracją z systemem edukacji. Stawienie czoła tym wyzwaniom wymaga skoordynowanych wysiłków w celu zapewnienia niezbędnych szkoleń, zasobów i wsparcia dla nauczycieli, aby wspierać krytycznie zaangażowane i znające się na mediach społeczeństwo.

3.2 Kwestionariusze

3.2.1 Dobór próby, kwestionariusze i gromadzenie danych

Jeśli chodzi o administrowanie kwestionariuszami, projekt przekroczył przewidywaną liczbę zaangażowanych osób: **zamiast 900 respondentów, całkowita liczba osób zaangażowanych w badanie wyniosła 1159**. Liczba dorosłych wyniosła 795 a 364 nieletnich odpowiedziało na ankietę

Zadawane pytania zostały podzielone na następujące kategorie:

- 1) Profil socjodemograficzny;
- 2) Ekspozycja na źródła wiadomości;
- 3) Postrzeganie i wpływ fałszywych wiadomości;
- 4) Zachowanie związane z poszukiwaniem informacji;
- 5) Umiejętność korzystania z mediów i edukacja;
- 6) Potrzeby, najlepsze praktyki i przykłady;

Kwestionariusz był dostępny online, a partnerzy zaprosili bezpośrednio największą część respondentów. Jeśli chodzi o osoby niepełnoletnie, wszyscy wyrazili zgodę rodziców, a ich wiek przekraczał 12 lat.

Kwestionariusze zostały wysłane pocztą elektroniczną i przez WhatsApp do partnerów partnerów, uprzednio wybranych zgodnie ze specyfiką grupy docelowej. Zawierały one krótką prezentację projektu. W przypadku nieletnich, gdy było to konieczne w przypadku braku wcześniejszych uzgodnień, prośby o współpracę zostały wysłane pocztą elektroniczną do szkół z uczniami w wieku od 12 do 18 lat. Po akceptacji, rodzice dostarczali do podpisu świadome zgody, a duża część kwestionariuszy była przeprowadzana w kontekście klasowym.

5. Wyniki analizy kwestionariuszy

5.1 Przejście od wymiaru krajowego do międzynarodowego

Pomimo faktu, że MILES ma na celu osiągnięcie europejskiego wymiaru międzykrajowego, porównanie wyników krajowych z projektu MILES odzwierciedla różnorodność podejść i postrzegania umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia w odniesieniu do fałszywych wiadomości w krajach uczestniczących, wnosząc nowe światło do analizy. Ta analiza porównawcza zagłębia się w podobieństwa, różnice, trendy i istotne spostrzeżenia zebrane z raportów takich krajów jak Grecja, Polska, Włochy, Niemcy, Portugalia, Cypr, Austria, , Rumunia, Belgia i Holandia.

Porównanie krajowych wyników projektu MILES odzwierciedla różnorodność podejść i postrzegania umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia w odniesieniu do fałszywych wiadomości w krajach uczestniczących. Ta analiza porównawcza zagłębia się w podobieństwa, różnice, trendy i

istotne spostrzeżenia zebrane z raportów takich krajów jak Grecja, Włochy, Niemcy, Portugalia, Cypr, Austria, Polska, Rumunia, Belgia i Holandia.

Dane demograficzne z kwestionariuszy dodają ważną warstwę zrozumienia do ogólnej analizy, podkreślając, w jaki sposób cechy respondentów wpływają na ich stosunek do mediów i fałszywych wiadomości. Pomimo różnic między krajami, dane te wzmacniają potrzebę lokalnych strategii, które uwzględniają różnice kulturowe, wiekowe i płciowe w celu skuteczniejszego promowania umiejętności korzystania z mediów. Odpowiedzi na kwestionariusze w ramach projektu MILES zapewniają bogaty wgląd w krajobraz umiejętności korzystania z mediów, podkreślając różne poziomy zrozumienia, ekspozycję na źródła wiadomości i strategie zwalczania fałszywych wiadomości. Ta sekcja zagłębia się w niuanse odpowiedzi, oferując porównawczą i szczegółową analizę kluczowych tematów, takich jak dane demograficzne, wzorce konsumpcji wiadomości, postrzeganie fałszywych wiadomości i potrzeby edukacyjne w krajach uczestniczących.

Analiza demograficzna wzmacnia kilka trendów zaobserwowanych już w raportach krajowych. Po pierwsze, istnieje korelacja między poziomem wykształcenia uczestników a świadomością znaczenia umiejętności korzystania z mediów. W krajach o wyższym odsetku uczestników z wyższym wykształceniem, takich jak Portugalia, Niemcy i Austria, położono większy nacisk na potrzebę posiadania umiejętności krytycznej oceny źródeł wiadomości i zwalczania fałszywych wiadomości. Zróżnicowanie wiekowe między krajami również dostarcza istotnych spostrzeżeń. W krajach takich jak Grecja, gdzie uczestnicy są przeważnie starsi, istnieje większe uzależnienie od tradycyjnych źródeł wiadomości, takich jak telewizja i radio. Z kolei w krajach takich jak Niemcy i Dania, gdzie respondenci są młodszy, korzystanie z sieci społecznościowych jako głównego źródła informacji jest znacznie bardziej rozpowszechnione. Zauważalne są również różnice między płciami. Przewaga kobiet w większości krajów może wskazywać na większą chęć kobiet do uczestnictwa w inicjatywach edukacyjnych i społecznych związanych z umiejętnością korzystania z mediów. Czynniki te należy wziąć pod uwagę przy opracowywaniu ukierunkowanych programów, zapewniając zaspokojenie potrzeb obu płci.

Skład demograficzny respondentów różnił się znacznie w poszczególnych krajach, co z kolei wpłynęło na ich postrzeganie i praktyki. W **Grecji** większość uczestników była w wieku 46-55 lat, z wysokim odsetkiem kobiet (ponad 71%) i wieloma profesjonalistami w sektorze edukacji. Ten profil demograficzny jest zgodny z zaobserwowanym zainteresowaniem sformalizowanym szkoleniem w zakresie umiejętności korzystania z mediów i sceptycyzmem wobec cyfrowych źródeł wiadomości. Grupa wiekowa sugeruje, że odbiorcy mają już doświadczenie w angażowaniu się w media, ale szukają narzędzi do poruszania się po złożoności cyfrowej dezinformacji.

We **Włoszech** odpowiedzi były bardziej równomiernie rozłożone w grupach wiekowych, z wyraźnym udziałem młodszych dorosłych (25-35 lat). Ta młodsza grupa demograficzna wykazała zależność od mediów cyfrowych i platform społecznościowych w zakresie konsumpcji wiadomości, co odzwierciedla szersze globalne trendy. Włoscy respondenci wykazali wysoki poziom zaniepokojenia wpływem fałszywych wiadomości, szczególnie na kwestie społeczne i zdrowie publiczne, co odzwierciedla ich aktywne zaangażowanie we współczesne wyzwania w ekosystemie cyfrowym.

Portugalia zaprezentowała kontrastujący profil, z uczestnikami obejmującymi szerszy przedział wiekowy, ale wykazującymi koncentrację wśród dorosłych w średnim wieku (36-45 lat). Wysokie zaufanie do tradycyjnych mediów odnotowane w portugalskich odpowiedziach wskazuje na środowisko medialne, które kładzie nacisk na odpowiedzialność i jakość, chociaż programy umiejętności cyfrowych zostały podkreślone jako obszar wymagający poprawy, aby zająć się zależnością młodszych odbiorców od platform mediów społecznościowych, takich jak Instagram i TikTok.

Niemcy wykazały zrównoważoną mieszankę demograficzną, z równą reprezentacją respondentów w wieku 25-55 lat. Dane wskazują na zaawansowane zrozumienie źródeł medialnych, a znaczna część uczestników regularnie weryfikuje informacje. Niemieccy respondenci byli wyjątkowi pod względem preferencji dla radia i podcastów obok platform cyfrowych, pokazując zróżnicowaną dietę medialną i silną tradycję zaufania do nadawców publicznych.

Na **Cyprze** większość respondentów stanowili nauczyciele i badacze, głównie w wieku 36-45 lat. Pomimo tego doświadczenia zawodowego, uczestnicy wyrazili poważne obawy dotyczące ich zdolności do rozróżniania dezinformacji, podkreślając potrzebę kompleksowych i ustrukturyzowanych programów umiejętności korzystania z mediów dostosowanych do środowiska zawodowego.

Austria ujawniła, że baza uczestników w dużej mierze składa się z nauczycieli, a 58% z nich pracuje jako nauczyciel lub trener. Dominowała grupa wiekowa 36-55 lat, a respondenci podkreślali integrację krytycznego myślenia z istniejącymi programami nauczania. Austriaccy respondenci wykazywali dużą pewność siebie w identyfikowaniu i radzeniu sobie z dezinformacją, prawdopodobnie pod wpływem ugruntowanych inicjatyw edukacyjnych w tym kraju.

Polski raport zawiera kompleksowy przegląd wyzwań i możliwości w zakresie umiejętności korzystania z mediów i zwalczania dezinformacji. Pod względem demograficznym największa grupa respondentów mieściła się w przedziale wiekowym 36-45 lat, a następnie w grupie 25-35 lat. Kobiety nieznacznie przeważały liczebnie nad mężczyznami. Jeśli chodzi o wykształcenie, większość respondentów posiadała tytuł licencjata lub magistra, z silną reprezentacją pedagogów, badaczy i psychologów. Platformy mediów społecznościowych i internetowe serwisy informacyjne zostały zidentyfikowane jako dominujące źródła wiadomości, przy czym TikTok i Facebook były postrzegane jako najbardziej podatne na rozpowszechnianie fałszywych wiadomości.

Rumunia i Belgia przedstawiły w swoich odpowiedziach młodsze kohorty, z zauważalną obecnością studentów i początkujących profesjonalistów. Podczas gdy rumuńscy uczestnicy podkreślali wyzwania związane z dostępem do wiarygodnych źródeł, belgijscy respondenci wskazywali na wyższy poziom zaangażowania w zasoby instytucjonalne w zakresie umiejętności korzystania z mediów, co odzwierciedla solidną infrastrukturę edukacyjną sieci GO!

Holandia, ze swoją obeznaną z technologią populacją, pokazała wyjątkowy trend wykorzystywania narzędzi cyfrowych do weryfikacji mediów. Respondenci byli przeważnie w wieku 25-45 lat, z dobrą znajomością języka angielskiego, umożliwiającą dostęp do globalnych zasobów dotyczących umiejętności korzystania z mediów.

5.2 Porównanie

W **Grecji** badania wykazały, że wśród respondentów przeważała starsza grupa demograficzna, a znaczną część stanowili nauczyciele i pracownicy akademicy. Uczestnicy wykazali się dużą świadomością zagrożeń stwarzanych przez fałszywe wiadomości, w połączeniu z dużym zainteresowaniem formalnymi programami edukacyjnymi mającymi na celu przeciwdziałanie dezinformacji. Grecy respondenci głównie konsumowali wiadomości za pośrednictwem platform internetowych, ale wyrazili obawy co do wiarygodności tych źródeł. Odzwierciedla to ustalenia w innych krajach, choć nacisk na formalne szkolenia w zakresie zwalczania dezinformacji wydaje się szczególnie wyraźny w Grecji.

Wyniki badań **we Włoszech** ujawniły zróżnicowaną demografię wiekową, choć nieco młodszą niż w Grecji, ze znaczną reprezentacją sektora edukacji. Włoscy respondenci wykazali również duże uzależnienie od platform cyfrowych do konsumpcji wiadomości. Godne uwagi było skupienie się na praktycznych narzędziach do identyfikowania i zwalczania fałszywych wiadomości, a wielu uczestników opowiadało się za rozwojem przyjaznych dla użytkownika aplikacji i platform ułatwiających sprawdzanie faktów. To techniczne podejście odróżnia odpowiedź Włoch od innych krajów, które priorytetowo traktują interwencje instytucjonalne lub programowe.

Portugalia wyróżnia się jednym z najwyższych poziomów zaufania do wiadomości wśród uczestniczących krajów. Przypisuje się to wysiłkom instytucjonalnym na rzecz promowania umiejętności korzystania z mediów poprzez reformy edukacyjne i kampanie uświadamiające. Jednak uporczywe rozprzestrzenianie się dezinformacji, szczególnie podczas kryzysów, takich jak pandemia COVID-19, podkreśla potrzebę trwałych inicjatyw edukacyjnych. Portugalscy respondenci podkreślali istotność integracji krytycznego myślenia i praktyk sprawdzania faktów z programem nauczania, co jest ściśle zgodne z szerszymi trendami europejskimi.

W **Niemczech** analiza wykazała równowagę między konsumpcją mediów tradycyjnych i cyfrowych. Respondenci wykazywali wysoki poziom świadomości krytycznej i proaktywne podejście do weryfikacji informacji, wykorzystując zarówno zasoby instytucjonalne, jak i niezależne narzędzia. Integracja umiejętności korzystania z mediów w niemieckim systemie edukacji z programem nauczania jest prawdopodobnym czynnikiem przyczyniającym się do tej proaktywnej postawy. Nadal jednak istnieje potrzeba zajęcia się lukami w starszych grupach demograficznych, które mają tendencję do polegania w większym stopniu na tradycyjnych mediach bez większego zaangażowania w praktyki weryfikacyjne.

Ciekawym przypadkiem był **Cypr**, gdzie respondenci wyrazili poważne obawy dotyczące ich zdolności do rozpoznawania fałszywych wiadomości. Częściowo przypisuje się to mniejszemu rozpowszechnieniu zorganizowanych inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów w porównaniu z innymi krajami. Wyniki badania podkreśliły znaczenie wprowadzenia kompleksowych ram edukacyjnych skierowanych zarówno do dorosłych, jak i młodzieży, podkreślając rolę nauczycieli we wspieraniu krytycznego myślenia.

W **Austrii** widoczny był wysoki poziom umiejętności korzystania z mediów, zwłaszcza wśród młodszych grup demograficznych i specjalistów w sektorze edukacji. Respondenci wykazali się umiejętnością krytycznej oceny źródeł informacji, co odzwierciedla sukces ukierunkowanych programów

edukacyjnych i kampanii uświadamiających. Austriackie podejście kładzie nacisk na interaktywne warsztaty i narzędzia cyfrowe, koncentrując się na umożliwieniu jednostkom samodzielnego identyfikowania i przeciwdziałania dezinformacji.

Rumunia stanęła w obliczu znaczących wyzwań, a uczestnicy zgłaszali większą ekspozycję na fałszywe wiadomości i ograniczony dostęp do zasobów umożliwiających weryfikację. Podkreśla to znaczną lukę w infrastrukturze umiejętności korzystania z mediów, szczególnie na obszarach wiejskich. Rumuńscy respondenci wyrazili duże zainteresowanie ukierunkowanymi programami edukacyjnymi i wsparciem instytucjonalnym, sygnalizując pilną potrzebę interwencji zarówno na poziomie polityki, jak i społeczności.

Belgia, reprezentowana przez sieć GO!, wykazała wszechstronne zaangażowanie w umiejętność korzystania z mediów wśród nauczycieli i uczniów. Integracja krytycznego myślenia z programami nauczania wydaje się być ugruntowaną praktyką, jednak respondenci wskazali na potrzebę bardziej zaawansowanych narzędzi i zasobów, aby dotrzymać kroku zmieniającemu się krajobrazowi dezinformacji.

W **Holandii** nacisk położono na wykorzystanie technologii do zwalczania fałszywych wiadomości. Holenderscy respondenci podkreślali wykorzystanie platform cyfrowych i aplikacji do weryfikacji informacji, obok tradycyjnych metod edukacyjnych. Wysoki poziom znajomości języka angielskiego wśród ludności ułatwił dostęp do międzynarodowych zasobów, wzbogacając krajowy dyskurs na temat umiejętności korzystania z mediów.

We wszystkich krajach pojawiły się wspólne trendy, w tym rosnąca zależność od platform cyfrowych w zakresie wiadomości, wszechobecny wpływ dezinformacji oraz powszechne uznanie potrzeby zwiększenia umiejętności korzystania z mediów. Jednak strategie i priorytety różniły się znacząco. Kraje Europy Południowej, takie jak Grecja i Włochy, kładły nacisk na reformy instytucjonalne i działania edukacyjne, podczas gdy kraje Europy Północnej, takie jak Niemcy i Holandia, skłaniały się ku integracji zaawansowanych technologii i niezależnych narzędzi.

Wyniki te podkreślają znaczenie dostosowania inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów do specyficznych kontekstów kulturowych, demograficznych i technologicznych każdego kraju. Projekt MILES zapewnia solidne ramy dla wspierania współpracy międzynarodowej, zapewniając, że najlepsze praktyki są udostępniane i dostosowywane w celu zwiększenia odporności na dezinformację w całej Europie.

Niniejszy raport stanowi podstawę do głębszej analizy metodologii i wyników projektu MILES, opowiadając się za dalszymi inwestycjami w umiejętności korzystania z mediów jako podstawy demokratycznej odporności w erze cyfrowej. W razie potrzeby można dodać dalsze opracowania do poszczególnych sekcji lub zająć się dodatkowymi punktami porównawczymi.

5.3 Wzorce konsumpcji wiadomości

We wszystkich krajach platformy cyfrowe stały się dominującym źródłem wiadomości. Platformy mediów społecznościowych, takie jak Facebook, YouTube i Instagram, były często wymieniane w

Grecji, Włoszech, Portugalii i Rumunii, podczas gdy platformy profesjonalne, takie jak LinkedIn i serwisy agregujące wiadomości, były bardziej popularne w **Niemczech** i **Austrii**.

Poleganie na telewizji jako źródle wiadomości było zróżnicowane, przy czym **Portugalia** i **Grecja** wykazywały większe zaangażowanie w porównaniu z **Holandią**, gdzie tradycyjna telewizja odgrywała mniej znaczącą rolę. Podcasty i radio były szczególnie popularne w **Niemczech** i **Austrii**, odzwierciedlając preferencje kulturowe dla formatów mediów słuchowych.

Respondenci na **Cyprze** i w **Rumunii** zidentyfikowali luki w swojej zdolności do rozpoznawania wiarygodności źródeł internetowych, co koreluje z wyższym poziomem zgłaszanej przez nich ekspozycji na fałszywe wiadomości. Kontrastuje to z **Belgią** i **Holandią**, gdzie respondenci wykazywali większe zaufanie do swojej zdolności identyfikowania wiarygodnych źródeł, dzięki ukierunkowanym inicjatywom w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

5.4 Postrzeganie fałszywych wiadomości

Postrzeganie fałszywych wiadomości jako zagrożenia społecznego było jednomyślne we wszystkich krajach, choć zakres obaw był różny. W **Grecji** i we **Włoszech** respondenci zidentyfikowali platformy mediów społecznościowych jako główne wektory dezinformacji, ze znacznym naciskiem na rolę influencerów i niezweryfikowanych treści generowanych przez użytkowników. Podobnie **rumuńscy** uczestnicy zwrócili uwagę na powszechność sensacji i treści nacechowanych emocjonalnie jako istotnych czynników przyczyniających się do dezinformacji.

Portugalia i **Austria** wykazały stosunkowo wysoki poziom zaufania do instytucjonalnych źródeł informacji, łagodząc postrzegane zagrożenie związane z fałszywymi wiadomościami. Jednak uczestnicy w tych krajach uznali wyzwanie, jakim jest zwalczanie dezinformacji podczas kryzysów, takich jak pandemia COVID-19, która zakłóciła tradycyjną dynamikę zaufania. W **Polsce** raport podkreśla, że chociaż większość respondentów spotyka się z fałszywymi wiadomościami i postrzega je jako poważne zagrożenie dla demokracji i polityki, istnieje znaczna luka w formalnej edukacji medialnej. Większość uczestników wskazała na brak szkolenia w zakresie krytycznego myślenia lub umiejętności korzystania z mediów, co podkreśla konieczność ukierunkowanych interwencji. Pomimo tego, wielu respondentów aktywnie angażuje się w weryfikację wiadomości, porównując je z wieloma źródłami i korzystając z zaufanych platform do sprawdzania faktów.

Na **Cyprze** respondenci wyrazili zwiększoną podatność na fałszywe wiadomości ze względu na ograniczony dostęp do solidnych narzędzi weryfikacyjnych. Z kolei w **Holandii** podkreślono proaktywne wykorzystanie rozwiązań technologicznych i platform do weryfikacji faktów, wzmacniając kulturę odpowiedzialności w konsumpcji wiadomości.

5.5 Potrzeby edukacyjne i najlepsze praktyki

Potrzeba zwiększenia umiejętności korzystania z mediów pojawiła się jako spójny temat we wszystkich krajach. **Grecja** i **Cypr** kładły nacisk na rozwój podstawowych programów szkoleniowych skierowanych do nauczycieli i studentów, odzwierciedlając lukę w sformalizowanych programach nauczania. **Włochy** i **Rumunia** opowiadały się za integracją krytycznego myślenia i umiejętności cyfrowych w ramach

krajowych polityk edukacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem dezinformacji związanej z kwestiami społecznymi i politycznymi.

Niemcy i Austria zaprezentowały dojrzałe ramy umiejętności korzystania z mediów, a respondenci wzywali do bardziej interaktywnych warsztatów i symulacji w czasie rzeczywistym, aby sprostać pojawiającym się wyzwaniom. **Belgia** podkreśliła znaczenie współpracy międzysektorowej między szkołami, organizacjami pozarządowymi i agencjami rządowymi w celu utrzymania kompleksowego programu umiejętności korzystania z mediów.

Portugalia i Holandia podkreśliły znaczenie wykorzystania technologii do zwalczania fałszywych wiadomości. Portugalscy respondenci poparli rozwój aplikacji mobilnych do sprawdzania faktów, podczas gdy holenderscy uczestnicy opowiadali się za narzędziami opartymi na sztucznej inteligencji do wykrywania dezinformacji w czasie rzeczywistym.

5.6 Kluczowe spostrzeżenia

Analiza porównawcza pokazuje, że chociaż kraje stoją przed wspólnymi wyzwaniami w walce z fałszywymi wiadomościami, ich strategie odzwierciedlają unikalne konteksty społeczno-kulturowe i instytucjonalne. Kraje o solidnych systemach edukacyjnych, takie jak **Niemcy, Austria i Belgia**, wykazują większe zaufanie do umiejętności korzystania z mediów, podczas gdy kraje takie jak **Rumunia i Cypr** podkreślają luki w zasobach i szkoleniach.

Proaktywne wykorzystanie technologii, jak widać w **Holandii**, oferuje plan integracji innowacji z inicjatywami w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Jednocześnie nacisk na budowanie zaufania i zaangażowanie społeczności w **Portugalii i Grecji** ilustruje znaczenie adaptacji kulturowej w zwalczaniu dezinformacji.

To szczegółowe badanie stanowi podstawę dla dostosowanych interwencji w ramach projektu MILES, zapewniając, że strategie są zgodne z konkretnymi potrzebami i możliwościami każdego kraju. Dalsze badania i współpraca będą miały kluczowe znaczenie dla rozwoju spójnych europejskich ram umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia w erze cyfrowej.

Wykresy i liczby

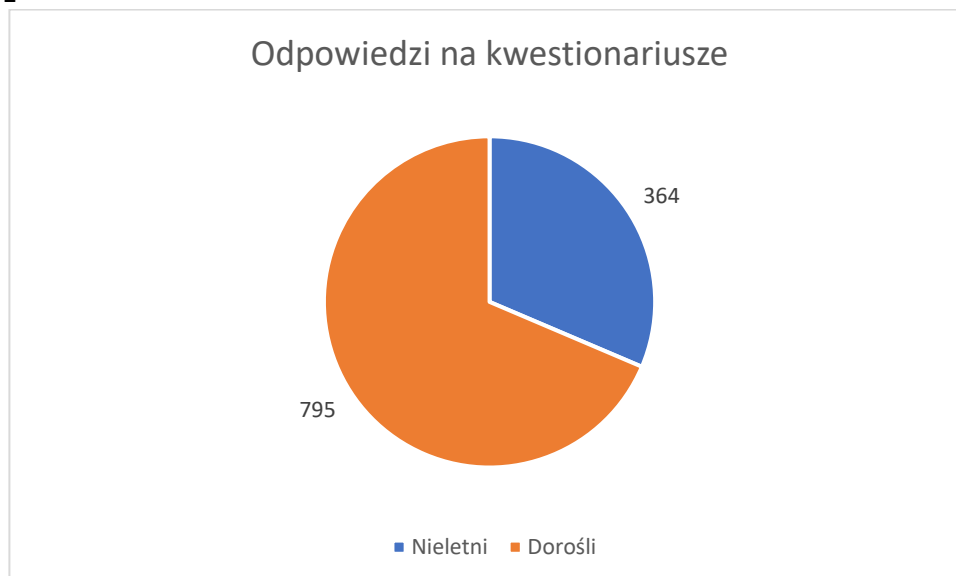
5.7 Profil społeczno-demograficzny

Odpowiedzi na kwestionariusze

Kwestionariusze zostały stworzone tak, aby główna ankieta obejmowała pytania skierowane do dorosłych a druga zawierała pytania dostosowane do nieletnich respondentów. Całkowita liczba respondentów w badaniu wyniosła 1159. Liczba dorosłych wyniosła 795 a nieletnich było 364.

Najpierw nasz raport będzie dotyczył tylko odpowiedzi dorosłych, a odpowiedzi nieletnich zostaną opisane na końcowych wykresach.

Wykres #1

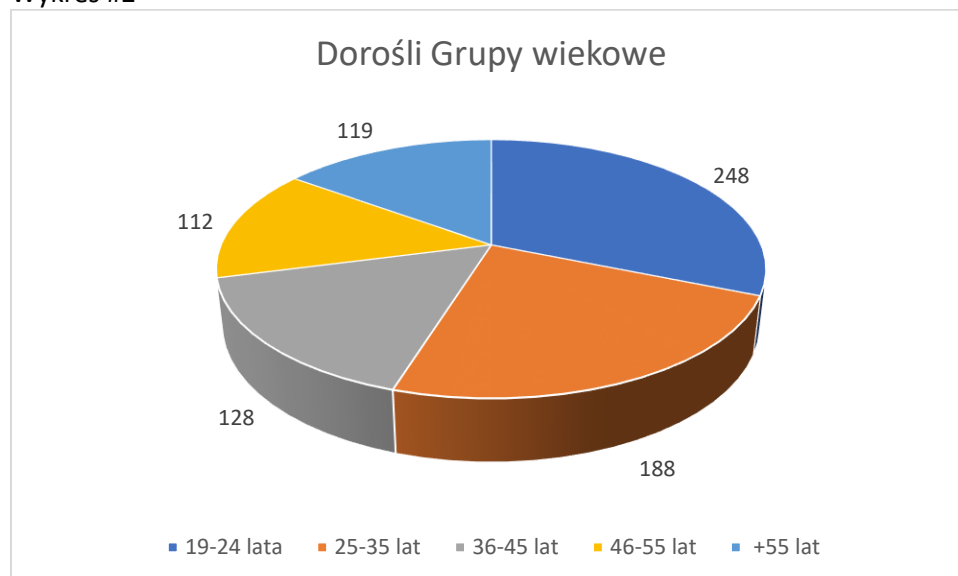


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Grupy wiekowe

Grupy wiekowe dorosłych odpowiadających na ankietę miały większy udział w grupach wiekowych od 19 do 24 lat i od 25 do 35 lat. Rozkład respondentów w tych grupach wiekowych zapewnia ważny kontekst do interpretacji wyników badania. Dominacja grupy wiekowej 25-35 lat sugeruje, że ta grupa demograficzna może mieć znaczący wpływ na ogólne wyniki. Tymczasem reprezentacja osób starszych (+55 lat) wskazuje na szeroki przedział wiekowy uczestników, co może zapewnić różnorodne perspektywy w kwestiach takich jak umiejętność korzystania z mediów, narażenie na dezinformację i inne tematy poruszane w ankiecie. Zrozumienie rozkładu wieku ma kluczowe znaczenie dla analizy sposobu, w jaki różne grupy wiekowe postrzegają media i informacje oraz angażują się w nie.

Wykres #2



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Rozkład płci wśród dorosłych

Jeśli chodzi o rozkład płci dorosłych, z grupy respondentów w badaniu, wykres jest podzielony na trzy segmenty, z których każdy reprezentuje inną kategorię identyfikacji płciowej wśród uczestników.

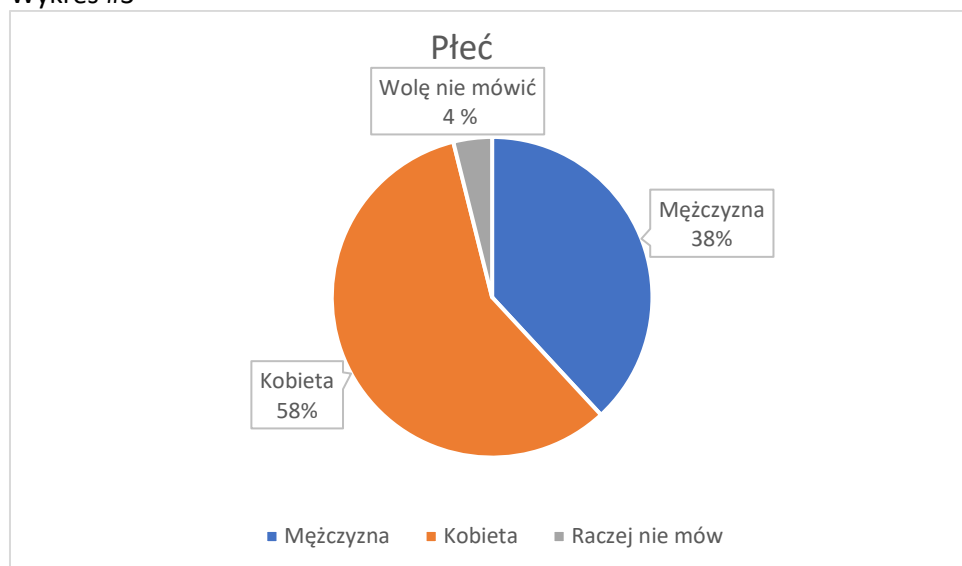
Kobiety (58%): Największy segment wykresu kołowego jest reprezentowany przez kolor pomarańczowy, co wskazuje, że 58% respondentów badania zidentyfikowało się jako kobiety. Ta większość sugeruje, że ankieta miała wyższy wskaźnik uczestnictwa kobiet w porównaniu z innymi płciami.

Mężczyźni (38%): Drugi co do wielkości segment, zaznaczony na niebiesko, reprezentuje 38% respondentów, którzy określili się jako mężczyźni. Odsetek ten wskazuje, że znaczna, ale mniejsza część uczestników ankiety to mężczyźni.

Wolę nie mówić (4%): Niewielki szary segment, stanowiący 4% całości, wskazuje respondentów, którzy zdecydowali się nie ujawniać swojej płci. Ta opcja jest ważna dla zachowania inkluzywności i poszanowania prywatności uczestników, którzy mogą nie chcieć określać swojej płci z powodów osobistych.

Rozkład płci w tej ankiecie pokazuje wyższą reprezentację kobiet w porównaniu z mężczyznami, przy bardzo niewielkim odsetku uczestników, którzy zdecydowali się nie ujawniać swojej płci. Ten podział demograficzny ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia perspektyw i doświadczeń reprezentowanych w badaniu, ponieważ płeć może wpływać na nawyki konsumpcji mediów, postrzeganie fałszywych wiadomości i zaangażowanie w inicjatywy związane z umiejętnością korzystania z mediów. Podział ten należy wziąć pod uwagę podczas analizy innych wyników badania, ponieważ może on wpływać na możliwość uogólnienia wyników na szerszą populację.

Wykres #3



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Poziom wykształcenia

Poniższy wykres słupkowy ilustruje rozkład dorosłych respondentów na podstawie ich poziomu wykształcenia. Każdy słupek reprezentuje inny poziom wykształcenia, od podstawowego do wyższego, a wysokość słupków odpowiada liczbie respondentów w każdej kategorii.

Na najniższym końcu spektrum znajduje się niewielka liczba dorosłych respondentów. Niewielka liczba dorosłych respondentów ukończyła tylko szkołę podstawową. Sugeruje to, że większość uczestników badania ukończyła edukację na poziomie wyższym niż podstawowy, co wskazuje na ogólnie dobrze wykształconą próbę. Przechodząc w górę drabiny edukacyjnej, liczba respondentów z wykształceniem średnim jest wyższa niż tych z wykształceniem podstawowym, choć nadal stanowi stosunkowo niewielką część całej grupy. Może to obejmować osoby, które mogły wejść na rynek pracy bezpośrednio po ukończeniu szkoły średniej lub wybrały szkolenie zawodowe zamiast studiów wyższych.

Najczęstszym poziomem wykształcenia wśród respondentów jest tytuł licencjata, na co wskazuje najwyższy słupek na wykresie. Sugeruje to, że znaczna część uczestników badania ukończyła studia licencjackie, odzwierciedlając demografię, która jest dobrze wykształcona i ma solidne podstawy w szkolnictwie wyższym. Tuż za nimi plasują się osoby z tytułem magistra, co stanowi drugą co do wielkości grupę w badaniu. Obecność znacznej liczby uczestników z wykształceniem na poziomie magisterskim odzwierciedla zaangażowanie w zaawansowaną naukę i dalszą specjalizację w swoich dziedzinach studiów.

Mniejszy segment respondentów posiada tytuł doktora, co wskazuje, że mniej uczestników osiągnęło ten najwyższy poziom osiągnięć akademickich. Grupa ta prawdopodobnie obejmuje osoby, które zaangażowały się w szeroko zakrojone badania i specjalistyczne studia, przyczyniając się do wysokiego poziomu wiedzy akademickiej i zawodowej w badanej populacji.

Wykres pokazuje również niewielką liczbę respondentów, którzy ukończyli kształcenie zawodowe. Kategoria ta prawdopodobnie obejmuje osoby, które przeszły specjalistyczne szkolenia i rozwijały

umiejętności w określonych branżach lub zawodach, oferując praktyczną, zorientowaną na karierę ścieżkę edukacyjną. Wreszcie, kategoria "Inne", w której znalazło się najmniej respondentów, sugeruje, że bardzo niewielu uczestników wykracza poza wymienione tradycyjne ścieżki edukacyjne. Może to obejmować nietradycyjne formy edukacji, takie jak alternatywne metody uczenia się lub certyfikaty, które nie są zgodne z innymi kategoriami.

Wykres #4



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Zawód

Poniższy wykres przedstawia rozkład zawodowy respondentów ankiety w różnych kategoriach. Największa grupa, oznaczona jako "Inne", obejmuje 281 respondentów, co wskazuje na szeroki zakres zawodów, które nie zostały wyraźnie skategoryzowane na wykresie. Sugeruje to zróżnicowane pochodzenie uczestników.

Drugą co do wielkości grupę stanowią "studenci uniwersytetów", z 187 respondentami, co podkreśla znaczące zaangażowanie osób zaangażowanych w szkolnictwo wyższe. Ta grupa demograficzna jest kluczowa w dyskusjach na temat umiejętności korzystania z mediów, biorąc pod uwagę ich aktywne zaangażowanie w media cyfrowe.

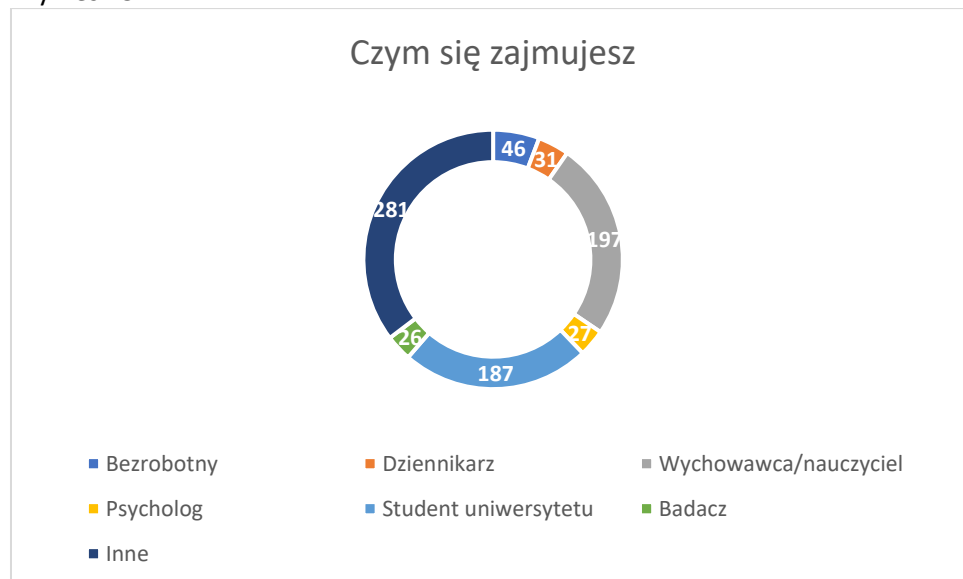
"Edukatorzy/nauczyciele", z 197 respondentami, reprezentują kluczowy segment, ponieważ są bezpośrednio zaangażowani w nauczanie umiejętności korzystania z mediów. Ich perspektywa ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia wyzwań i możliwości w edukacji związanych z tą dziedziną.

Mniejsze segmenty obejmują "badaczy" (26 respondentów), "dziennikarzy" (31 respondentów) i "psychologów" (27 respondentów). Naukowcy dostarczają naukowych spostrzeżeń, dziennikarze przedstawiają perspektywy wpływu dezinformacji na media, a psychologowie oferują zrozumienie poznawczych i emocjonalnych skutków dezinformacji.

Wreszcie, jest 46 respondentów "bezrobotnych". Chociaż nie są oni powiązani z konkretnym zawodem, ich włączenie pomaga uchwycić szerszą perspektywę społeczną.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres podkreśla różnorodne doświadczenia zawodowe respondentów, z których każdy wniósł cenny wkład w wyniki ankiety dotyczące umiejętności korzystania z mediów i dezinformacji.

Wykres #5



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

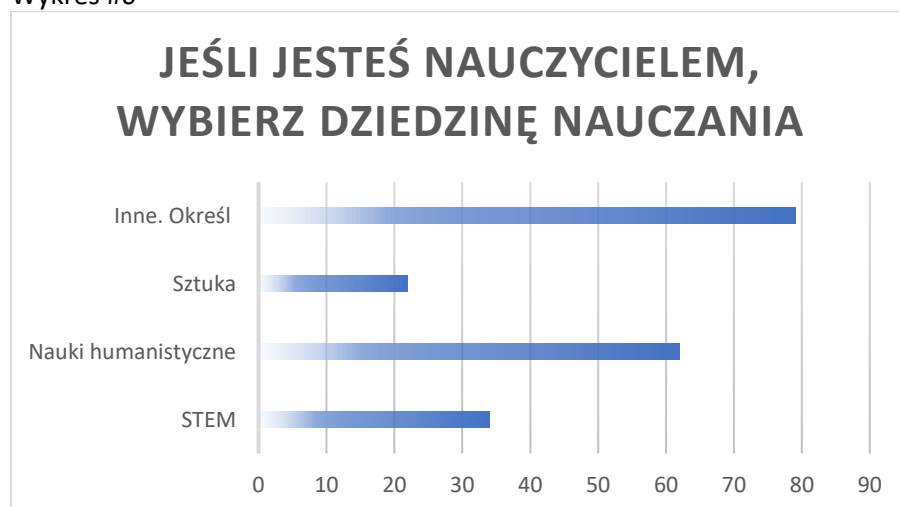
Doświadczenie w nauczaniu

Jak pokazano na wykresie nr 6, kategoria "Inne" ma największą liczbę nauczycieli, co wskazuje, że wielu nauczycieli specjalizuje się w obszarach niewymienionych na wykresie. Kategoria "Nauki humanistyczne" również ma znaczną liczbę nauczycieli, co odzwierciedla silną reprezentację przedmiotów takich jak historia, języki i nauki społeczne.

"STEM" (nauki ścisłe, technologia, inżynieria i matematyka) ma umiarkowaną reprezentację, co wskazuje na znaczną liczbę nauczycieli koncentrujących się na tych dyscyplinach technicznych i naukowych. "Sztuka" ma najmniej nauczycieli spośród wszystkich kategorii, co sugeruje, że jest to najslabiej reprezentowany obszar nauczania w badaniu.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje zróżnicowany rozkład wiedzy nauczycielskiej, z wyraźnym naciskiem na "Inne" i "Nauki humanistyczne", podczas gdy "Sztuka" i "STEM" mają mniejszą, ale wciąż ważną reprezentację.

Wykres #6



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

5.8 Ekspozycja na źródła wiadomości

Poniższy wykres kołowy ilustruje rozkład głównych źródeł wiadomości respondentów, z możliwością wielokrotnego wyboru. Wykres jest podzielony na kilka segmentów, z których każdy reprezentuje inne medium, za pośrednictwem którego respondenci głównie konsumują wiadomości.

Największym segmentem są media społecznościowe, pokazane na niebiesko, co wskazuje, że znaczna część respondentów polega na platformach mediów społecznościowych jako głównym źródle wiadomości. Odzwierciedla to rosnącą tendencję do korzystania z platform takich jak Facebook, Twitter i Instagram w celu uzyskania informacji i aktualizacji w czasie rzeczywistym.

Internetowe gazety lub strony internetowe, oznaczone kolorem pomarańczowym, są kolejnym głównym źródłem wiadomości dla respondentów, podkreślając ciągłe znaczenie tradycyjnych organizacji informacyjnych, które przeszły na formaty cyfrowe. Sugeruje to, że chociaż media społecznościowe są popularne, nadal istnieje silna preferencja dla dedykowanych witryn informacyjnych w celu uzyskania szczegółowych informacji.

Telewizja jest zaznaczona na szaro i reprezentuje znaczną część nawyków konsumpcji wiadomości przez respondentów. Pomimo wzrostu popularności mediów cyfrowych, telewizja nadal jest kluczowym źródłem wiadomości, szczególnie dla niektórych grup demograficznych, które mogą preferować przekaz wizualny i na żywo.

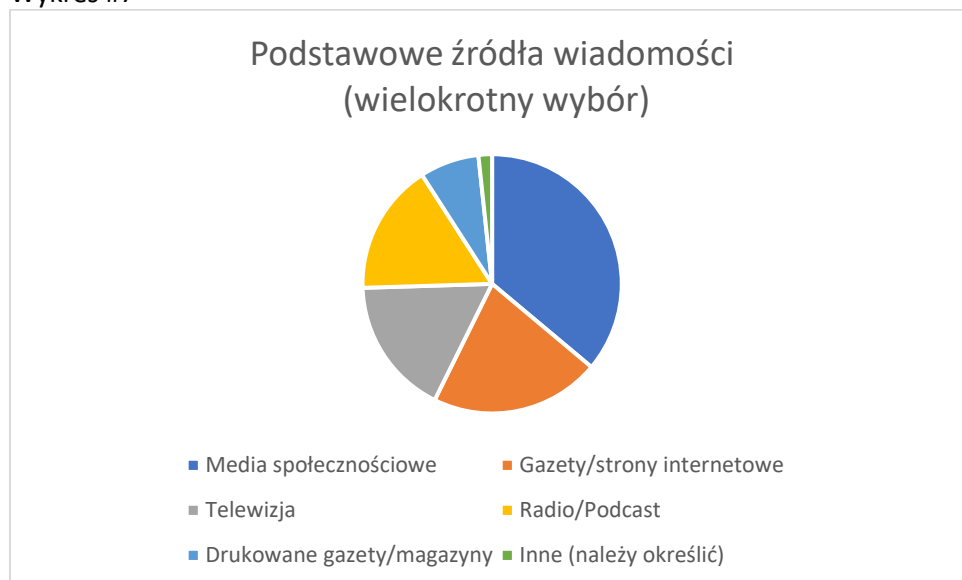
Radio/podcasty, zaznaczone na żółto, stanowią mniejszą, ale wciąż znaczącą część głównych źródeł wiadomości respondentów. Wskazuje to, że media audio, w tym zarówno tradycyjne audycje radiowe, jak i nowoczesne podcasty, nadal odgrywają znaczącą rolę w sposobie, w jaki ludzie uzyskują dostęp do wiadomości.

Drukowane gazety/magazyny są reprezentowane poprzez kolor jasnoniebieski, co pokazuje, że mniejsza grupa respondentów nadal preferuje tradycyjne media drukowane. Segment ten, choć mniejszy, podkreśla ciągłe znaczenie fizycznych publikacji w coraz bardziej cyfrowym świecie.

Wreszcie, mały zielony segment oznaczony jako Inne reprezentuje alternatywne źródła wiadomości określone przez respondentów. Może to obejmować niszowe publikacje, biuletyny lub inne formy mediów nieuwzględnione w głównych kategoriach.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje zróżnicowany zakres nawyków konsumpcji wiadomości wśród respondentów, z silnym naciskiem na media cyfrowe i społecznościowe, ale znaczna część nadal polega na tradycyjnych platformach, takich jak telewizja, radio i druk.

Wykres #7



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Częstotliwość angażowania się w nowe treści

Wykres #8 ilustruje częstotliwość, z jaką respondenci angażują się w treści informacyjne. Wykres jest podzielony na cztery kategorie: "Codziennie", "Kilka razy w tygodniu", "Co tydzień" i "Rzadziej", z których każda reprezentuje różny poziom konsumpcji wiadomości.

Największy słupek reprezentuje kategorię "Codziennie", pokazując, że znaczna większość respondentów codziennie korzysta z treści informacyjnych. Wskazuje to na wysoki poziom regularnej interakcji z wiadomościami, co sugeruje, że bycie na bieżąco z tym co dzieje się wokół nich jest codziennym priorytetem dla wielu uczestników.

Kolejną co do wielkości grupą jest "Kilka razy w tygodniu", co wskazuje, że znaczna liczba respondentów uzyskuje dostęp do wiadomości wiele razy w ciągu tygodnia, ale niekoniecznie codziennie. Grupa ta nadal często angażuje się w treści informacyjne, choć z nieco mniejszą intensywnością niż codzienni konsumenci.

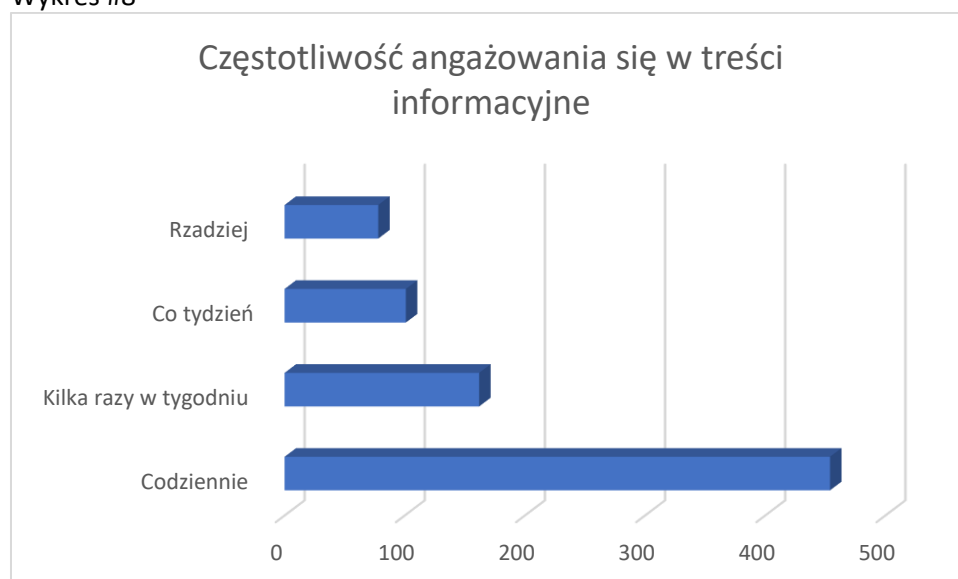
"Cotygodniowe" zaangażowanie jest reprezentowane przez mniejszy słupek, co pokazuje, że niektórzy respondenci wolą nadrobić zaległości w wiadomościach raz w tygodniu. Grupa ta może reprezentować osoby, które angażują się w wiadomości bardziej wybiórczo lub te, które wolą przyswajać wiadomości w większych, rzadszych sesjach.

Najmniejszy słupek wskazuje kategorię "Rzadziej", w której respondenci korzystają z treści informacyjnych rzadziej niż raz w tygodniu. Ta grupa prawdopodobnie składa się z osób, które albo mają ograniczone zainteresowanie bieżącymi wydarzeniami, albo wolą być informowane w inny sposób lub w dłuższych odstępach czasu.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje, że większość respondentów jest bardzo zaangażowana w regularne korzystanie z treści informacyjnych, przy czym codzienna konsumpcja jest najbardziej

powszechna. Ta wysoka częstotliwość zaangażowania odzwierciedla silne zainteresowanie byciem na bieżąco i sugeruje, że wiadomości odgrywają ważną rolę w codziennym życiu wielu uczestników.

Wykres #8

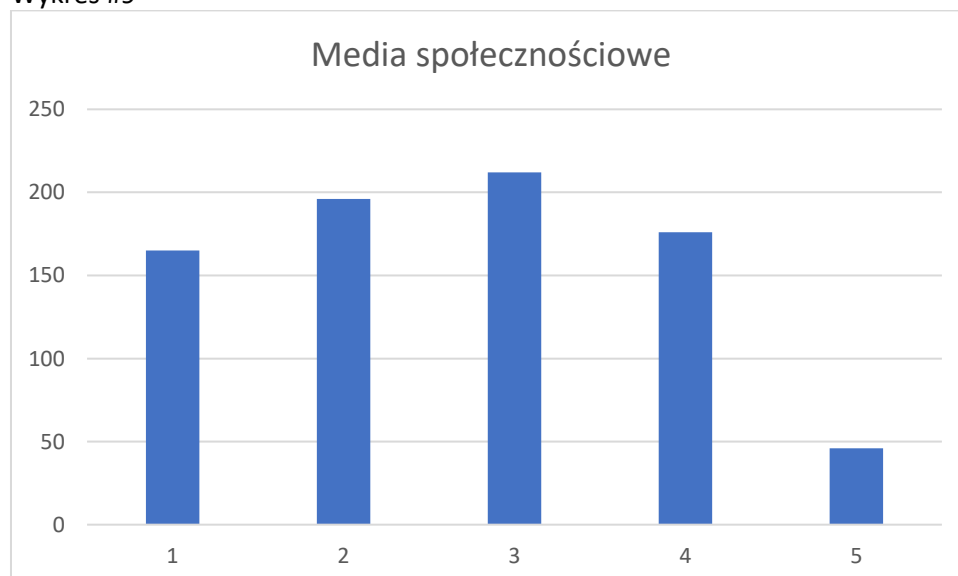


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródło wiadomości: Media społecznościowe

Jeśli chodzi o media społecznościowe, respondenci zapytani o poziom zaufania do różnych źródeł wiadomości wydają się mieć różne postrzeganie wiarygodności źródeł, ale nie jest to zgodne z ich nawykami, ponieważ niektóre z najczęściej używanych platform są tymi najmniej zaufanymi.

Wykres #9



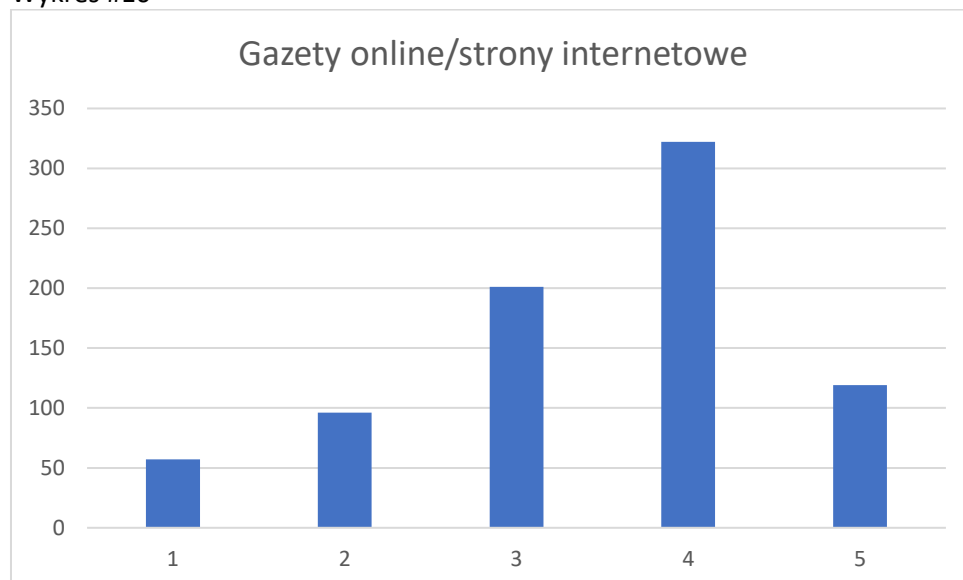
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródło wiadomości: gazety i strony internetowe

Wykres numer 10 ilustruje wiarygodność, jaką respondenci darzą internetowe gazety i strony internetowe, ujawniając, że chociaż istnieją pewne różnice w poziomach zaufania, większość

respondentów postrzega internetowe gazety i strony internetowe jako wiarygodne źródła informacji, przy czym znaczna liczba umieszcza je w wyższych kategoriach wiarygodności. Sugeruje to, że cyfrowe platformy informacyjne odgrywają kluczową rolę w rozpowszechnianiu informacji i cieszą się ogólnym zaufaniem uczestników badania.

Wykres #10

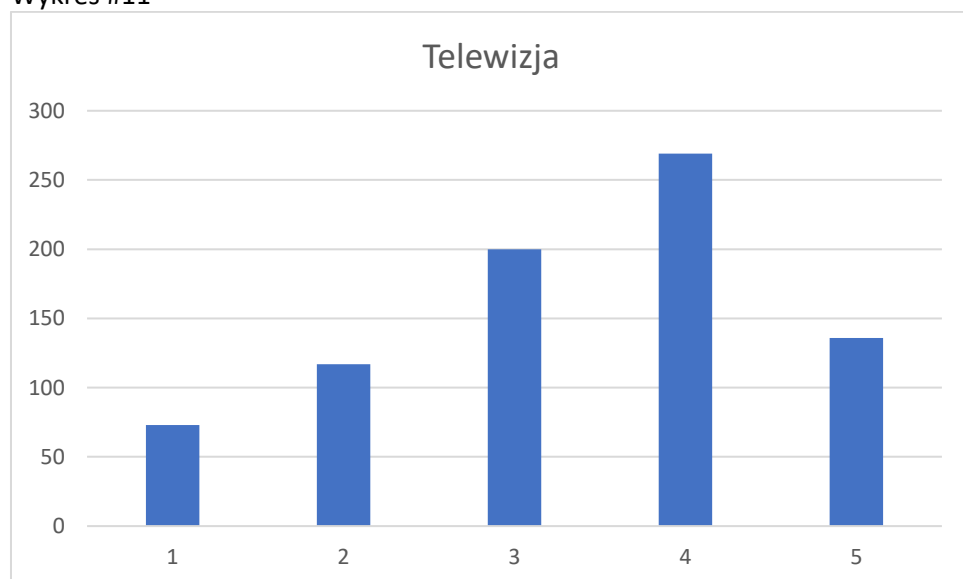


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródło wiadomości: telewizja

Podsumowując, Wykres nr 11 pokazuje, że chociaż istnieją pewne różnice w poziomach zaufania, telewizja jest ogólnie postrzegana jako wiarygodne źródło informacji przez większość respondentów, a wielu z nich umieszcza ją w wyższych kategoriach wiarygodności. Sugeruje to, że pomimo rozwoju mediów cyfrowych, telewizja nadal utrzymuje silną pozycję jako zaufane źródło wiadomości dla wielu osób.

Wykres #11

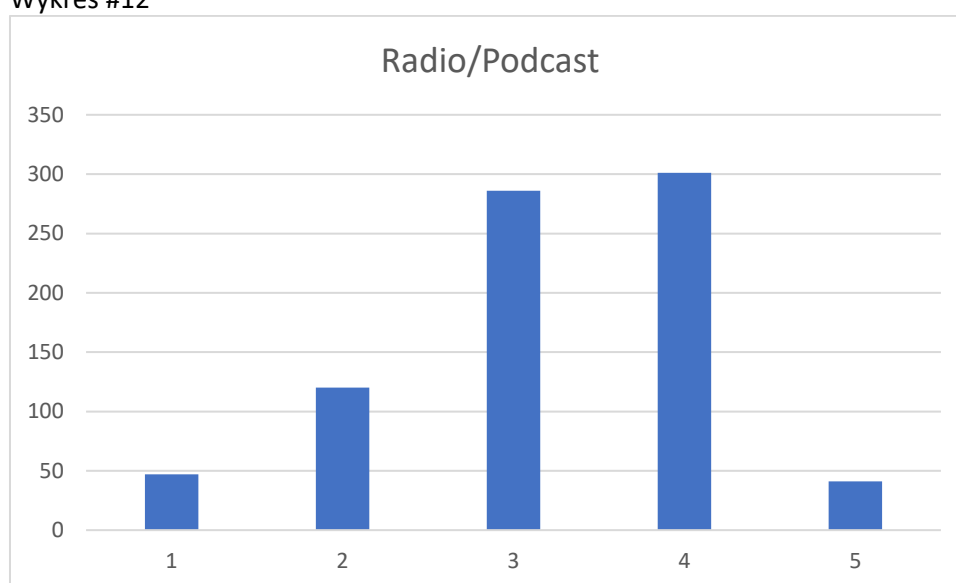


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródło wiadomości: radio/podcast

Kolejny wykres pokazuje, że większość respondentów postrzega radio i podcasty jako wiarygodne źródła informacji, z silnym naciskiem na umiarkowany lub wysoki poziom zaufania. Odzwierciedla to ciągłe znaczenie mediów audio w dostarczaniu wiarygodnych i zaufanych wiadomości i informacji dla szerokiego grona odbiorców.

Wykres #12

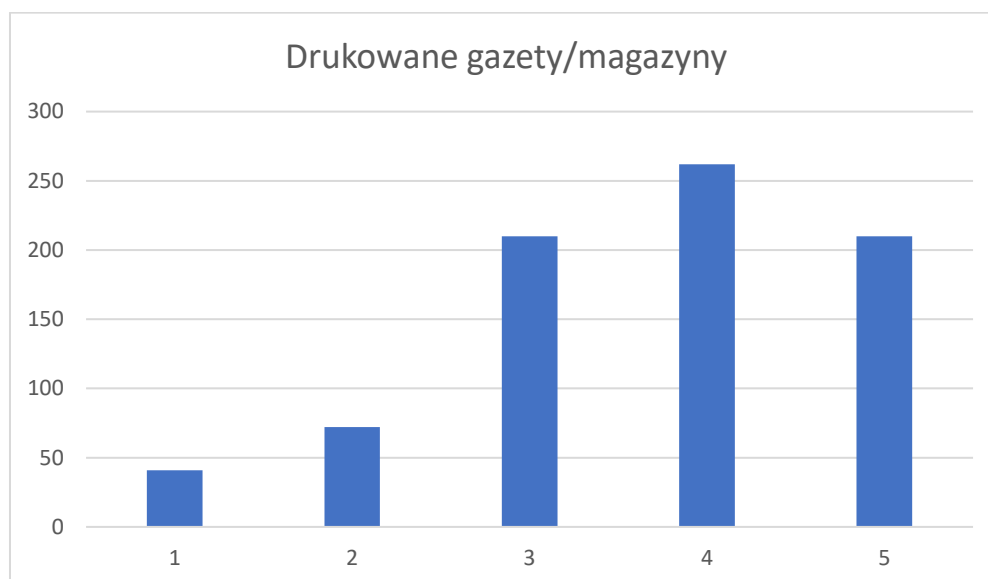


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródło wiadomości: drukowane gazety/magazyny

Wykres nr 13 sugeruje, że drukowane gazety i czasopisma są ogólnie uważane za mniej lub bardziej wiarygodne źródła informacji przez większość respondentów, przy czym wielu z nich umieszcza je w kategoriach wyższej wiarygodności. Wskazuje to, że tradycyjne media drukowane nadal utrzymują silną pozycję jako zaufane źródło wiadomości i informacji.

Wykres #13

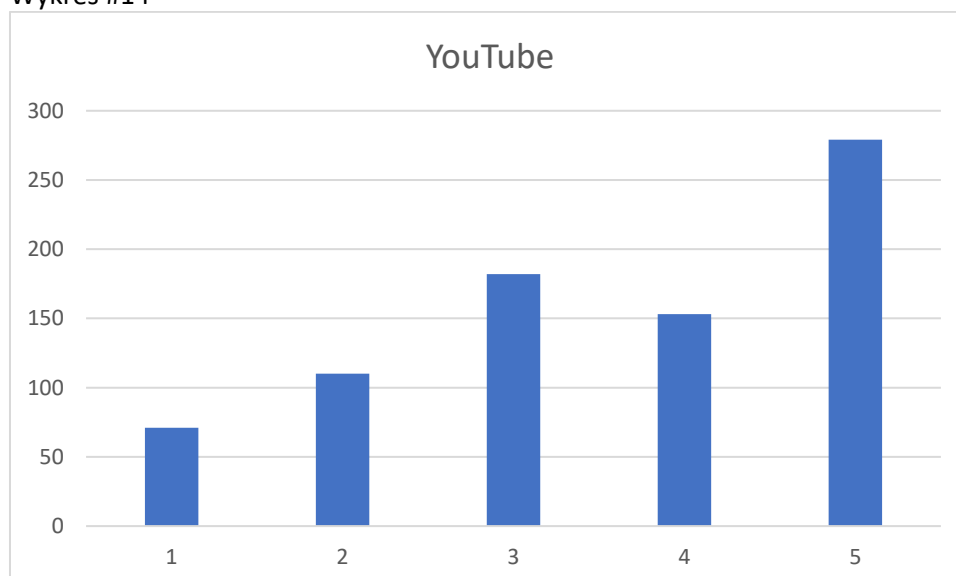


Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

YouTube

Wykres nr 14 przedstawia postrzeganie przez respondentów prawdopodobieństwa rozpowszechniania fałszywych wiadomości przez YouTube, przy użyciu skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najmniejsze prawdopodobieństwo, a 5 oznacza największe prawdopodobieństwo. Rozkład pokazuje, że mniejsza część respondentów postrzega platformę YouTube jako wysoce nieprawdopodobną rozpowszechniania fałszywych wiadomości, co sugeruje pewne zaufanie do tej platformy. Jednak wraz ze wzrostem ocen następuje zauważalna zmiana, przy czym znaczna liczba respondentów przypisuje ocenę 3, co wskazuje na umiarkowane obawy, że YouTube może rozpowszechniać fałszywe wiadomości. Najwyższe oceny, w szczególności 5, pokazują najwyższy słupek, odzwierciedlając, że znaczna część respondentów uważa, że YouTube może rozpowszechniać fałszywe wiadomości. Sugeruje to, że pomimo popularności YouTube, wśród użytkowników istnieją poważne obawy dotyczące możliwości rozpowszechniania dezinformacji na platformie, zwłaszcza ze względu na szeroki zakres treści generowanych przez użytkowników.

Wykres #14



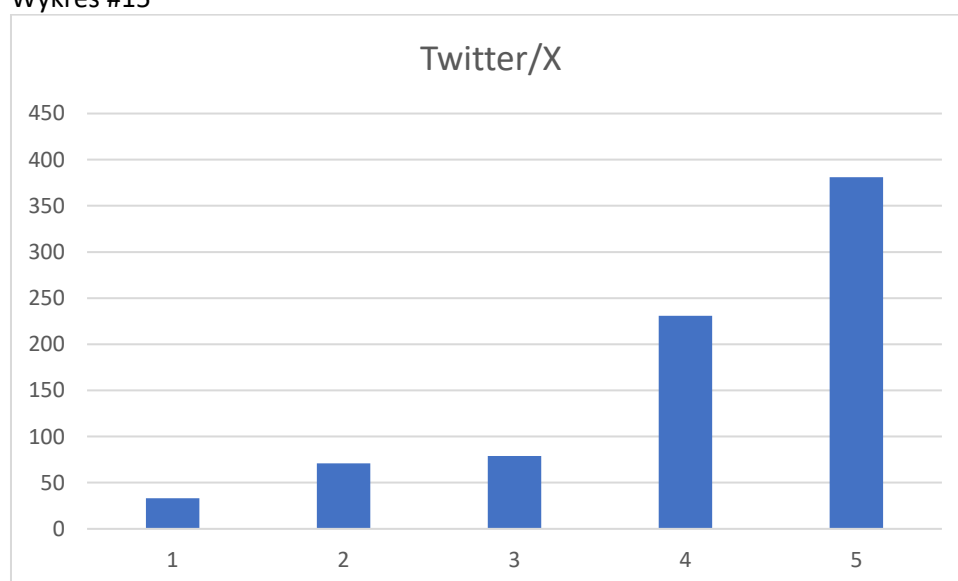
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Twitter

Wykres słupkowy nr 15 przedstawia postrzeganie przez respondentów prawdopodobieństwa, że Twitter (obecnie znany jako X) rozpowszechnia fałszywe wiadomości, przy użyciu skali od 1 (najmniej prawdopodobne) do 5 (najbardziej prawdopodobne). Pierwszy słupek, reprezentujący tych, którzy uważają, że Twitter jest najmniej skłonny do rozpowszechniania fałszywych wiadomości, jest dość krótki, co wskazuje, że niewielu respondentów ufa platformie w tym zakresie. Wraz ze wzrostem ocen rośnie liczba respondentów, którzy oceniają Twittera na 2 lub 3, co odzwierciedla rosnące obawy o potencjał platformy do rozpowszechniania dezinformacji.

Najbardziej znaczące ustalenia dotyczą wyższych ocen: wielu respondentów oceniło Twittera na 4, a jeszcze większa grupa umieściła go na 5, co wskazuje, że większość respondentów uważa, że Twitter z dużym prawdopodobieństwem rozpowszechnia fałszywe wiadomości. Sugeruje to, że istnieje znaczny sceptycyzm co do wiarygodności informacji na Twitterze, prawdopodobnie ze względu na szybki charakter platformy, powszechność niezweryfikowanych treści generowanych przez użytkowników oraz częste rozprzestrzenianie się plotek i dezinformacji. Dane te podkreślają wyzwania, przed którymi stoi Twitter, aby być postrzeganym jako wiarygodne źródło informacji, a wielu użytkowników postrzega go jako platformę, na której łatwo rozprzestrzeniają się fałszywe wiadomości.

Wykres #15



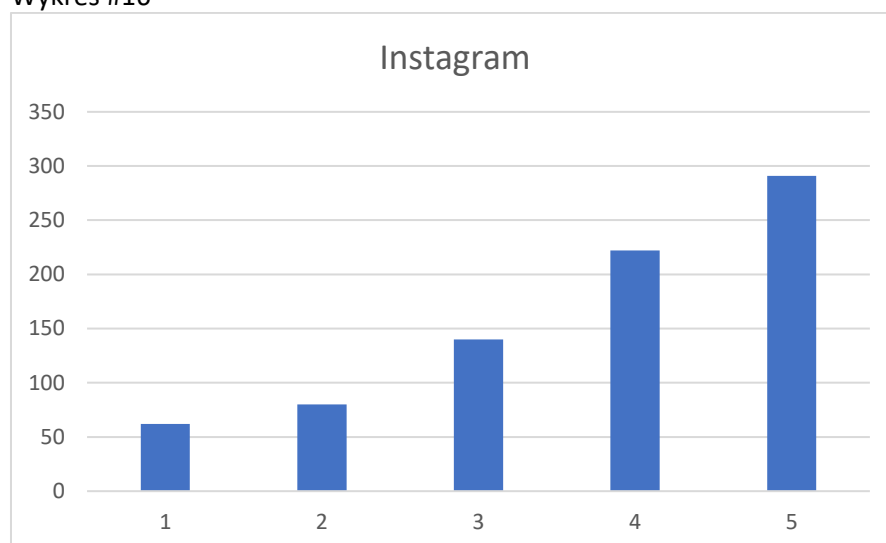
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Instagram

Kolejny wykres ilustruje postrzeganie przez respondentów prawdopodobieństwa, że Instagram rozpowszechnia fałszywe wiadomości, w skali od 1 (najmniej prawdopodobne) do 5 (najbardziej prawdopodobne). Dane wskazują, że niewielka ilość respondentów uważa, że mało prawdopodobnym jest, aby Instagram rozpowszechniał fałszywe wiadomości, przy pewnym wzroście liczby tych, którzy uważają to za nieco prawdopodobne, co odzwierciedla obawy dotyczące wiarygodności informacji udostępnianych na tej platformie, która w dużej mierze opiera się na treściach generowanych przez użytkowników. Wraz ze wzrostem ocen, znaczna część respondentów umieszcza Instagrama na poziomie 4 lub 5, co sugeruje, że wielu użytkowników Instagrama, pomimo jego popularności, łączy go ze znacznym ryzykiem bycia platformą, na której łatwo rozprzestrzeniają się fałszywe informacje,

szczególnie biorąc pod uwagę skupienie tej platformy na treściach wizualnych i wpływie popularnych użytkowników, którzy nie zawsze mogą weryfikować udostępniane przez siebie informacje.

Wykres #16



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

TikTok

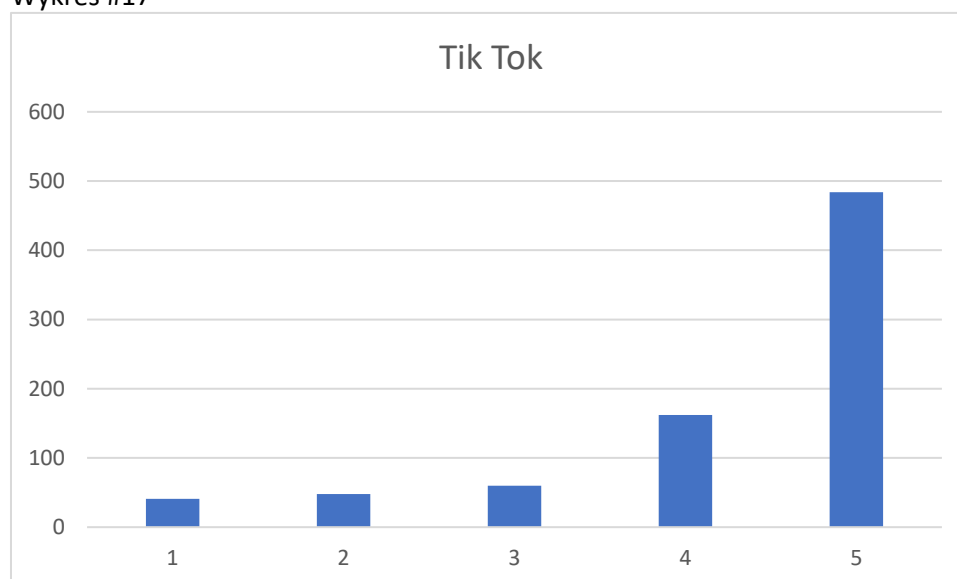
Wykres nr 17 ilustruje postrzeganie przez respondentów TikTok jako źródła fałszywych wiadomości, przy użyciu skali od 1 (najmniej prawdopodobne) do 5 (najbardziej prawdopodobne). Wykres pokazuje, że niewielka liczba respondentów uważa, że TikTok raczej nie rozpowszechnia fałszywych wiadomości, na co wskazują krótsze słupki dla ocen 1 i 2. Liczba respondentów nieznacznie wzrasta na poziomie 3, odzwierciedlając umiarkowane obawy o potencjał platformy do rozpowszechniania dezinformacji. Jednak najbardziej uderzającą cechą tego wykresu jest gwałtowny wzrost liczby respondentów, którzy oceniają TikTok na poziomach 4 i 5, przy czym słupek reprezentujący poziom 5 jest najwyższy, z widoczną przewagą. Oznacza to, że większość respondentów uważa, że TikTok z dużym prawdopodobieństwem rozpowszechnia fałszywe wiadomości.

Dane te podkreślają krytyczną kwestię: pomimo ogromnej popularności, TikTok, szczególnie wśród młodszych odbiorców, jest postrzegany przez wielu jako platforma, na której łatwo rozprzestrzeniają się błędne informacje. Format treści pojawiających się na TikToku, który kładzie nacisk na krótkie, angażujące filmy, które są szybko konsumowane i udostępniane, może przyczyniać się do takiego postrzegania. Szybka konsumpcja treści i łatwość, z jaką filmy mogą stać się viralowe (bardzo popularne w krótkim czasie) na TikToku, mogą utrudniać użytkownikom rozeznanie się w dokładności prezentowanych informacji.

Fakt, że TikTok jest postrzegany jako główne źródło fałszywych wiadomości, a mimo to przyciąga ogromną bazę użytkowników, rodzi ważne pytania dotyczące umiejętności korzystania z mediów i roli mediów społecznościowych w kształtowaniu percepcji publicznej. Sugeruje to potrzebę zwiększenia wysiłków na rzecz edukacji użytkowników, zwłaszcza młodszych odbiorców, w zakresie krytycznej oceny treści, które konsumują na takich platformach. Ponadto podkreśla odpowiedzialność platform takich jak TikTok za wdrożenie silniejszych środków zapobiegających rozprzestrzenianiu się dezinformacji. Pomimo swojej reputacji jako źródła fałszywych wiadomości, powszechność TikToka podkreśla jego znaczący wpływ, czyniąc go potężnym medium zarówno w pozytywny, jak i potencjalnie

szkodliwy sposób. Ta dwoistość stanowi wyzwanie dla społeczeństwa: jak wykorzystać zalety takich platform, jednocześnie ograniczając ryzyko związane z rozprzestrzenianiem się dezinformacji.

Wykres #17



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Facebook

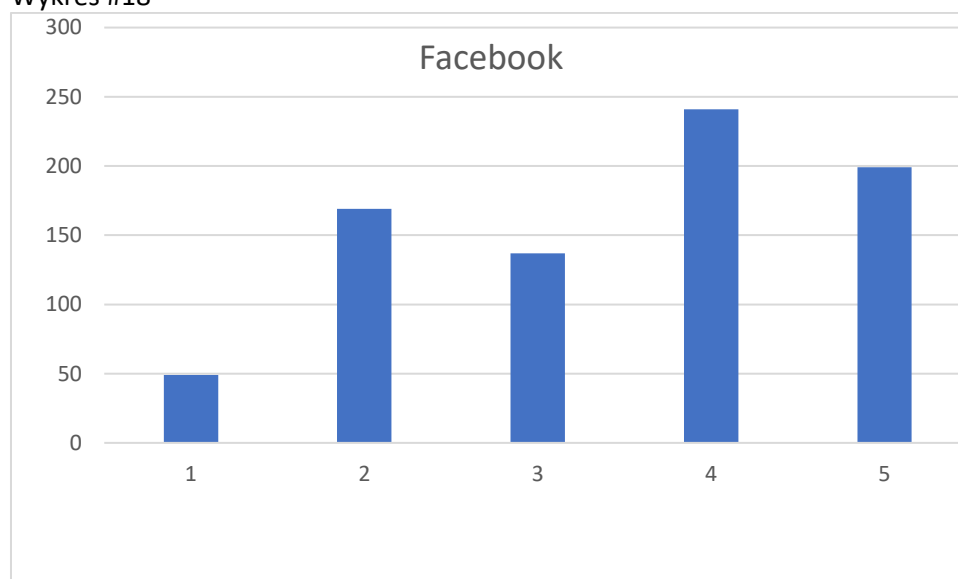
Kolejny wykres przedstawia postrzeganie przez respondentów prawdopodobieństwa rozpowszechniania fałszywych wiadomości przez Facebooka, przy użyciu skali od 1 (najmniej prawdopodobne) do 5 (najbardziej prawdopodobne). Wykres pokazuje, że niewielka część respondentów oceniła Facebooka jako platformę, na której jest mała szansa na rozpowszechnianie fałszywych wiadomości, na co wskazuje krótszy słupkowy dla oceny 1. Zauważalny jest wzrost liczby respondentów, którzy ocenili Facebooka na poziomie 2, co sugeruje, że więcej uczestników ma pewne zastrzeżenia co do wiarygodności platformy. Liczba respondentów, którzy ocenili Facebooka na poziomie 3, jest nieco niższa, co wskazuje na umiarkowane obawy dotyczące rozpowszechniania fałszywych wiadomości na platformie.

Najbardziej znaczące wyniki wykresu znajdują się na poziomach 4 i 5. Słupkowy dla poziomu 4 jest najwyższy, co pokazuje, że wielu respondentów uważa, że Facebook może rozpowszechniać fałszywe wiadomości. Słupkowy dla poziomu 5, choć nieco krótszy niż poziom 4, nadal reprezentuje znaczną część respondentów, którzy uważają, że Facebook z dużym prawdopodobieństwem rozpowszechnia dezinformację. Rozkład ten sugeruje, że znaczna liczba użytkowników jest sceptycznie nastawiona do dokładności informacji na Facebooku i postrzega go jako platformę, na której rozpowszechniane są fałszywe wiadomości.

Takie postrzeganie ma kluczowe znaczenie, biorąc pod uwagę rozległą bazę użytkowników Facebooka i jego rolę jako głównego źródła wiadomości i informacji dla milionów ludzi na całym świecie. Obawy, że Facebook może rozpowszechniać fałszywe wiadomości, odzwierciedlają szersze obawy dotyczące zdolności platformy do skutecznego zarządzania i filtrowania treści, zwłaszcza biorąc pod uwagę jej historię zmagania z dezinformacją. Pomimo tych obaw, Facebook pozostaje powszechnie używany, co podkreśla wyzwanie, jakim jest zrównoważenie jego roli jako ważnego narzędzia komunikacji z potrzebą zapewnienia dokładności i wiarygodności rozpowszechnianych przez niego informacji. To

napięcie podkreśla znaczenie ciągłych wysiłków na rzecz poprawy moderacji treści i zwiększenia umiejętności korzystania z mediów wśród użytkowników.

Wykres #18



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

5.9 Postrzeganie i wpływ fałszywych wiadomości

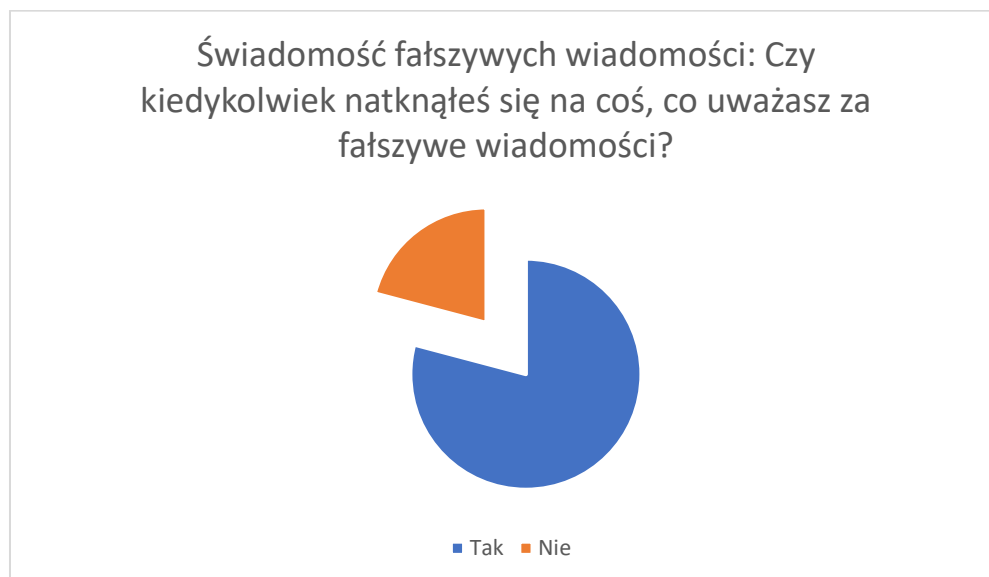
Czym są fałszywe wiadomości?

Jeśli chodzi o postrzeganie rozpowszechniania i wpływu fałszywych wiadomości, Wykres nr 19 ilustruje świadomość respondentów na temat fałszywych wiadomości, w szczególności w odniesieniu do tego, czy kiedykolwiek napotkali treści, które uważają za fałszywe wiadomości.

Niebieski segment dominuje na wykresie, wskazując, że zdecydowana większość respondentów rzeczywiście zetknęła się z tym, co ich zdaniem uważa się za fałszywe wiadomości. Sugeruje to wysoki poziom świadomości wśród uczestników w zakresie obecności dezinformacji w mediach, które konsumują. Pomarańczowy segment, choć znacznie mniejszy, pokazuje, że mniejszość respondentów nie napotkała ani nie rozpoznała fałszywych wiadomości w swoim doświadczeniu.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres ten podkreśla powszechność fałszywych wiadomości, a przynajmniej postrzeganie rozpowszechniania fałszywych wiadomości w krajobrazie informacyjnym, przy czym większość respondentów wskazała, że byli narażeni na wprowadzające w błąd lub fałszywe treści. Ta powszechna świadomość podkreśla znaczenie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia w pomaganiu osobom w identyfikowaniu fałszywych wiadomości i reagowaniu na nie, lub może w rzeczywistości pokazywać, że większość naszych respondentów jest świadoma fałszywych wiadomości i tego, jak je wykryć.

Wykres #19



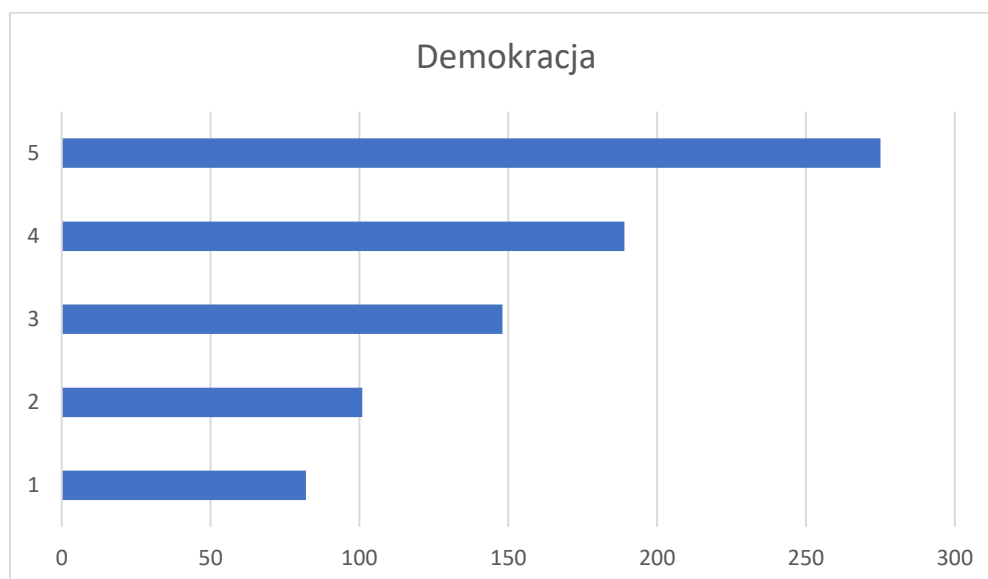
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wpływ fałszywych wiadomości na demokrację

Kolejny wykres przedstawia poglądy respondentów na temat stopnia, w jakim ich zdaniem fałszywe wiadomości wpływają na demokrację. Odpowiedzi są mierzone w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najmniejszy wpływ, a 5 oznacza najbardziej znaczący wpływ.

Wykres pokazuje, że większość respondentów uważa, że fałszywe wiadomości mają znaczący wpływ na demokrację, przy czym największa liczba respondentów wybrała 5, maksymalną ocenę wpływu. Druga co do wielkości liczba respondentów oceniła ten wpływ na 4, co dodatkowo wskazuje na silne zaniepokojenie wpływem fałszywych wiadomości na procesy demokratyczne.

Mniej respondentów wybrało oceny 3, 2 i 1, co wskazuje, że chociaż niektórzy uważają, że wpływ fake newsów jest umiarkowany lub minimalny, ogólny konsensus jest taki, że fake newsy stanowią poważne zagrożenie dla demokracji. Sugeruje to powszechne przekonanie, że dezinformacja może podważyć instytucje demokratyczne i uczciwość wyborów, prowadząc do potencjalnie destabilizującego wpływu na rządy.



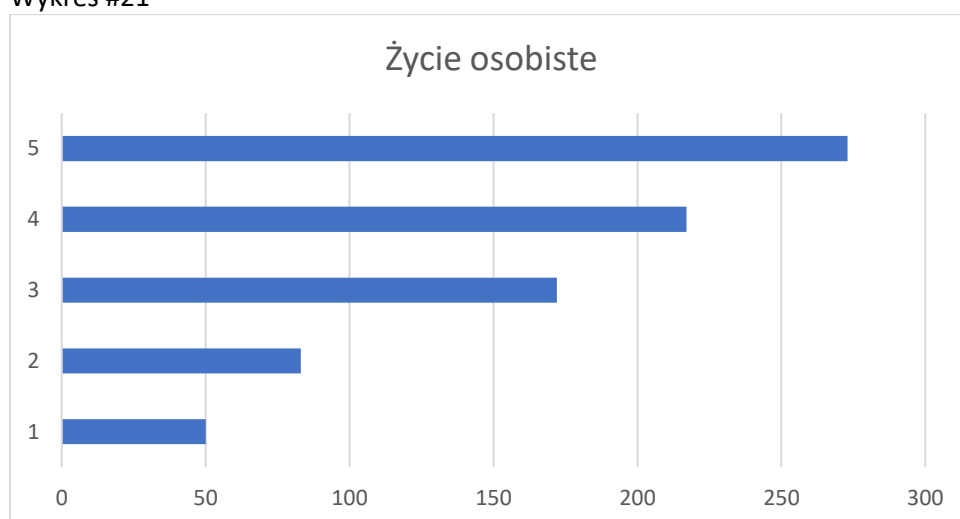
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wpływ fałszywych wiadomości na życie osobiste

Dane pokazują, że znaczna liczba respondentów uważa, że fałszywe wiadomości mają silny wpływ na życie osobiste, jak pokazuje wykres #21, przy czym największa liczba respondentów wybrała 5, co wskazuje na znaczący wpływ. Tuż za nimi plasują się ci, którzy ocenili wpływ na 4, co sugeruje, że wielu uczestników uważa, że fałszywe wiadomości mogą głęboko wpływać na osobiste decyzje, relacje i ogólne samopoczucie.

Mniej respondentów oceniło ten wpływ jako umiarkowany (3), a jeszcze mniej wybrało 2 lub 1. Rozkład ten sugeruje, że podczas gdy niektóre osoby uważają, że wpływ fałszywych wiadomości na życie osobiste jest mniej poważny, większość postrzega je jako poważny problem.

Wykres #21



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wpływ fałszywych wiadomości na zdrowie

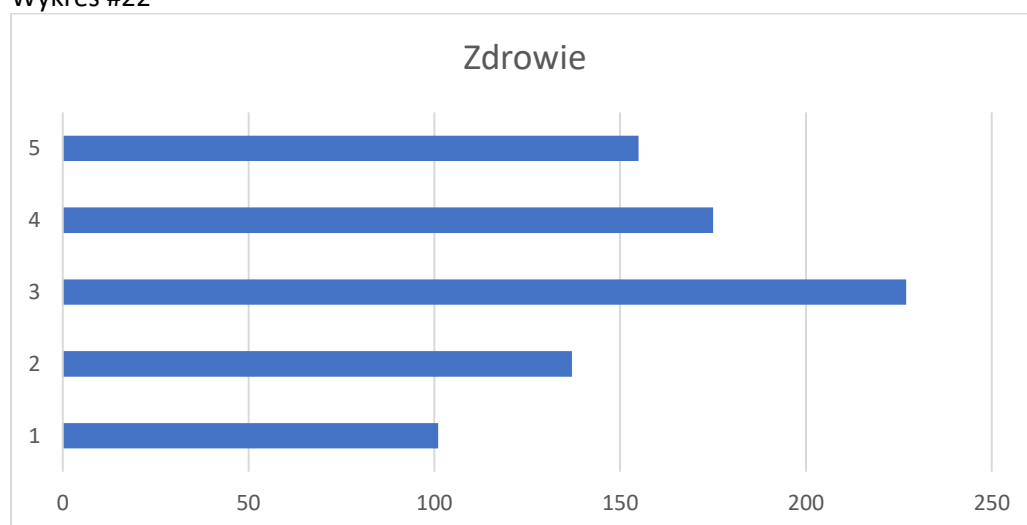
Najbardziej widocznym słupkiem na wykresie #22 jest ocena 3, wskazująca, że znaczna część respondentów uważa, że wpływ fałszywych wiadomości na zdrowie jest umiarkowany. Sugeruje to, że chociaż respondenci przyznają, że fałszywe wiadomości mogą wpływać na decyzje i postrzeganie

związane ze zdrowiem, wielu z nich nie postrzega tego wpływu ani jako minimalnego, ani ekstremalnego.

Słupki dla ocen 4 i 5 są również znaczące, co wskazuje, że wielu respondentów uważa, że fałszywe wiadomości mają silny lub bardzo silny wpływ na zdrowie. Odpowiedzi te podkreślają obawy, że dezinformacja może prowadzić do szkodliwych konsekwencji, takich jak rozpowszechnianie fałszywych informacji zdrowotnych lub niezdecydowanie co do leczenia.

Mniej respondentów wybrało oceny 1 i 2, co sugeruje, że tylko mniejszość uważa, że wpływ fałszywych wiadomości na zdrowie jest minimalny.

Wykres #22



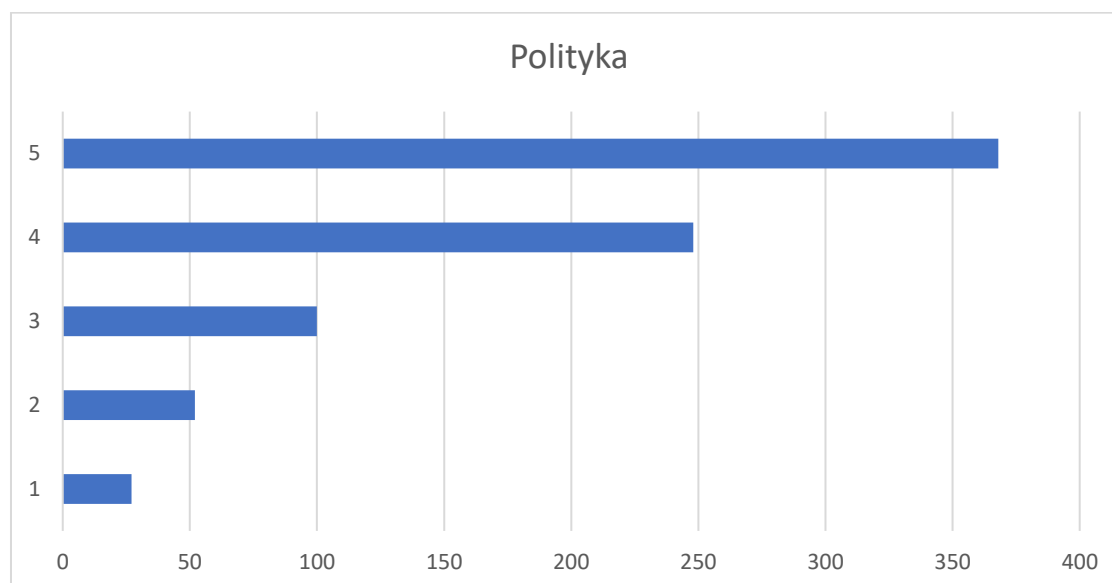
Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wpływ fałszywych wiadomości na politykę

Kolejny wykres wyraźnie wskazuje, że większość respondentów uważa, że fake newsy mają bardzo duży wpływ na politykę, o czym świadczy najdłuższy słupek na poziomie 5. Sugeruje to powszechne obawy, że dezinformacja może znacząco wpływać na wyniki polityczne, opinię publiczną i procesy demokratyczne. Drugą najczęstszą odpowiedzią jest numer 4, co dodatkowo podkreśla, że wielu uczestników postrzega fałszywe wiadomości jako mające znaczący wpływ na krajobraz polityczny.

Mniejsza liczba respondentów oceniła wpływ na poziomie 3, a jeszcze mniejsza liczba wybrała poziomy 2 i 1, co wskazuje, że tylko mniejszość uważa, że fake newsy mają umiarkowany lub minimalny wpływ na politykę. Ogólnie rzecz biorąc, dane podkreślają silny konsensus co do tego, że fałszywe wiadomości są głównym czynnikiem kształtującym dyskurs polityczny i decyzje, odzwierciedlając głębokie obawy o ich potencjał podważania stabilności politycznej i zaufania do instytucji demokratycznych.

Wykres #23



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Jak ocenić wiarygodność wiadomości

Wykres nr 24 ilustruje metody stosowane przez respondentów do oceny wiarygodności źródła wiadomości. Wykres jest podzielony na cztery segmenty: "Sprawdź źródła", "Porównaj z innymi mediami", "Zaangażuj się w otwartą dyskusję z innymi" i "Inne, proszę określić".

Największy segment wskazuje, że większość respondentów polega na "Sprawdzaniu źródeł" jako podstawowej metodzie określania wiarygodności źródła wiadomości. Sugeruje to, że znaczna liczba uczestników przywiązuje wagę do weryfikacji pochodzenia i wiarygodności informacji, zanim im zaufa, podkreślając krytyczne podejście do konsumpcji mediów.

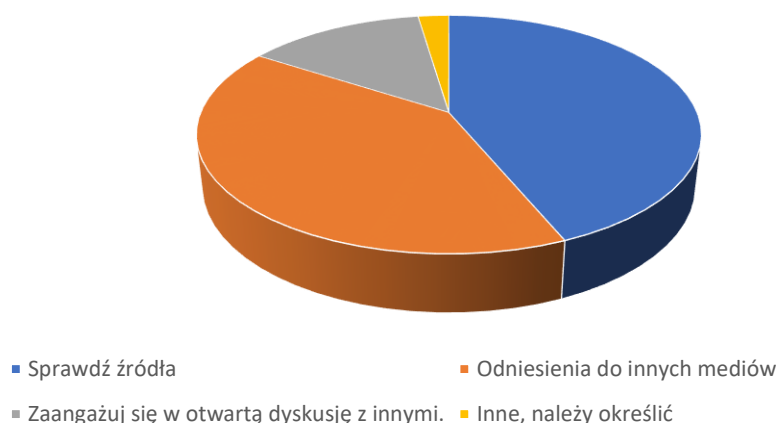
Drugi co do wielkości segment, reprezentuje respondentów, którzy wolą "porównywać informacje z innymi mediami". Metoda ta polega na porównywaniu informacji na różnych platformach, aby sprawdzić, czy są one spójne, co dodatkowo świadczy o ostrożnym i wymagającym podejściu do wiadomości.

Niektórzy respondenci "angażują się w otwartą dyskusję z innymi", aby określić wiarygodność źródła wiadomości. Takie podejście wskazuje, że dialog i dzielenie się opiniami i perspektywami odgrywają rolę w tym, jak niektóre osoby oceniają informacje, co sugeruje społeczny aspekt oceny wiarygodności.

Ogólnie rzecz biorąc wykres nr 24 pokazuje, że respondenci są aktywnie zaangażowani w weryfikację wiarygodności źródeł wiadomości, z silną preferencją dla bezpośredniej weryfikacji źródła i porównywania z innymi mediami. To ostrożne podejście do konsumpcji wiadomości ma kluczowe znaczenie w erze, w której powszechna jest dezinformacja, i podkreśla znaczenie umiejętności krytycznego myślenia w poruszaniu się po nowoczesnym krajobrazie informacyjnym.

Wykres #24

Ocena wiarygodności: Jakie sposoby przyjmujesz, aby określić wiarygodność źródła wiadomości?



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Kryteria wiarygodności źródła wiadomości

Kolejny wykres kołowy ilustruje kryteria, które respondenci uważają za ważne przy ocenie wiarygodności źródła wiadomości. Wykres jest podzielony na kilka segmentów: "Tytuł", "Błędy gramatyczne", "Autor", "Źródło" i "Inne".

Największy segment stanowią respondenci, dla których priorytetem jest "źródło" wiadomości. Wskazuje to, że pochodzenie informacji jest dla wielu osób najważniejszym czynnikiem przy określaniu wiarygodności wiadomości. Zaufanie do źródła sugeruje, że respondenci w dużej mierze polegają na reputacji i wiarygodności serwisu informacyjnego lub wydawcy.

Szary segment, który również jest spory, reprezentuje tych, którzy uważają "Autora" za krytyczne kryterium. Sugeruje to, że wielu respondentów ceni wiarygodność, wiedzę i reputację autora stojącego za artykułem prasowym, oceniając jego wiarygodność. Tożsamość i osiągnięcia autora są zatem postrzegane jako ważne wskaźniki wiarygodnych informacji.

Pomarańczowy segment, reprezentujący "Błędy gramatyczne", pokazuje, że niektórzy respondenci oceniają wiarygodność źródła wiadomości na podstawie jakości pisania. Słaba gramatyka może sygnalizować tym osobom, że treść nie jest profesjonalnie wyprodukowana lub godna zaufania, co może podważyć postrzeganą wiarygodność wiadomości.

Niebieski segment oznaczony jako "Tytuł" jest najmniejszy, co wskazuje, że niewielu respondentów uważa tytuł wiadomości za główne kryterium wiarygodności. Grupa ta może jednak zwracać uwagę na to, czy tytuł wydaje się sensacyjny lub wprowadzający w błąd, co może wpłynąć na ich postrzeganie wiarygodności artykułu.

Jakie kryteria uważasz za ważne przy ocenie wiarygodności
źródła wiadomości?



■ Tytuł ■ Błędy gramatyczne ■ Autor ■ Źródło ■ Inne

Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

5.10 Zachowania związane z poszukiwaniem informacji

Częstotliwość poszukiwania dodatkowych informacji

Poniższy wykres słupkowy ilustruje, jak często respondenci szukają dodatkowych informacji, aby zweryfikować dokładność doniesień prasowych lub artykułów. Wykres jest podzielony na cztery kategorie: "Nigdy", "Często", "Bardzo często" i "Zawsze".

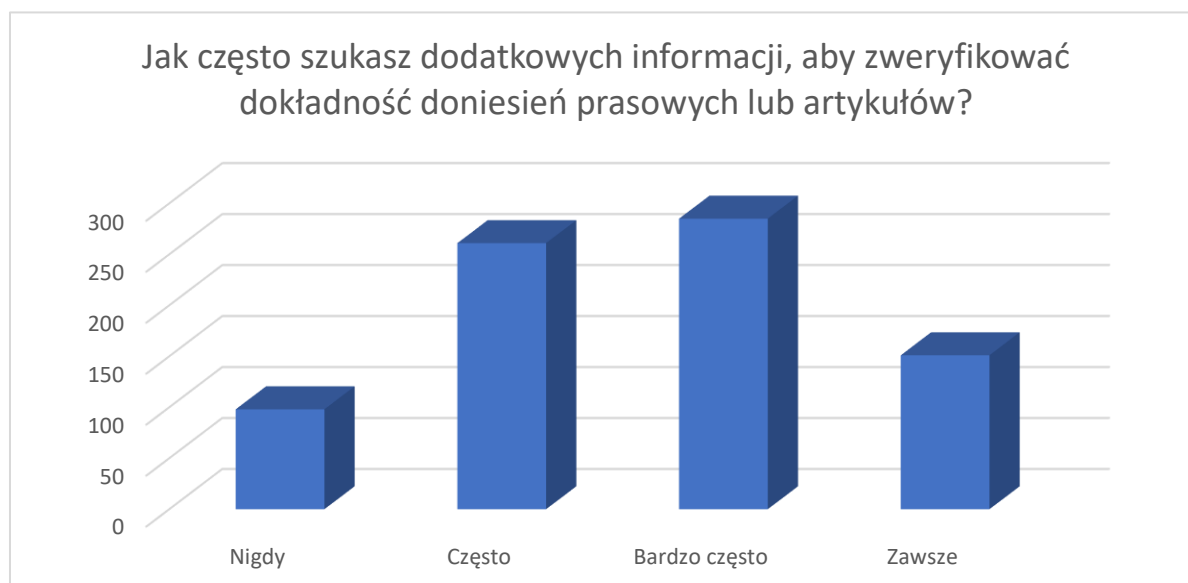
Większość respondentów regularnie poszukuje dodatkowych informacji, aby zweryfikować dokładność wiadomości. Sugeruje to silne zaangażowanie tych respondentów w zapewnienie, że informacje, które konsumują, są wiarygodne i dokładne, co odzwierciedla krytyczne podejście do konsumpcji mediów.

Znaczna liczba respondentów twierdzi, że konsekwentnie weryfikuje doniesienia prasowe. Ta grupa jest prawdopodobnie bardzo sumienna w sprawdzaniu faktów, co sugeruje, że są bardzo ostrożni w kwestii informacji, którym ufają i które udostępniają, a przynajmniej tak uważają.

Tylko niewielka część respondentów nie angażuje się w weryfikację dokładności doniesień prasowych, a przynajmniej widzą, że tak się zachowują. Sugeruje to, że większość uczestników tego badania jest przynajmniej w pewnym stopniu zaniepokojona dokładnością napotykanych informacji.

Ogólnie, Wykres nr 26 pokazuje, że większość respondentów aktywnie angażuje się w weryfikowanie dokładności wiadomości, a wielu z nich robi to często lub bardzo często. Wskazuje to na wysoki poziom umiejętności korzystania z mediów wśród respondentów, ponieważ uznają oni znaczenie krzyżowego sprawdzania informacji w erze, w której dezinformacja może się łatwo rozprzestrzeniać.

Wykres #26



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródła, w których można znaleźć dodatkowe informacje

Wykres #27 pokazuje źródła, w których respondenci zazwyczaj szukają dodatkowych informacji w celu zweryfikowania dokładności doniesień prasowych lub artykułów, z możliwością wielokrotnego wyboru. Respondenci mogli wybierać spośród pięciu kategorii: "Oficjalne strony rządowe", "Strony weryfikujące fakty", "Zaufane wiadomości", "Artykuły akademickie lub badawcze" i "Inne (określ)".

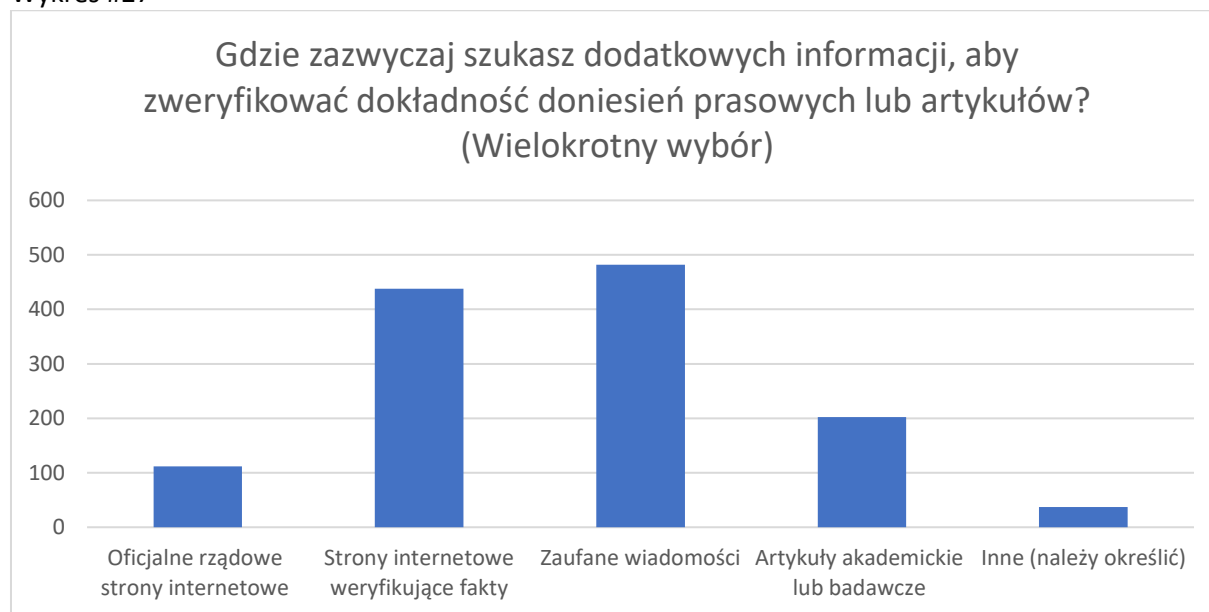
Najpopularniejszymi źródłami weryfikacji są "Strony internetowe weryfikujące fakty" i "Zaufane wiadomości", co wskazuje, że wielu respondentów polega na tych zasobach w celu potwierdzenia dokładności informacji. Sugeruje to, że respondenci przywiązują dużą wagę do uznanych serwisów weryfikujących fakty i serwisów informacyjnych, które uważają za wiarygodne.

"Artykuły akademickie lub badawcze" są również używane przez znaczną liczbę respondentów, choć rzadziej niż dwie pierwsze kategorie. Wskazuje to, że niektóre osoby zwracają się do źródeł naukowych w celu uzyskania bardziej dogłębnej lub specjalistycznej weryfikacji, odzwierciedlając preferencje dotyczące informacji opartych na dowodach.

Odpowiedzi "Oficjalne strony rządowe" wskazują, że mniej respondentów używa tych stron do weryfikacji wiadomości, być może z powodu obaw o stronniczość lub dostępność. Wreszcie, kategoria "Inne" jest najrzadziej używana, co sugeruje, że chociaż niektórzy respondenci mogą korzystać z alternatywnych metod lub źródeł weryfikacji, nie są one tak powszechne.

Ogólnie rzecz biorąc, większość respondentów woli korzystać z zaufanych i ugruntowanych źródeł, takich jak strony internetowe weryfikujące fakty i renomowane serwisy informacyjne, aby zweryfikować dokładność napotkanych informacji. Odzwierciedla to sumienne podejście do konsumpcji mediów, w którym weryfikacja faktów jest kluczowym elementem interakcji z treściami informacyjnymi.

Wykres #27



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

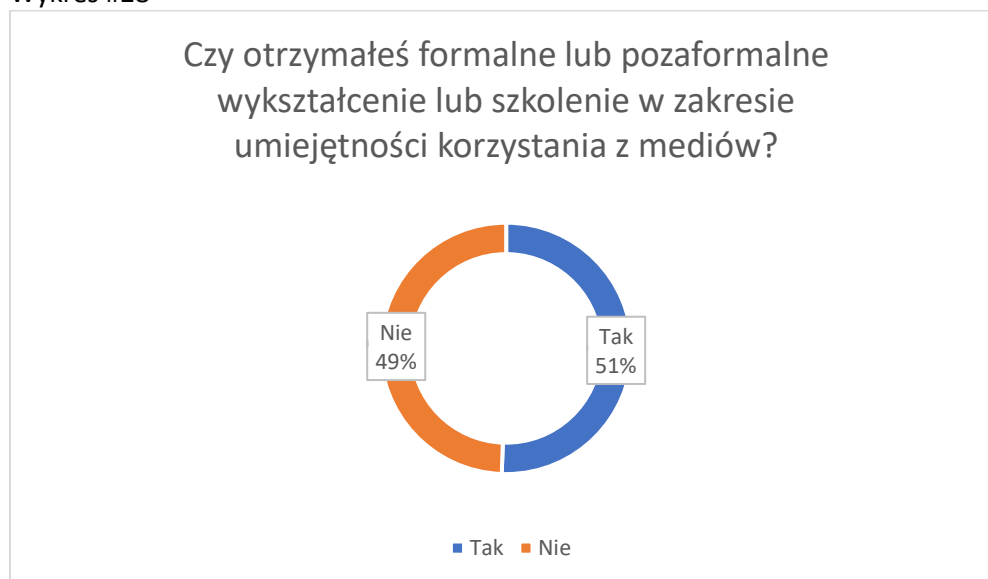
5.11 Umiejętność korzystania z mediów i edukacja

Fakt, że 51% respondentów otrzymało jakąś formę formalnej lub nieformalnej edukacji w zakresie umiejętności korzystania z mediów, jest pozytywnym wskaźnikiem, że świadomość i zrozumienie umiejętności korzystania z mediów stają się coraz bardziej powszechne. Sugeruje to, że znaczna część populacji jest wyposażona w umiejętności niezbędne do krytycznej analizy i oceny informacji, które napotykają w różnych mediach, co ma kluczowe znaczenie w dzisiejszej erze cyfrowej, w której powszechne są fałszywe wiadomości i dezinformacja.

Oznacza to jednak również, że prawie połowa respondentów, tj. 49%, nie otrzymała żadnej edukacji w zakresie umiejętności korzystania z mediów, co podkreśla lukę, którą należy się zająć. Brak edukacji medialnej dla tej grupy może sprawić, że będą oni bardziej podatni na dezinformację i mniej zdolni do odróżnienia wiarygodnych informacji od fałszu. Podkreśla to znaczenie rozszerzenia programów umiejętności korzystania z mediów, aby dotrzeć do szerszego grona odbiorców, zapewniając, że więcej osób jest przygotowanych do skutecznego poruszania się po złożonym krajobrazie medialnym. Rozszerzenie tych działań edukacyjnych, zarówno formalnie w szkołach, jak i nieformalnie poprzez programy społecznościowe lub zasoby internetowe, może znacznie zwiększyć zdolność społeczeństwa do krytycznego angażowania się w media i zmniejszyć wpływ dezinformacji. Jednak w połączeniu z powyższymi ustaleniami (tj. większość która zaznaczyła, że zauważyła fałszywe wiadomości, rozumie wpływ fałszywych wiadomości na demokrację, życie, zdrowie itp.) może to w rzeczywistości sugerować, że mogą to zrobić bez formalnej lub nieformalnej edukacji.

Dlatego może to być znak, że ludzie mogą poprawić swoje zachowanie w obliczu dezinformacji, jeśli naprawdę chcą chronić się przed fałszywymi wiadomościami i zapobiegać rozpowszechnianiu dezinformacji, ale być może byłoby bardziej skuteczni, gdyby skorzystali z dodatkowego szkolenia lub edukacji. Otwiera to nową dyskusję i przestrzeń do dalszych badań na ten temat.

Wykres #28



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Środki wykorzystywane do rozwijania umiejętności korzystania z mediów lub krytycznego myślenia

Wykres kołowy nr 29 ilustruje różne środki, które respondenci wykorzystali do rozwijania swoich umiejętności korzystania z mediów lub umiejętności krytycznego myślenia. Wykres jest podzielony na kilka segmentów, z których każdy reprezentuje różne metody uczenia się lub rozwijania umiejętności.

Największy segment stanowią respondenci, którzy brali udział w "szkoleniach bezpośrednich". 119 osób z 470 wybrało tę opcję. Wskazuje to, że 25% respondentów ceni sobie bezpośrednie, interaktywne środowiska uczenia się, w których mogą współpracować z instruktorami i rówieśnikami w czasie rzeczywistym.

Idąc dalej, żółty segment reprezentuje "Oglądanie filmów", wybrane przez 90 respondentów. Sugeruje to, że część osób preferuje wizualne i samodzielne metody uczenia się, które mogą być bardziej dostępne i elastyczne.

Pomarańczowy segment pokazuje, że 67 respondentów korzystało z "kursów online" w celu rozwijania umiejętności korzystania z mediów lub krytycznego myślenia.

Zielony segment, reprezentuje 72 respondentów, którzy wybrali z "Żadne z powyższych". Wskazuje to, że 15,3% uczestników może nie starać się aktywnie rozwijać tych umiejętności lub może polegać na innych nieformalnych metodach niewymienionych na wykresie.

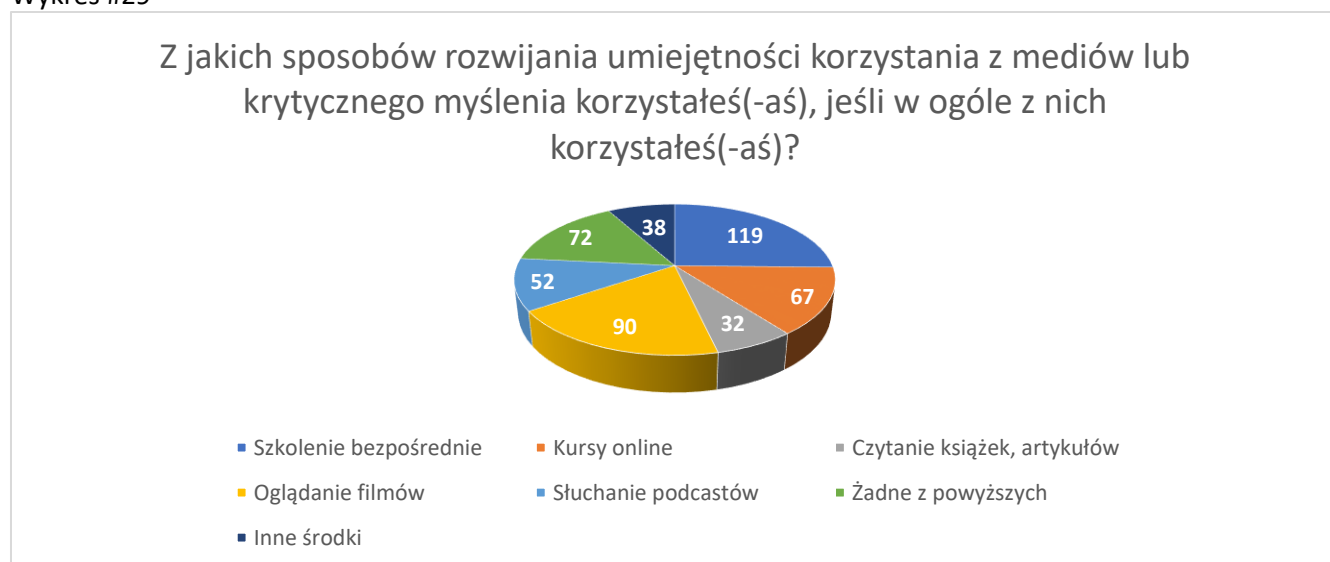
Szary segment, reprezentujący "Czytanie książek, artykułów" został wybrany przez 32 respondentów, co podkreśla, że niektórzy wolą tradycyjne materiały do nauki oparte na tekście, aby poprawić swoje zrozumienie.

Jasnoniebieski segment oznaczający "Słuchanie podcastów" został wybrany przez 52 respondentów. Pokazuje to, że treści audio, które można konsumować w podróży, są również popularną metodą rozwijania umiejętności.

Segment oznaczony jako "Inne środki", reprezentuje 38 respondentów, którzy mogą korzystać z alternatywnych metod nieujętych w innych kategoriach.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje, że respondenci korzystają z różnych metod rozwijania swoich umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia, z wyraźną preferencją dla szkoleń bezpośrednich i treści wizualnych. Ta różnorodność preferencji edukacyjnych podkreśla znaczenie oferowania szeregu zasobów edukacyjnych w celu zaspokojenia różnych potrzeb i stylów uczenia się.

Wykres #29



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Preferowane formaty nauki

Następny wykres kołowy przedstawia preferowane przez respondentów formaty nauki, z możliwością wielokrotnego wyboru. Wykres jest podzielony na segmenty, które wskazują różne formaty preferowane przez ludzi podczas angażowania się w działania edukacyjne.

Największy segment, zaznaczony na pomarańczowo, reprezentuje "kursy online", z 308 respondentami wybierającymi tę opcję. Sugeruje to, że kursy online są najpopularniejszym formatem nauki wśród respondentów, prawdopodobnie ze względu na ich elastyczność, dostępność i ustrukturyzowany charakter.

Niebieski segment wskazuje, że 301 respondentów preferuje naukę "osobistą". Wskazuje to na silną preferencję dla tradycyjnych sal lekcyjnych, w których możliwa jest bezpośrednia interakcja z instruktorami i rówieśnikami, co ułatwia bardziej angażujące i dynamiczne doświadczenie edukacyjne.

Żółty segment reprezentuje "Artykuły", wybrane przez 140 respondentów. Odzwierciedla to popularność nauki wizualnej, w której treści mogą być konsumowane w łatwym do przyswojenia formacie, często czyniąc złożone tematy bardziej zrozumiałymi.

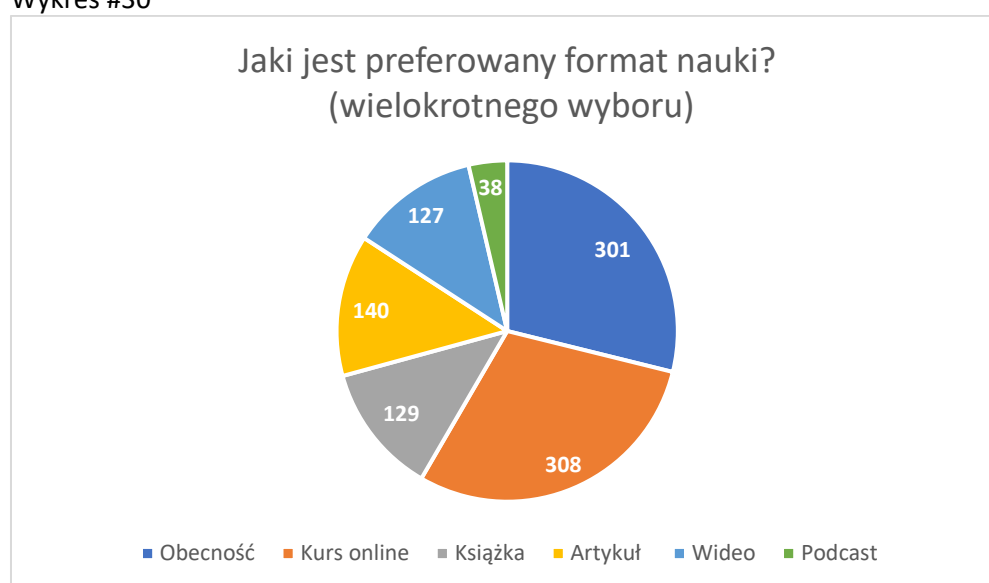
Szary segment wskazuje, że 129 respondentów preferuje naukę poprzez "Książki", podkreślając niezmienną atrakcyjność nauki opartej na tekście, gdzie często można znaleźć dogłębne informacje i szczegółowe wyjaśnienia.

Jasnoniebieski segment reprezentujący "Wideo" został wybrany przez 127 respondentów. Wybór ten wskazuje, że wielu respondentów ceni sobie zwięzłe, skoncentrowane treści, które można szybko przeczytać i zrozumieć.

Najmniejszy segment stanowią "Podcasty", z 38 respondentami preferującymi ten format. Choć opcja ta jest mniej popularna niż pozostałe, pokazuje, że niektóre osoby lubią uczyć się za pośrednictwem treści audio, które można wygodnie konsumować podczas takich czynności, jak dojazdy do pracy lub ćwiczenia.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje, że chociaż kursy online i nauka osobista są najbardziej preferowanymi formatami, istnieje również znaczne zainteresowanie filmami, książkami i artykułami. Ta różnorodność preferencji podkreśla znaczenie oferowania różnych formatów uczenia się, aby dostosować je do różnych stylów uczenia się i potrzeb.

Wykres #30



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Preferencje dotyczące tematów kursów z zakresu umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia

Poniższy wykres (nr 31) przedstawia preferencje respondentów dotyczące tematów kursu mającego na celu rozwijanie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia. Wykres przedstawia kilka tematów i pokazuje, ilu respondentów wyraziło zainteresowanie każdym z nich.

Najpopularniejszym tematem jest "Jak rozpoznać fałszywe wiadomości i dezinformację", co wskazuje, że duża liczba respondentów chce nauczyć się rozpoznawać i unikać fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji. Odzwierciedla to powszechne zaniepokojenie rozpowszechnieniem fałszywych wiadomości i chęć posiadania narzędzi do ich zwalczania.

Kolejnym najpopularniejszym tematem jest "Jak uzyskać dostęp i zlokalizować odpowiednie media i informacje", który również cieszył się dużym zainteresowaniem. Sugeruje to, że respondenci chcą poprawić swoją zdolność do znajdowania wiarygodnych i odpowiednich źródeł informacji, co jest kluczowym elementem umiejętności korzystania z mediów.

Kolejne pytania: "Jak chronić się przed wpływem fałszywych wiadomości" i "Jak oceniać jakość mediów" również cieszyły się dużym zainteresowaniem. Respondenci są zainteresowani rozwijaniem

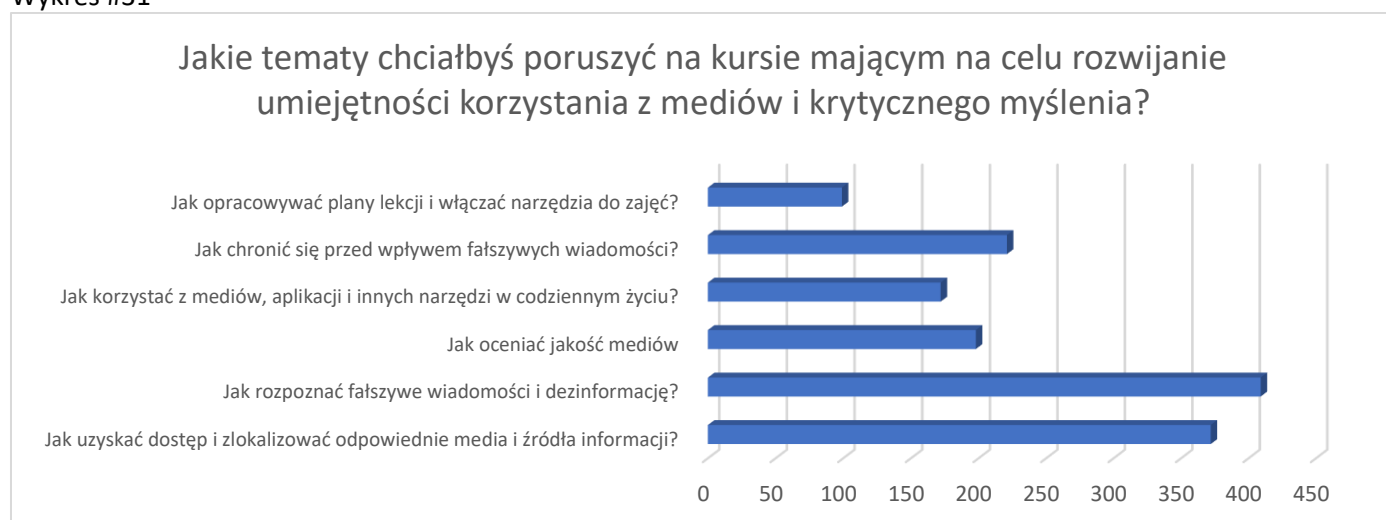
umiejętności oceny wiarygodności i jakości treści medialnych, co jest niezbędne do świadomej konsumpcji mediów.

Opcja "Jak korzystać z mediów, aplikacji i innych narzędzi w codziennym życiu" jest również godna uwagi, choć mniej respondentów wybrało ten temat. Obszary te prawdopodobnie przemawiają do tych, którzy chcą poprawić swoje praktyczne umiejętności poruszania się po narzędziach cyfrowych lub którzy są zaniepokojeni wpływem mediów na ich osobiste decyzje.

Najmniej popularnym tematem, jest "Jak opracować plany lekcji i włączać...", co wskazuje, że mniej respondentów jest zainteresowanych tym podejściem edukacyjnym, być może dlatego, że jest ono bardziej wyspecjalizowane lub skierowane do nauczycieli.

Ogólnie rzecz biorąc Wykres nr 31 podkreśla duże zainteresowanie nauką identyfikowania dezinformacji i oceny jakości mediów, podkreślając znaczenie tych umiejętności w dzisiejszym bogatym w informacje środowisku. Różnorodność wybranych tematów odzwierciedla również zróżnicowane potrzeby i obawy respondentów w zakresie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia.

Wykres #31



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

5.12 Wnioski z kwestionariusza dla studentów

Jeśli chodzi o ankietę skierowaną do studentów, perspektywy 364 młodych ludzi, którzy odpowiedzieli nam w dziesięciu europejskich krajach partnerów projektu, uzyskaliśmy kilka ważnych spostrzeżeń, jak wyjaśniono na następnych stronach.

Co to są fałszywe wiadomości?

Następny wykres słupkowy (wykres nr 32) ilustruje postrzeganie przez respondentów tego, co uważają za "fałszywe wiadomości". Wykres jest podzielony na trzy kategorie, z których każda reprezentuje inną definicję lub charakterystykę fałszywych wiadomości, zgodnie z pytaniami zadawanymi studentom.

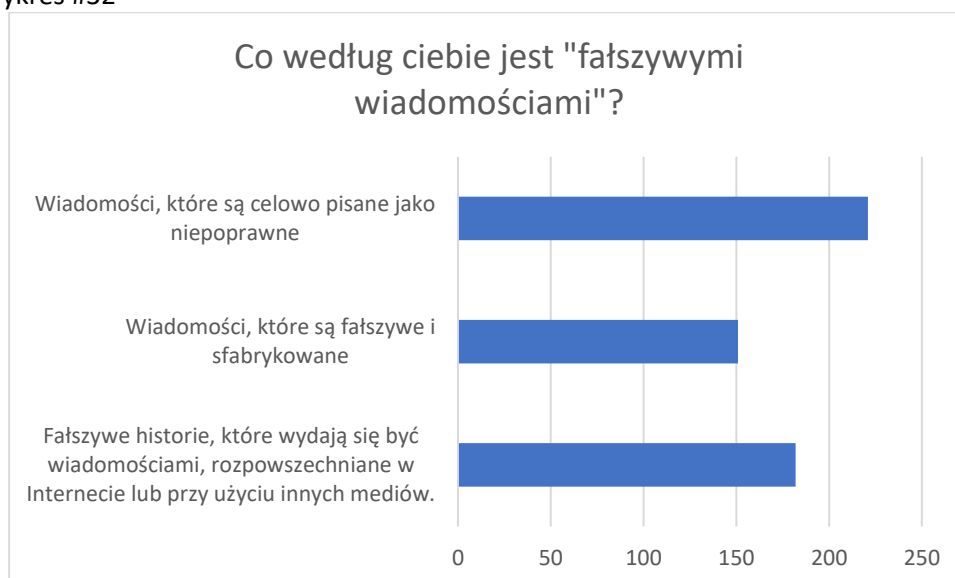
Pierwsza kategoria oznaczona jako "Wiadomości, które są celowo pisane tak, aby były niepoprawne", wskazuje na to, że znaczna liczba respondentów uważa, że fałszywe wiadomości obejmują treści celowo tworzone w celu wprowadzenia w błąd lub dostarczenia fałszywych informacji. Fakt ten podkreśla powszechne zrozumienie, że celowe wprowadzanie w błąd jest podstawowym elementem fałszywych wiadomości.

Druga kategoria, "Wiadomości, które są fałszywe i sfabrykowane," pokazuje silną zgodę wśród respondentów, że fałszywe wiadomości składają się z całkowicie zmyślonych historii, które nie mają podstaw w faktach. Sugeruje to, że respondenci dostrzegają różnicę między niedokładnym relacjonowaniem a wiadomościami, które są całkowicie wymyślone.

Trzecia kategoria, "Fałszywe historie, które wydają się być wiadomościami, rozpowszechniane w Internecie lub przy użyciu innych mediów" pokazuje, że wielu respondentów uważa rozpowszechnianie fałszywych informacji, szczególnie za pośrednictwem platform cyfrowych, za cechę charakterystyczną fałszywych wiadomości. Wskazuje to na świadomość roli, jaką internet i media społecznościowe odgrywają w rozpowszechnianiu dezinformacji.

Ogólnie rzecz biorąc wykres nr 32 pokazuje, że respondenci mają kompleksowe rozumienie konceptu fake newsów, obejmujące celowe przekłamania, sfabrykowane historie i rozpowszechnianie takich treści za pośrednictwem różnych kanałów medialnych. Odzwierciedla to zniuansowany pogląd na różne formy, jakie mogą przybierać fałszywe wiadomości i mechanizmy, za pomocą których się rozprzestrzeniają.

Wykres #32



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Świadomość fałszywych wiadomości

Następny wykres ilustruje sposób, w jaki respondenci określają, że dana wiadomość jest fałszywa. Wykres jest podzielony na trzy segmenty, z których każdy reprezentuje inną metodę używaną przez respondentów do identyfikowania fałszywych wiadomości.

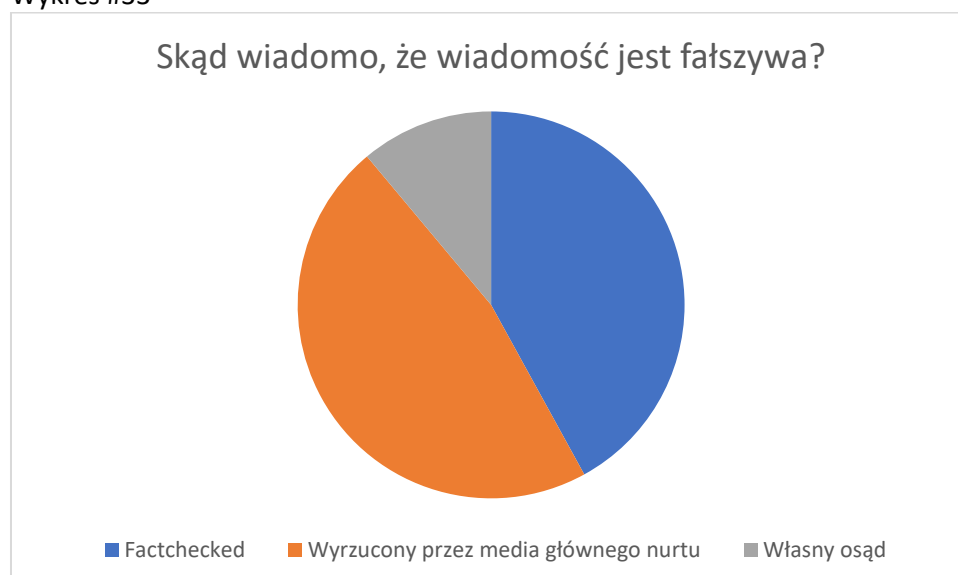
Niebieski segment, reprezentuje respondentów, którzy polegają na „Zweryfikowanych faktach” w celu ustalenia, czy wiadomości są fałszywe. Wskazuje to, że wielu respondentów ufa i polega na procesach lub platformach sprawdzania faktów w celu zweryfikowania dokładności napotykanych wiadomości.

Część respondentów uważa, że wiadomości są fałszywe, gdy zostały "odrzucone przez media głównego nurtu". Segment ten jest również znaczący, co pokazuje, że znaczna część respondentów opiera się na potępieniu lub sprostowaniu informacji przez media głównego nurtu jako sygnale, że informacje są fałszywe.

Respondenci, którzy używają "własnej oceny" do identyfikowania fałszywych wiadomości, choć jest to najmniejszy segment, nadal podkreślają, że niektóre osoby polegają na swojej osobistej ocenie lub intuicji, aby określić wiarygodność wiadomości.

Ogólnie, większość respondentów kładzie duży nacisk na weryfikację zewnętrzną, poprzez sprawdzanie faktów lub media głównego nurtu, w celu zidentyfikowania fałszywych wiadomości, podczas gdy mniejsza grupa ufa własnemu osądowi. Rozkład ten odzwierciedla znaczenie wiarygodnych źródeł w zwalczaniu dezinformacji i różne poziomy zaufania poszczególnych osób do ich własnej zdolności rozróżniania prawdy.

Wykres #33



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAЕ.

Korzystanie z platform mediów społecznościowych

Wykres nr 34 przedstawia wykorzystanie różnych platform mediów społecznościowych wśród respondentów. Każda platforma jest wymieniona na osi pionowej, a liczba użytkowników jest reprezentowana na osi poziomej.

Najpopularniejszymi platformami wśród respondentów są TikTok, Instagram i WhatsApp, z których każda wykazuje wysoki poziom użytkowania. TikTok i Instagram są szczególnie widoczne, a słupki rozciągają się najdalej w prawo, co wskazuje, że platformy te są używane przez dużą część respondentów. WhatsApp również wykazuje znaczne wykorzystanie, odzwierciedlając jego popularność jako platformy do przesyłania wiadomości.

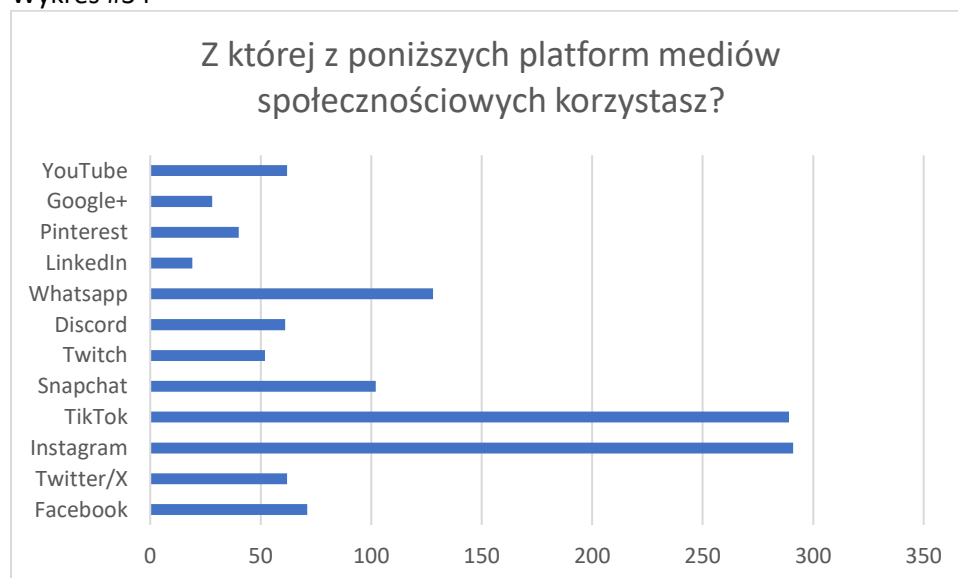
Facebook, choć nadal powszechnie używany, wykazuje nieco niższe wykorzystanie w porównaniu z TikTok i Instagramem, co wskazuje, że choć pozostaje kluczową platformą, może być bardziej popularny wśród różnych grup demograficznych lub do różnych zastosowań.

Inne platformy, takie jak YouTube, Snapchat i Twitter/X również wykazują znaczne wykorzystanie, choć w mniejszym stopniu niż wiodące platformy. Sugeruje to, że chociaż platformy te są popularne, nie są tak powszechnie używane jak TikTok, Instagram i WhatsApp wśród uczestników ankiety.

Rzadziej używane platformy obejmują Google+, Pinterest, LinkedIn, Discord i Twitch, z dużo krótszymi słupkami wskazującymi na niższy poziom zaangażowania. Platformy te mogą być przeznaczone dla bardziej niszowych odbiorców lub konkretnych celów, które nie są atrakcyjne dla szerszej bazy respondentów.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje, że TikTok, Instagram i WhatsApp są dominującymi platformami mediów społecznościowych wśród respondentów, odzwierciedlając szersze trendy w korzystaniu z mediów społecznościowych, w których treści wizualne i aplikacje do przesyłania wiadomości odgrywają kluczową rolę w codziennej komunikacji i konsumpcji treści.

Wykres #34



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Źródła wiadomości

Najczęściej używanym źródłem wiadomości wśród respondentów są "media społecznościowe", ze znacznie większą liczbą użytkowników w porównaniu z innymi kanałami. Sugeruje to, że platformy mediów społecznościowych odgrywają dominującą rolę w sposobie, w jaki respondenci uzyskują dostęp do wiadomości, prawdopodobnie ze względu na wygodę i natychmiastowość, jaką oferują.

Źródła "online", takie jak strony internetowe z wiadomościami lub aplikacje, znajdują się na drugim miejscu pod względem popularności, choć korzysta z nich znacznie mniej respondentów niż z mediów społecznościowych. Wskazuje to, że choć tradycyjne internetowe platformy informacyjne pozostają ważne, są one mniej preferowane w porównaniu z natychmiastowym dostępem zapewnianym przez media społecznościowe.

"Telewizja" i "Radio/podcasty" są również wykorzystywane jako źródła wiadomości, choć w mniejszym stopniu. Te tradycyjne kanały medialne nadal mają znaczenie, szczególnie dla tych, którzy preferują bardziej ustrukturyzowane lub słuchowe formy konsumpcji wiadomości.

"Drukowane" źródła wiadomości, takie jak gazety i czasopisma, należą do najrzadziej wykorzystywanych kanałów, co odzwierciedla odejście od mediów drukowanych na rzecz platform cyfrowych. Spadek ten jest zgodny z szerszymi trendami w konsumpcji mediów, gdzie dostęp cyfrowy jest bardziej powszechny.

Kategoria "Inne", która obejmuje odpowiedzi, w których uczestnicy określili alternatywne źródła wiadomości, oraz kategoria "Nie szukam celowo wiadomości" mają minimalną reprezentację. Sugeruje to, że większość respondentów aktywnie angażuje się w wiadomości za pośrednictwem określonych kanałów, zamiast biernie je napotykać lub polegać na mniej konwencjonalnych źródłach.

Ogólnie rzecz biorąc, wśród respondentów dominującą rolę w konsumpcji wiadomości odgrywają media społecznościowe, a następnie tradycyjne źródła internetowe i telewizja, przy czym media drukowane są znacznie rzadziej wykorzystywane. Odzwierciedla to rosnące znaczenie platform cyfrowych w kształtowaniu sposobu, w jaki ludzie są informowani.

Wykres #35



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Świadomość napotkania fałszywych wiadomości w przeszłości

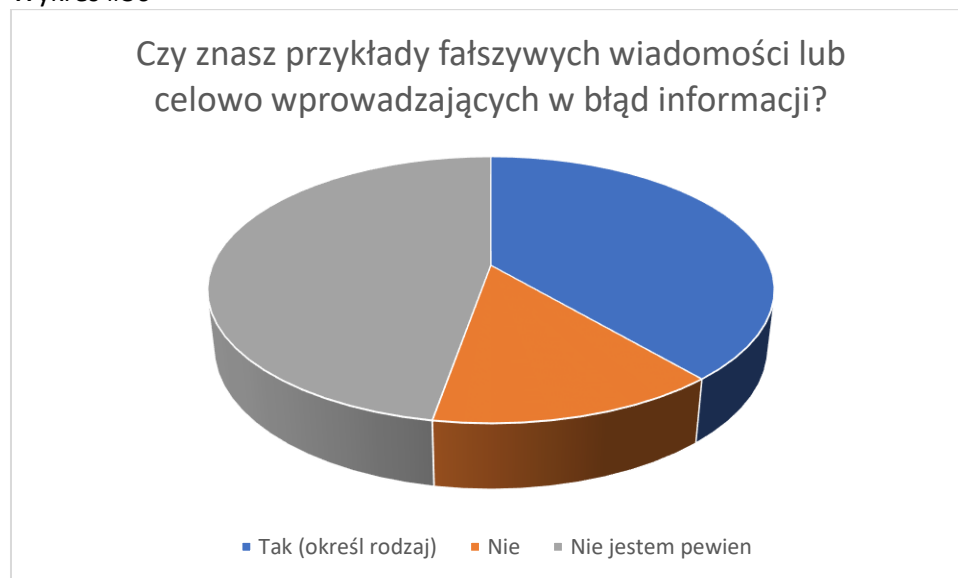
Wykres kołowy nr 36 ilustruje świadomość respondentów na temat napotkania fałszywych wiadomości lub celowo wprowadzających w błąd informacji. Respondentom zaproponowano trzy alternatywne odpowiedzi: "Tak (określ rodzaj)", "Nie" i "Nie jestem pewien".

Największy segment stanowią respondenci, którzy wybrali odpowiedź "nie jestem pewien". Wskazuje to, że znaczna część respondentów nie jest pewna, czy zetknęła się z fałszywymi wiadomościami lub wprowadzającymi w błąd informacjami, co odzwierciedla potencjalne wyzwania związane z identyfikacją takich treści lub brak pewności co do ich zdolności do ich rozpoznania.

Drugi co do wielkości segment obejmuje respondentów, którzy odpowiedzieli "Tak", przyznając, że widzieli przykłady fałszywych wiadomości lub wprowadzających w błąd informacji. Sugeruje to, że wielu respondentów jest świadomych obecności dezinformacji w mediach, które konsumują i może rozpoznać konkretne jej przypadki.

Najmniejszy segment wskazuje osoby, które odpowiedziały "Nie", co oznacza, że nie zauważyły lub są przekonane, że nie napotkały fałszywych wiadomości lub celowo wprowadzających w błąd informacji. Może to odzwierciedlać przekonanie, że źródła, z którymi się kontaktują, są wiarygodne lub brak ekspozycji na takie treści.

Wykres #36



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Częstotliwość napotykania fałszywych wiadomości

Studenci nie są jednak przekonani, że często mają do czynienia z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją.

Największy słupek reprezentuje kategorię "Prawie nigdy", co wskazuje, że większość respondentów rzadko spotyka się z fałszywymi wiadomościami. Sugeruje to, że większość uczestników albo uważa, że nie są często narażeni na fałszywe wiadomości, albo są pewni swojej zdolności do ich unikania.

Kategoria "Raz w tygodniu" wskazuje, że umiarkowana liczba respondentów spotyka się z fałszywymi wiadomościami co tydzień. Odzwierciedla to bardziej regularną, ale wciąż ograniczoną ekspozycję na dezinformację.

Kategoria "Codziennie" pokazuje, że mniej respondentów codziennie spotyka się z fałszywymi wiadomościami. Ta grupa może być bardziej zaangażowana w media lub platformy społecznościowe, na których fałszywe wiadomości są bardziej rozpowszechnione.

Kategoria "Co godzinę" wskazuje, że tylko niewielka liczba respondentów napotyka fałszywe wiadomości z tak dużą częstotliwością. Może to obejmować osoby, które są bardzo aktywne w mediach społecznościowych lub na innych platformach internetowych, gdzie dezinformacja szybko się rozprzestrzenia.

Ogólnie, podczas gdy niektórzy respondenci uważają, że regularnie spotykają się z fałszywymi wiadomościami, większość doświadcza ich rzadko. Podkreśla to zróżnicowane doświadczenia poszczególnych osób, jeśli chodzi o narażenie na dezinformację i sugeruje, że chociaż fałszywe wiadomości są powodem do niepokoju, mogą nie być stale obecne dla większości ludzi.

Wykres #37



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Znajomi lub krewni udostępniający fałszywe wiadomości

Wykres nr 38 pokazuje odpowiedzi respondentów na pytanie, czy mają znajomych lub rodzinę, którzy celowo udostępnili fałszywe wiadomości. Odpowiedzi są podzielone na trzy opcje: "Tak", "Nie" i "Nie jestem pewien".

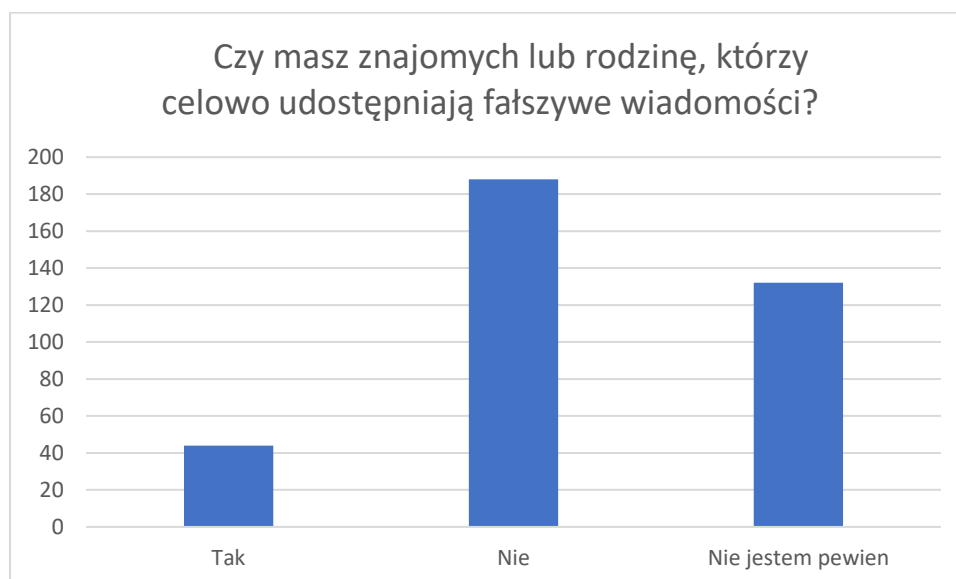
Większość odpowiedzi znajduje się w kategorii "Nie", co wskazuje, że większość respondentów uważa, że ich znajomi lub członkowie rodziny nie dzielili się celowo fałszywymi wiadomościami. Sugeruje to ogólne przekonanie wśród respondentów, że ich bliskie kręgi społeczne nie angażują się w celowe rozpowszechnianie dezinformacji.

Kategoria "Nie jestem pewien" wskazuje, że znaczna część respondentów nie jest pewna, czy ich znajomi lub członkowie rodziny celowo udostępniają fałszywe wiadomości. Ta niepewność może odzwierciedlać trudności w rozpoznaniu intencji innych osób lub brak świadomości na temat treści udostępnianych przez bliskie im osoby.

"Tak", co pokazuje, że mniejsza liczba respondentów uważa, że ma znajomych lub członków rodziny, którzy celowo udostępniają fałszywe wiadomości. Chociaż ta grupa jest najmniejsza, nadal podkreśla, że celowe rozpowszechnianie dezinformacji jest przedmiotem troski niektórych osób.

Ogólnie rzecz biorąc, podczas gdy większość respondentów ufa, że ich kręgi społeczne nie rozpowszechniają celowo fałszywych wiadomości, nadal istnieje znaczny poziom niepewności i pewne obawy dotyczące celowego wprowadzania w błąd w sieciach osobistych.

Wykres #38



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Doświadczenie w oznaczaniu fałszywych wiadomości

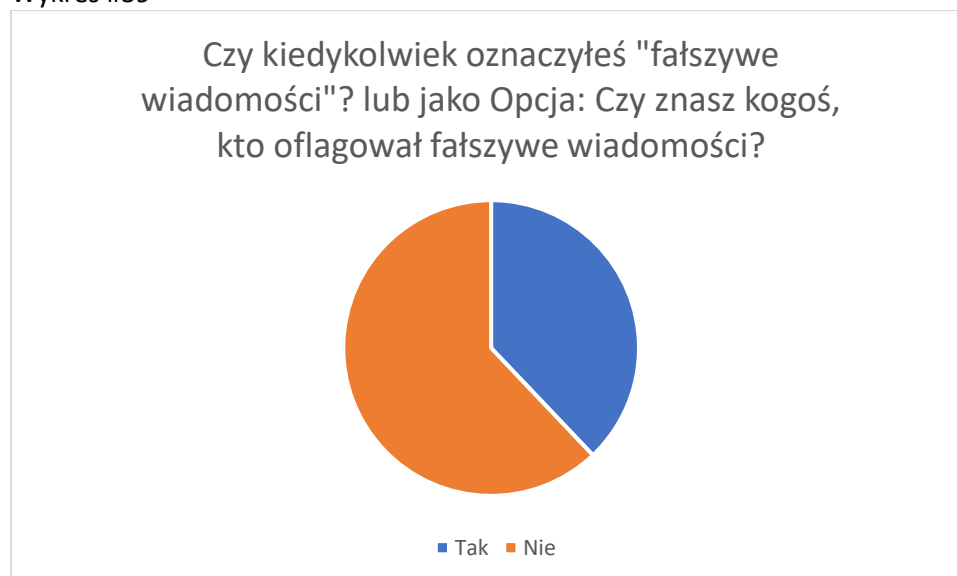
Wykres kołowy nr 39 ilustruje doświadczenia respondentów związane z oznaczaniem fałszywych wiadomości lub znajomością kogoś, kto to zrobił. Pytanie dopuszczało odpowiedzi twierdzące i przeczące.

Większy segment reprezentuje respondentów, którzy odpowiedzieli "Nie", co wskazuje, że większość uczestników sama nie oznaczyła fałszywych wiadomości lub nie zna nikogo, kto to zrobił. Sugeruje to, że chociaż świadomość fałszywych wiadomości może być wysoka, działanie w celu ich oznaczenia lub zgłoszenia jest mniej powszechne wśród tej grupy respondentów.

Mniejszy segment reprezentuje osoby, które odpowiedziały "Tak", co wskazuje, że mniejsza część respondentów albo oznaczyła fałszywe wiadomości, albo zna kogoś, kto to zrobił. Odzwierciedla to proaktywne podejście niektórych osób do zwalczania dezinformacji, choć wydaje się, że jest to zachowanie mniejszości.

Ogólnie rzecz biorąc, podczas gdy niektórzy respondenci są zaangażowani w wysiłki mające na celu identyfikację i zgłaszanie fałszywych wiadomości, większość nie uczestniczyła w oznaczaniu takich treści. Może to wskazywać na potrzebę zwiększenia świadomości lub narzędzi, które ułatwią ludziom podejmowanie działań przeciwko dezinformacji.

Wykres #39



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Środowisko, w którym omawiane są fałszywe wiadomości

Następny wykres słupkowy ilustruje różne konteksty, w których respondenci odpowiadali gdzie lub z kim rozmawiają na temat fałszywych wiadomości. Wykres obejmuje kilka kategorii: "W szkole", "Z przyjaciółmi", "Z rodziną", "W pracy", "Inne miejsca" i "Nie rozmawiałem o fake newsach".

Największa grupa reprezentuje dyskusje, które miały miejsce "W szkole", co wskazuje, że jest to najczęstsze miejsce, w którym respondenci angażowali się w rozmowy na temat fałszywych wiadomości. Sugeruje to, że środowiska edukacyjne są kluczowymi przestrzeniami do poruszania tego tematu, prawdopodobnie ze względu na włączenie umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania lub powiązanych dyskusji w klasie.

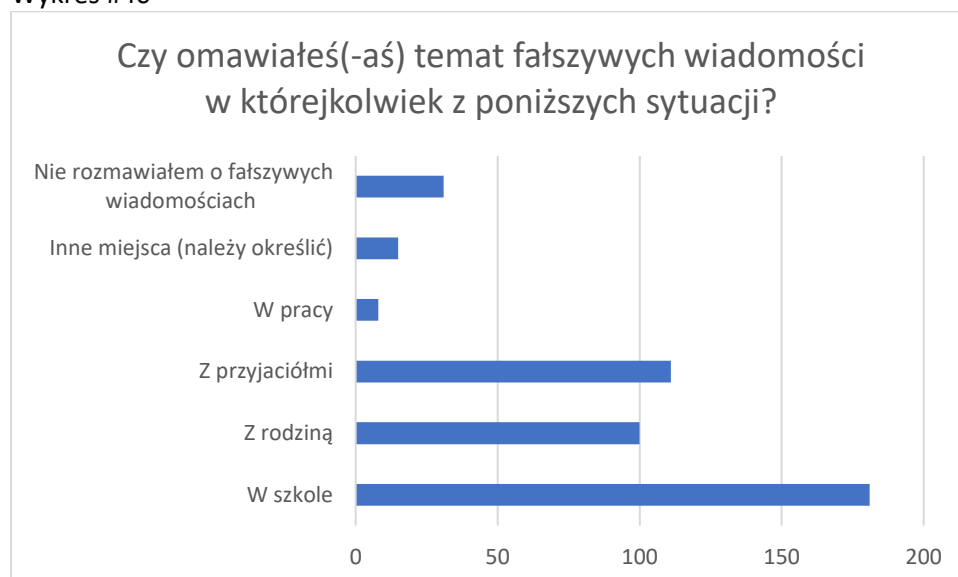
Kolejne najczęstsze konteksty to "Z przyjaciółmi" i "Z rodziną", z których oba mają znaczne słupki, co pokazuje, że wielu respondentów omawiało również fałszywe wiadomości w swoich kręgach osobistych i społecznych. Podkreśla to znaczenie tematu w codziennych rozmowach oraz znaczenie dyskusji rówieśniczych i rodzinnych w podnoszeniu świadomości i zrozumienia dezinformacji.

Kategoria "W pracy" ma krótszy słupek, co wskazuje, że mniej respondentów rozmawiało o fake newsach w środowisku zawodowym. Może to odzwierciedlać fakt, że dyskusje na temat fałszywych wiadomości są mniej powszechne lub mniej priorytetowe w miejscu pracy w porównaniu z innymi środowiskami. Po skierowaniu tego kwestionariusza do nieletnich i za pośrednictwem kanału rozpowszechniania w szkołach, naturalne jest, że tylko niewielka część z tych nieletnich respondentów pracuje.

Kategoria "Inne miejsca", wraz z kategorią "Nie dyskutowałem o fake newsach", ma krótkie słupki, co sugeruje, że niewielka liczba respondentów mogła dyskutować o fake newsach w nieokreślonych miejscach, podczas gdy jeszcze mniejsza grupa w ogóle nie angażowała się w takie dyskusje.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres wskazuje, że fake newsy są szeroko omawianym tematem, szczególnie w środowisku edukacyjnym oraz wśród przyjaciół i rodziny, podkreślając ich znaczenie zarówno w formalnych, jak i nieformalnych dyskusjach.

Wykres #40



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Świadomość w zarządzaniu sposobem radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami

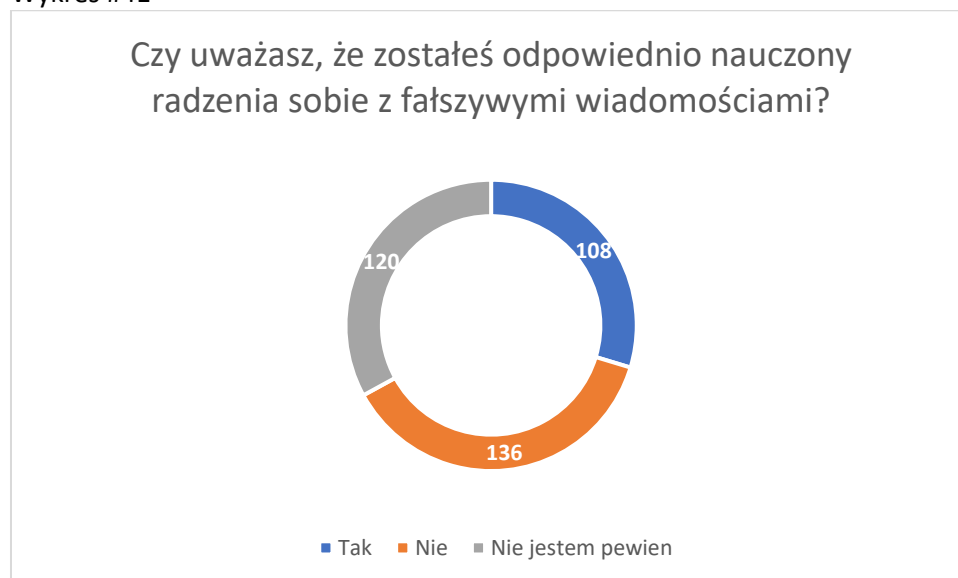
Następny wykres ilustruje postrzeganie przez respondentów tego, czy zostali odpowiednio nauczeni radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami. Trzy możliwe odpowiedzi to "Tak", "Nie" i "Nie jestem pewien".

Największy segment stanowią respondenci, którzy odpowiedzieli "Nie", co wskazuje, że znaczna część uczestników uważa, że nie zostali odpowiednio przeszkoleni w zakresie radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami. Sugeruje to potencjalną lukę w edukacji medialnej i potrzebę bardziej kompleksowego szkolenia lub zasobów, aby wyposażać osoby w umiejętności niezbędne do identyfikowania i przeciwdziałania dezinformacji.

Odpowiedź "Nie jestem pewien" wskazuje na niepewność wśród znacznej liczby respondentów co do tego, czy otrzymali wystarczającą edukację na ten temat. Może to odzwierciedlać brak wiary w ich umiejętności radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami lub niepewność co do tego, co stanowi odpowiednie przygotowanie.

Najmniejszy segment reprezentuje respondentów, którzy odpowiedzieli "Tak", co oznacza, że uważają, że zostali odpowiednio nauczeni radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami. Chociaż grupa ta jest mniejsza, nadal pokazuje, że niektórzy uczestnicy czują się pewni swojej zdolności do nawigacji i krytycznej oceny informacji, prawdopodobnie ze względu na wcześniejszą edukację lub osobiste doświadczenia.

Wykres #41



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Postrzeganie wpływu fałszywych wiadomości na życie studentów

Studenci wydają się wierzyć, że nie są oszukiwani przez fałszywe wiadomości, ani nie są ich ofiarami. Wykres słupkowy ilustruje poglądy respondentów na temat stopnia, w jakim uważają, że fałszywe wiadomości wpływają na ich zachowanie i zachowanie ich znajomych, przy użyciu skali od 1 (brak wpływu) do 5 (znaczący wpływ).

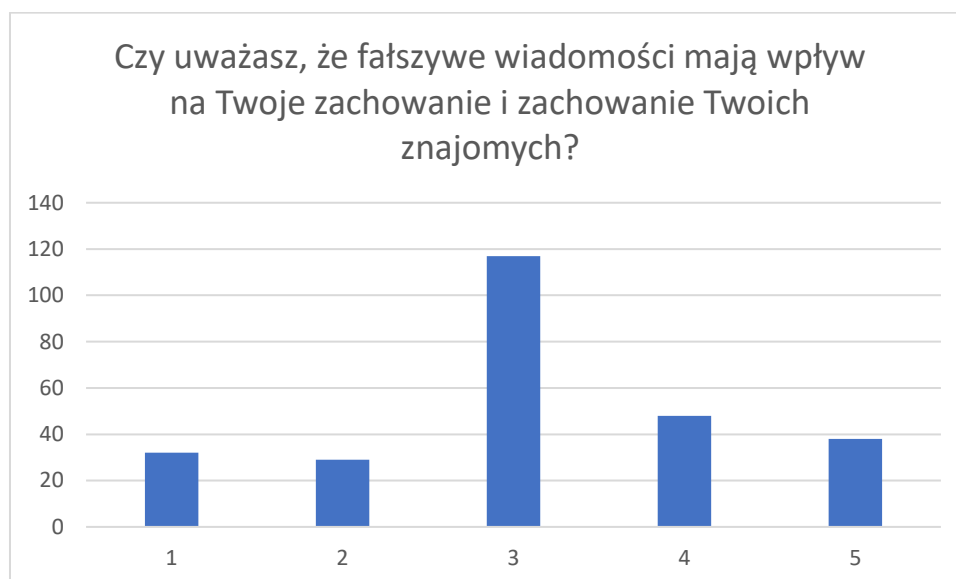
Najbardziej widoczny słupek znajduje się na poziomie 3, wskazując, że większość respondentów uważa, że fake newsy mają umiarkowany wpływ zarówno na ich własne zachowanie, jak i na zachowanie ich znajomych. Sugeruje to, że chociaż respondenci uznają wpływ fałszywych wiadomości, nie postrzegają go jako coś pozytywnego lub negatywnego.

Poziomy 4 i 5, które reprezentują wyższe poziomy wpływu, są krótsze, ale nadal znaczące. Wskazuje to, że znaczna część respondentów uważa, że fałszywe wiadomości mają silny wpływ na zachowanie ich samych lub ich znajomych, odzwierciedlając obawy dotyczące perswazyjnej siły dezinformacji.

Poziomy 1 i 2, które reprezentują dolny koniec skali wpływu, pokazują, że mniej respondentów uważa, że fałszywe wiadomości mają niewielki lub żaden wpływ na zachowanie. Sugeruje to, że chociaż niektóre osoby mogą czuć się odporne na skutki fałszywych wiadomości, są one w mniejszości.

Ogólnie rzecz biorąc, większość respondentów przyznaje, że fake newsy mają co najmniej umiarkowany wpływ na zachowanie, a znaczna liczba przyznaje, że wpływ ten jest silniejszy. Odzwierciedla to świadomość wszechobecnego charakteru fałszywych wiadomości i ich potencjału do kształtowania postrzegania i działań w kręgach społecznych.

Wykres #42



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiarygodność mediów społecznościowych jako źródła wiadomości

Wykres słupkowy na wykresie nr 43 przedstawia przegląd tego, jak uczniowie ocenili wiarygodność mediów społecznościowych jako źródła wiadomości, z ocenami od 1 (najmniej godne zaufania) do 4 (najbardziej godne zaufania).

Największa liczba studentów oceniła media społecznościowe na poziomie 3, co wskazuje, że znaczna część respondentów uważa media społecznościowe za umiarkowanie godne zaufania. Sugeruje to, że chociaż studenci mogą znaleźć wiarygodne informacje w mediach społecznościowych, pozostają ostrożni i nie ufają im w pełni jako głównemu źródłu wiadomości.

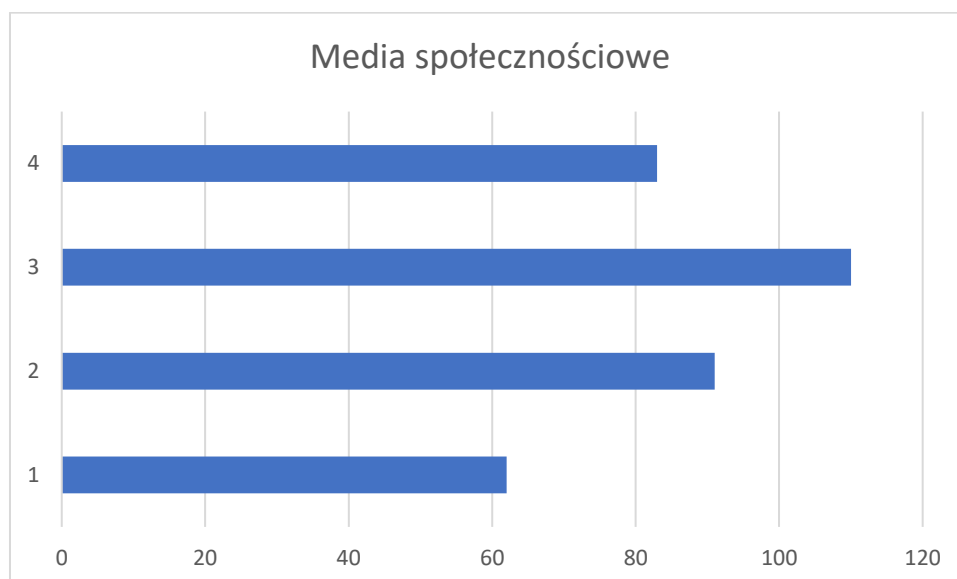
Poziom 4, który reprezentuje najwyższy poziom zaufania, ma również znaczną liczbę odpowiedzi, co pokazuje, że wielu uczniów uważa media społecznościowe za godne zaufania źródło. Może to oznaczać, że niektórzy uczniowie mają zaufanie do konkretnych źródeł, które śledzą na tych platformach lub wierzą w autentyczność treści generowanych przez użytkowników.

Poziom 2, który wskazuje na niższy poziom zaufania, ma również znaczną liczbę odpowiedzi. Sugeruje to, że znaczna grupa studentów sceptycznie podchodzi do mediów społecznościowych, prawdopodobnie ze względu na powszechność dezinformacji lub różną wiarygodność treści udostępnianych na tych platformach.

Najmniejsza liczba studentów oceniła media społecznościowe na poziomie 1, co wskazuje, że mniejsza część respondentów uważa media społecznościowe za najmniej godne zaufania źródło wiadomości. Chociaż grupa ta jest mniejsza, podkreśla to obecność silnego sceptycyzmu wśród niektórych studentów w odniesieniu do wiarygodności informacji w mediach społecznościowych.

Ogólnie rzecz biorąc, zauważyliśmy mieszane postrzeganie wiarygodności mediów społecznościowych wśród studentów, z tendencją do umiarkowanego zaufania, ale także znacznego sceptycyzmu.

Wykres #43



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiarygodność gazet i stron internetowych jako źródeł wiadomości

Wykres nr 44 ilustruje, jak studenci ocenili wiarygodność gazet i stron internetowych jako źródeł wiadomości, z ocenami od 1 (najmniej godne zaufania) do 5 (najbardziej godne zaufania).

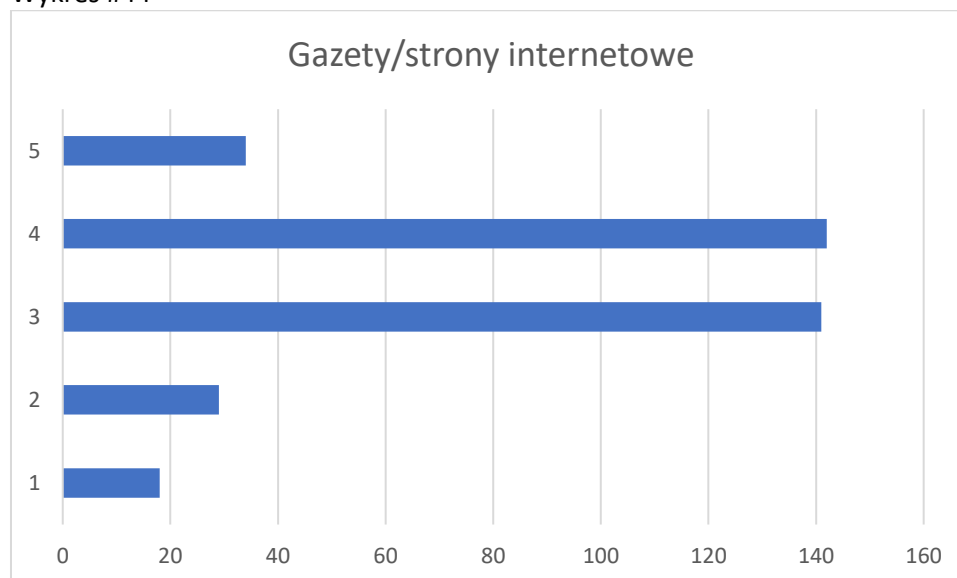
Większość studentów oceniła gazety i strony internetowe na poziomie 4 i 3, przy czym poziom 4 miał najwięcej odpowiedzi. Sugeruje to, że znaczna uczniów uważa te źródła za godne zaufania, prawdopodobnie ze względu na ugruntowaną reputację wielu internetowych serwisów informacyjnych i profesjonalne standardy dziennikarskie, których przestrzegają.

Poziom 3, który jest również wysoko oceniany, wskazuje, że wielu uczniów postrzega gazety i strony internetowe jako umiarkowanie godne zaufania. Odzwierciedla to pewien poziom zaufania, ale sugeruje również, że uczniowie mogą nadal podchodzić do tych źródeł z pewną ostrożnością, być może z powodu obaw o stronniczość lub szybkość publikowania wiadomości w Internecie.

Poziom 2 ma mniej odpowiedzi, co wskazuje, że niektórzy uczniowie są sceptycznie nastawieni do gazet i stron internetowych, być może kwestionując ich dokładność lub obiektywność.

Poziom 1, ocena najmniejszego zaufania, ma najmniej odpowiedzi, co pokazuje, że niewielka część uczniów ma bardzo małe zaufanie do gazet i stron internetowych. Może to odzwierciedlać obawy dotyczące sensacji, clickbaitów lub konkretnych doświadczeń z niewiarygodnymi źródłami wiadomości online.

Wykres #44



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiarygodność telewizji jako źródła wiadomości

Jak pokazano na wykresie #45, największa liczba studentów oceniła telewizję na poziomie 4, co wskazuje, że wielu studentów uważa telewizję za dość wiarygodne źródło wiadomości. Sugeruje to, że pomimo rozwoju mediów cyfrowych, telewizja pozostaje szanowanym i wiarygodnym źródłem informacji dla znacznej części populacji studentów.

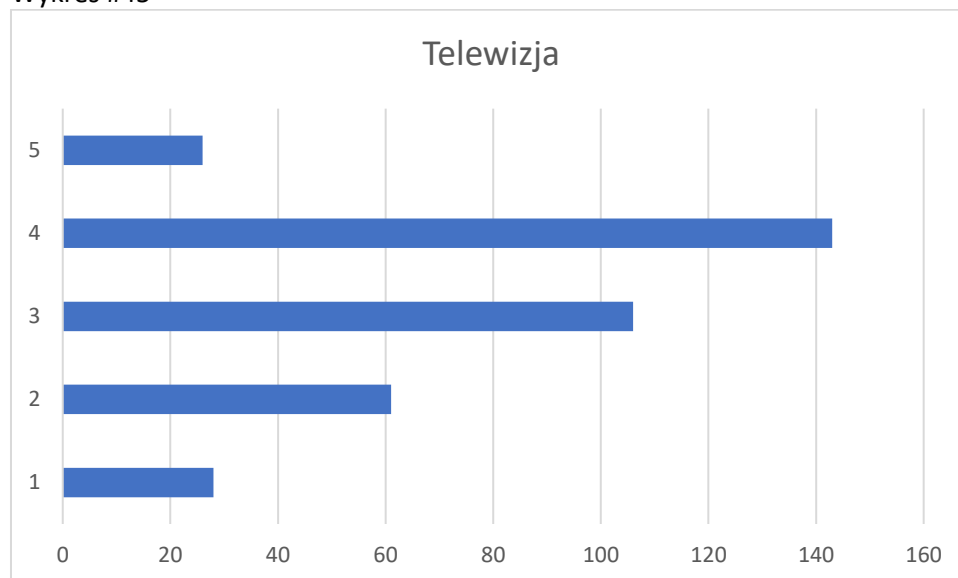
Poziom 3 również otrzymał znaczną liczbę odpowiedzi, co odzwierciedla fakt, że wielu uczniów postrzega telewizję jako umiarkowanie godną zaufania. Sugeruje to, że chociaż telewizja jest ogólnie godna zaufania, niektórzy uczniowie mogą nadal podchodzić do niej z pewną ostrożnością, prawdopodobnie z powodu obaw o stronniczość lub sensację.

Poziom 2 ma mniej odpowiedzi, co wskazuje, że niektórzy uczniowie są sceptyczni co do wiarygodności wiadomości telewizyjnych, być może kwestionując dokładność lub obiektywność treści, które widzą w telewizji.

Poziom 1, ocena najmniejszego zaufania, ma najmniej odpowiedzi, co pokazuje, że tylko niewielka część uczniów ma bardzo małe zaufanie do telewizji jako źródła wiadomości. Może to odzwierciedlać obawy dotyczące sensacji, postrzeganej stronniczości lub konkretnych negatywnych doświadczeń z wiadomościami telewizyjnymi.

Poziom 5, reprezentujący najwyższy poziom zaufania, ma również mniejszą liczbę odpowiedzi, co wskazuje, że tylko mniejszość uczniów ma pełne zaufanie do telewizji jako źródła wiadomości.

Wykres #45



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiarygodność radia jako źródła wiadomości

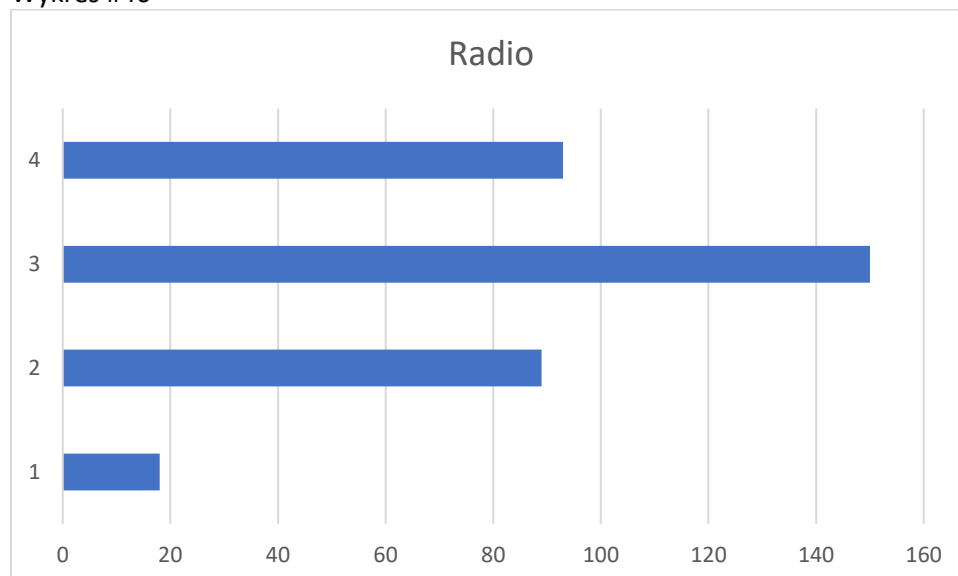
Jak pokazano na wykresie #46, większość studentów oceniła radio na poziomie 3, co wskazuje, że wielu studentów postrzega radio jako umiarkowanie godne zaufania. Sugeruje to, że chociaż studenci ogólnie ufają radiu jako źródłu wiadomości, nadal mogą podchodzić do niego z pewną ostrożnością, prawdopodobnie z powodu obaw o jakość lub obiektywność treści.

Poziom 4 ma również znaczną liczbę odpowiedzi, co odzwierciedla fakt, że znaczna część studentów uważa radio za godne zaufania źródło wiadomości. Sugeruje to, że radio jest nadal uważane za wiarygodne medium do rozpowszechniania wiadomości przez wielu studentów.

Poziom 2 ma mniej odpowiedzi, co wskazuje, że niektórzy uczniowie są sceptyczni co do wiarygodności radia, prawdopodobnie kwestionując jego znaczenie lub dokładność treści.

Poziom 1, ocena najmniejszego zaufania, ma najmniej odpowiedzi, co pokazuje, że tylko niewielka część uczniów ma bardzo małe zaufanie do radia jako źródła wiadomości. Może to być spowodowane konkretnymi negatywnymi doświadczeniami lub ogólną preferencją dla innych mediów.

Wykres #46



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiarygodność drukowanych gazet i czasopism jako źródeł wiadomości

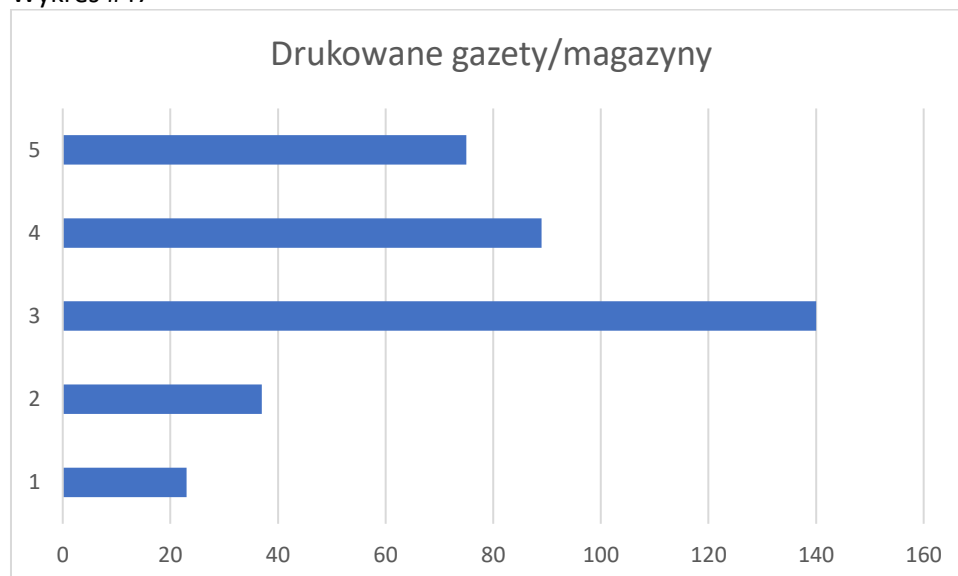
Największa liczba studentów oceniła drukowane gazety i czasopisma na poziomie 3, co wskazuje, że znaczna część studentów uważa te źródła za umiarkowanie godne zaufania, jak pokazano na wykresie #47. Sugeruje to, że chociaż media drukowane są ogólnie szanowane, studenci mogą nadal zachować ostrożność i nie polegać na nich w pełni jako na głównym źródle wiadomości.

Poziom 4 również otrzymał znaczną liczbę odpowiedzi, co pokazuje, że wielu uczniów postrzega drukowane gazety i czasopisma jako godne zaufania. Odzwierciedla to wysoki stopień zaufania do zdolności tradycyjnych mediów do dostarczania wiarygodnych i dokładnych informacji.

Poziom 5, najwyższy poziom wiarygodności, ma znaczną liczbę odpowiedzi, co wskazuje, że mniejsza, ale znacząca grupa studentów całkowicie ufa drukowanym gazetom i czasopismom jako źródłom wiadomości. Można to przypisać postrzeganej dokładności i standardom redakcyjnym związanym z dziennikarstwem drukowanym.

Poziomy 2 i 1, które reprezentują niższe poziomy zaufania, mają mniej odpowiedzi. Sugeruje to, że chociaż niektórzy uczniowie są sceptyczni wobec mediów drukowanych, uważając je za mniej godne zaufania, stanowią oni mniejszość.

Wykres #47



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wiek

Wykres nr 48 ilustruje rozkład respondentów w trzech różnych grupach wiekowych: 12-15 lat, 16-18 lat i 18+ lat.

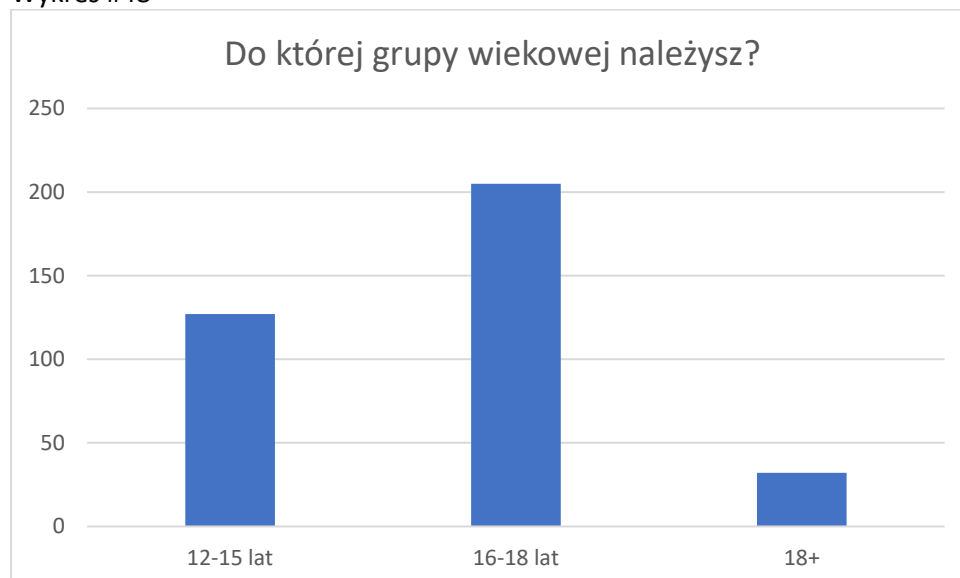
Większość respondentów należy do grupy wiekowej 16-18 lat, na co wskazuje najwyższy słupek. Sugeruje to, że ankieta została wypełniona głównie przez osoby w tym przedziale wiekowym, co czyni ją najbardziej reprezentatywną grupą demograficzną w badaniu.

Kolejną co do wielkości grupą jest kategoria wiekowa 12-15 lat, co pokazuje, że w badaniu wzięła również udział znaczna liczba młodszych nastolatków. Grupa ta, choć mniejsza niż kategoria 16-18 lat, nadal stanowi znaczną część respondentów.

Najmniejszy słupek reprezentuje grupę wiekową 18+, wskazując, że najmniej respondentów należy do tej kategorii. Sugeruje to, że starsza młodzież lub młodzi dorośli byli mniej reprezentowani w ankiecie.

Ogólnie rzecz biorąc, wykres pokazuje, że większość respondentów jest w wieku od 16 do 18 lat, następnie osoby w wieku 12-15 lat, a grupa 18+ jest najmniej reprezentowana. Ten rozkład wieku zapewnia kontekst do interpretacji wyników ankiety, ponieważ zgłoszone poglądy i zachowania prawdopodobnie najbardziej odzwierciedlają osoby w grupie wiekowej 16-18 lat.

Wykres #48



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Płeć

Wykres kołowy przedstawia rozkład płci respondentów ankiety. Wykres jest podzielony na trzy segmenty reprezentujące "kobietę", "mężczyznę" i "wolę nie mówić".

Największy segment stanowią respondenci, co wskazuje, że większość uczestników badania identyfikuje się jako kobiety. Sugeruje to wyższy poziom uczestnictwa studentek w porównaniu do innych płci.

Drugi co do wielkości segment stanowią respondenci płci męskiej. Segment ten jest mniejszy niż grupa kobiet, co wskazuje, że mniej mężczyzn wzięło udział w ankiecie, ale nadal stanowią oni znaczną część respondentów.

Najmniejszy segment reprezentuje osoby, które woleli nie ujawniać swojej płci. Ta grupa jest najmniej reprezentowana, co sugeruje, że tylko niewielka liczba respondentów zdecydowała się zachować swoją płeć w tajemnicy.

Wykres #49



Źródło: Dane zebrane przez partnerów projektu MILES. Grafika zredagowana przez OLAE.

Wyzwania i przyszłe kierunki

Rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości i dezinformacji w całej Europie stało się kwestią krytyczną, zagrażającą procesom demokratycznym, podważającą zaufanie do instytucji i zakłócającą spójność społeczną. Niniejszy raport bada potrzeby, wyzwania i obiecujące praktyki związane ze zwalczaniem dezinformacji na poziomie europejskim. Analizując istniejące strategie i identyfikując braki, raport zawiera zalecenia dotyczące wzmocnienia wysiłków na rzecz przeciwdziałania dezinformacji i promowania umiejętności korzystania z mediów na całym kontynencie. W ostatnich latach kwestia fałszywych wiadomości i dezinformacji staje się coraz bardziej powszechna w całej Europie, co ma daleko idące konsekwencje dla demokratycznych społeczeństw.

Rozwój mediów cyfrowych zrewolucjonizował sposób rozpowszechniania informacji, ale także ułatwił szybkie rozprzestrzenianie się fałszywych i wprowadzających w błąd treści. Zjawisko to było szczególnie widoczne w okresach wyborów, kryzysów zdrowia publicznego i ważnych wydarzeń społeczno-politycznych, w których dezinformacja była wykorzystywana do manipulowania opinią publiczną i podważania zaufania do instytucji demokratycznych.

Wpływ fałszywych wiadomości nie ogranicza się do jednego kraju; jest to problem ogólnoeuropejski, który wymaga skoordynowanych wysiłków. Podczas gdy niektóre kraje

Europejskie aktywnie wdrażają środki mające na celu zwalczanie dezinformacji, inne wciąż zmagają się z wyzwaniami stawianymi przez cyfrowy krajobraz informacyjny. Niniejszy raport ma na celu dostarczenie szczegółowej analizy potrzeb, wyzwań i obiecujących praktyk w zwalczaniu fałszywych wiadomości w całej Europie. Rozumiejąc te czynniki, decydenci, nauczyciele i organizacje medialne mogą opracować skuteczniejsze strategie przeciwdziałania dezinformacji i zwiększania umiejętności korzystania z mediów.

W ostatnich latach Europa była świadkiem znaczących kampanii dezinformacyjnych ukierunkowanych na wybory i referenda. Na przykład, wybory prezydenckie we Francji w 2017 r. były pod silnym wpływem dezinformacji rozpowszechnianej za pośrednictwem mediów społecznościowych, mającej na celu podważenie integralności procesu wyborczego. Podobnie w wyborach federalnych w Niemczech odnotowano wzrost liczby fałszywych wiadomości, często wykorzystywanych do kształtowania opinii wyborców w delikatnych kwestiach, takich jak imigracja i bezpieczeństwo narodowe.

Referendum w sprawie Brexitu w Wielkiej Brytanii również podkreśliło siłę dezinformacji w kształtowaniu opinii publicznej, a wprowadzające w błąd twierdzenia na temat Unii Europejskiej odegrały znaczącą rolę w jego wyniku. W Europie Wschodniej kraje takie jak Węgry i Polska stanęły w obliczu wyzwań związanych ze sponsorowanymi przez państwo kampaniami dezinformacyjnymi mającymi na celu wzmocnienie autorytarnych narracji i zdyskredytowanie Unii Europejskiej.

Wpływ fałszywych wiadomości wykracza poza sferę polityczną, wpływając na zdrowie publiczne, bezpieczeństwo i zaufanie społeczne. Podczas pandemii COVID-19 Europa doświadczyła ogromnej fali dezinformacji na temat wirusa i szczepionek, co doprowadziło do dezorientacji i wahań opinii publicznej. Ruchy antyszczepionkowe w krajach takich jak Włochy i Francja były podsycane przez fałszywe informacje, przyczyniając się do niższych wskaźników szczepień i zwiększonego ryzyka dla zdrowia publicznego.

Umiejętność korzystania z mediów jest kluczowym elementem w walce z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją. Obejmuje ona wyposażenie osób w umiejętności potrzebne do krytycznej oceny informacji, zrozumienia źródeł wiadomości i rozróżnienia między treściami wiarygodnymi a fałszywymi. W Europie istnieje znaczna potrzeba zwiększenia umiejętności korzystania z mediów, szczególnie wśród młodszych populacji i osób o niższym poziomie formalnego wykształcenia. Finlandia jest liderem w edukacji medialnej, włączając ją do krajowego programu nauczania od najmłodszych lat. To proaktywne podejście zaowocowało populacją, która jest lepiej przygotowana do przeciwstawiania się dezinformacji. Natomiast inne kraje europejskie dopiero niedawno zaczęły traktować priorytetowo umiejętność korzystania z mediów i istnieje pilna potrzeba rozszerzenia tych inicjatyw, aby dotrzeć do szerszych segmentów populacji. Zwiększenie umiejętności korzystania z mediów wiąże się również z podjęciem konkretnych wyzwań związanych z mediami społecznościowymi. Biorąc pod uwagę, że wiele osób, zwłaszcza młodszych, konsumuje większość swoich wiadomości za pośrednictwem platform mediów społecznościowych, konieczne jest nauczenie ich, jak odpowiedzialnie poruszać się po tych

platformach. Obejmuje to zrozumienie, w jaki sposób algorytmy wpływają na treści, które widzą, rozpoznawanie oznak fałszywych wiadomości i umiejętność weryfikowania informacji przed ich udostępnieniem. Unia Europejska uznała znaczenie umiejętności korzystania z mediów w zwalczaniu dezinformacji. Polityka UE w zakresie Umiejętności Korzystania z Mediów podkreśla potrzebę skoordynowanych wysiłków we wszystkich państwach członkowskich w celu poprawy edukacji medialnej, szczególnie w erze cyfrowej. Inicjatywy takie jak Europejski Tydzień Umiejętności Korzystania z Mediów mają na celu podnoszenie świadomości i promowanie najlepszych praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów na całym kontynencie.

Kolejną krytyczną potrzebą w zwalczaniu fałszywych wiadomości jest ustanowienie i wzmocnienie **ram regulacyjnych** które mogą skutecznie przeciwdziałać rozprzestrzenianiu się dezinformacji. W Europie Unia Europejska podjęła znaczące kroki w celu stworzenia bezpieczniejszego środowiska online poprzez inicjatywy takie jak **Akt o usługach cyfrowych (DSA)** i **Europejski kodeks postępowania w zakresie dezinformacji**. Przepisy te mają na celu zwiększenie przejrzystości platform cyfrowych i pociągnięcie ich do odpowiedzialności za treści, które udostępniają. DSA stanowi znaczący postęp w podejściu UE do regulowania platform internetowych. Wprowadza bardziej rygorystyczne wymagania dla platform w zakresie monitorowania i usuwania nielegalnych treści, w tym fałszywych wiadomości, oraz nakłada kary za nieprzestrzeganie przepisów. Te ramy regulacyjne mają na celu ochronę konsumentów, zapewnienie przejrzystości i stworzenie bardziej odpowiedzialnego ekosystemu cyfrowego. Ponadto unijny kodeks postępowania w zakresie dezinformacji, uruchomiony w 2018 r., był dobrowolnym porozumieniem z głównymi platformami internetowymi, takimi jak Facebook, Google i Twitter, w celu zwalczania dezinformacji. Chociaż poczyniono postępy, skuteczność tego kodeksu była ograniczona przez jego dobrowolny charakter, co doprowadziło do wezwań do wprowadzenia bardziej wiążących środków. Istnieje również potrzeba większej współpracy między krajami europejskimi w celu stworzenia jednolitego podejścia do regulacji platform cyfrowych. Dezinformacja nie zna granic, a fragmentaryczne podejście regulacyjne będzie mniej skuteczne w zwalczaniu jej rozprzestrzeniania się. Kraje europejskie powinny współpracować w celu zharmonizowania swoich przepisów i mechanizmów egzekwowania prawa, zapewniając spójne zwalczanie dezinformacji na całym kontynencie.

Świadomość społeczna jest kolejnym kluczowym elementem w walce z fałszywymi wiadomościami. Edukacja społeczeństwa na temat niebezpieczeństw związanych z dezinformacją i sposobów jej rozpoznawania ma zasadnicze znaczenie dla wspierania bardziej świadomego i czujnego społeczeństwa. Kampanie uświadamiające mogą odegrać znaczącą rolę w łagodzeniu wpływu fałszywych wiadomości, zachęcając jednostki do krytycznej oceny napotykanych informacji i poszukiwania wiarygodnych źródeł. Komisja Europejska wsparła kilka inicjatyw mających na celu podniesienie świadomości społecznej na temat zagrożeń związanych z dezinformacją. Obejmują one unijną kampanię "#ThinkBeforeSharing", która zachęca użytkowników mediów społecznościowych do weryfikowania dokładności informacji przed udostępnieniem ich online. Takie kampanie mają kluczowe znaczenie dla tworzenia

kultury krytycznego myślenia i sceptycyzmu wobec niezweryfikowanych informacji. Publiczne kampanie uświadamiające powinny być dostosowane do różnych grup demograficznych, biorąc pod uwagę różne poziomy umiejętności korzystania z mediów i zaangażowania cyfrowego w całej Europie. Na przykład młodszy odbiorcy mogą odnieść korzyści z kampanii wykorzystujących influencerów mediów społecznościowych do promowania umiejętności korzystania z mediów, podczas gdy starsi dorośli mogą lepiej reagować na tradycyjne kanały medialne, takie jak telewizja i prasa. Co więcej, publiczne kampanie uświadamiające powinny nie tylko skupiać się na negatywnych aspektach fałszywych wiadomości, ale także promować pozytywne zachowania, takie jak sprawdzanie faktów, odpowiedzialne dzielenie się informacjami i wspieranie wiarygodnych źródeł wiadomości. Wspierając kulturę krytycznego myślenia i sceptycyzmu wobec niezweryfikowanych informacji, kampanie te mogą pomóc ograniczyć rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości i ich wpływ na społeczeństwo.

Jednym z najważniejszych wyzwań w zwalczaniu fałszywych wiadomości jest **rola platform mediów społecznościowych w ich rozpowszechnianiu**. Media społecznościowe zmieniły sposób, w jaki ludzie konsumują wiadomości, umożliwiając szybkie i szerokie rozprzestrzenianie się informacji - zarówno prawdziwych, jak i fałszywych. Algorytmy wykorzystywane przez te platformy często nadają priorytet treściom, które generują zaangażowanie, co może obejmować sensacyjne lub wprowadzające w błąd informacje. Unia Europejska dostrzegła wyzwanie, jakie stanowią platformy mediów społecznościowych i podjęła kroki w celu jego pokonania poprzez regulacje takie jak Akt o Usługach Cyfrowych. Regulacja mediów społecznościowych pozostaje jednak złożona ze względu na ogromne ilości treści generowanych każdego dnia i potrzebę zrównoważenia wolności słowa z zapobieganiem szkodliwej dezinformacji. Rola mediów społecznościowych w rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości jest dodatkowo komplikowana przez efekt komora echa/pogłosowa (z ang. echo chamber), w której użytkownicy są bardziej narażeni na informacje, które wzmacniają ich istniejące przekonania. Może to prowadzić do utrwalania fałszywych narracji i utrudniać korygowanie dezinformacji. Sprostanie temu wyzwaniu wymaga nie tylko środków regulacyjnych, ale także wysiłków na rzecz promowania umiejętności cyfrowych i krytycznego myślenia wśród użytkowników mediów społecznościowych. Wysiłki Unii Europejskiej na rzecz współpracy z firmami z branży mediów społecznościowych doprowadziły do pewnych ulepszeń, takich jak wprowadzenie bardziej rygorystycznych zasad moderowania treści. Jednak środki te są często reaktywne, a nie proaktywne, a skuteczność samoregulacji przez te platformy została zakwestionowana. Potrzeba bardziej rygorystycznego nadzoru i odpowiedzialności jest oczywista, ponieważ rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości za pośrednictwem mediów społecznościowych nadal stanowi poważny problem.

Zaufanie do mediów i instytucji publicznych jest kolejnym krytycznym wyzwaniem w walce z dezinformacją. W całej Europie rośnie nieufność do tradycyjnych mediów, napędzana postrzeganiem stronniczości, sensacji i wpływów politycznych. Nieufność ta może prowadzić do poszukiwania alternatywnych źródeł informacji, które mogą być mniej wiarygodne i bardziej podatne na rozpowszechnianie fałszywych wiadomości. Spadek zaufania do tradycyjnych mediów jest złożoną kwestią, na którą wpływ ma kilka czynników, w tym wzrost

populizmu, rosnąca polaryzacja dyskursu politycznego i rozprzestrzenianie się mediów cyfrowych. W niektórych krajach europejskich brak zaufania został pogłębiony przez sponsorowane przez państwo kampanie dezinformacyjne, które mają na celu podważenie zaufania publicznego do instytucji demokratycznych i mediów. Odbudowa zaufania do mediów i instytucji publicznych wymaga wieloaspektowego podejścia. Organizacje medialne muszą priorytetowo traktować przejrzystość, dokładność i odpowiedzialność w swoich raportach. Powinny również angażować się w weryfikację faktów i zapewniać kontekst dla złożonych kwestii, aby pomóc odbiorcom lepiej zrozumieć wiadomości, które konsumują. Na poziomie europejskim inicjatywy takie jak **Europejska Ustawa o Wolności Mediów** mają na celu ochronę niezależności i pluralizmu mediów, które są kluczowe dla utrzymania zaufania publicznego. Zapewniając, że media działają bez nadmiernych nacisków politycznych i komercyjnych, UE dąży do stworzenia środowiska, w którym wiarygodne dziennikarstwo może się rozwijać. Co więcej, instytucje publiczne muszą poprawić swoje strategie komunikacyjne, aby dostarczać społeczeństwu jasnych, opartych na faktach i aktualnych informacji. Obejmuje to przejrzystość źródeł informacji i procesów decyzyjnych. W ten sposób mogą pomóc przeciwdziałać rozprzestrzenianiu się dezinformacji i przywrócić zaufanie publiczne do ich autorytetu.

Dysproporcje edukacyjne w Europie stanowią poważne wyzwanie w promowaniu umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia. W krajach z dobrze rozwiniętymi systemami edukacji uczniowie częściej otrzymują instrukcje w zakresie umiejętności korzystania z mediów, co pozwala im skuteczniej poruszać się w cyfrowym krajobrazie. Jednak w krajach, w których systemy edukacji są mniej solidne lub w których umiejętności korzystania z mediów nie są traktowane priorytetowo, jednostki mogą być bardziej podatne na dezinformację. Unia Europejska dostrzegła te rozbieżności i wezwała do zwiększenia wysiłków na rzecz włączenia umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania w państwach członkowskich. Inicjatywy takie jak unijny plan działania na rzecz edukacji cyfrowej podkreślają potrzebę nabycia przez wszystkich obywateli umiejętności cyfrowych, w tym umiejętności krytycznej oceny treści online. Zniwelowanie tych różnic wymaga skoordynowanych wysiłków rządów, instytucji edukacyjnych i organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Niezbędne jest zapewnienie, że edukacja medialna jest dostępna dla wszystkich, niezależnie od pochodzenia społeczno-ekonomicznego lub położenia geograficznego. Obejmuje to zapewnienie zasobów i szkoleń dla nauczycieli, opracowywanie programów nauczania dostosowanych do wieku oraz wspieranie możliwości uczenia się przez całe życie. Dysproporcje edukacyjne obejmują również populacje dorosłych, z których wielu mogło nie mieć możliwości rozwijania umiejętności cyfrowych podczas formalnej edukacji. W przypadku tych osób programy edukacyjne oparte na społeczności i kampanie uświadamiające mogą odegrać kluczową rolę w wypełnieniu luki i wyposażeniu ich w umiejętności potrzebne do identyfikowania i przeciwstawiania się dezinformacji.

Kilka krajów europejskich wdrożyło **skuteczne strategie w celu zwalczania fałszywych wiadomości** dostarczając cennych lekcji dla innych. Na przykład Finlandia była pionierem w edukacji medialnej, włączając ją do programu nauczania od szkoły podstawowej. Podejście to

doprowadziło do tego, że populacja jest bardziej odporna na dezinformację i służy jako model dla innych krajów. Niemiecka ustawa o egzekwowaniu przepisów sieciowych (NetzDG), wprowadzona w 2017 r., wymaga od platform mediów społecznościowych usuwania nielegalnych treści, w tym fałszywych wiadomości, w ciągu 24 godzin. Ustawa ta odegrała kluczową rolę w pociąganiu platform do odpowiedzialności i zapewnieniu, że szkodliwe treści są szybko usuwane. Podejście Niemiec podkreśla znaczenie silnych ram regulacyjnych w walce z dezinformacją. We Francji rząd podjął kroki w celu przeciwdziałania dezinformacji poprzez ustanowienie krajowej grupy zadaniowej zajmującej się monitorowaniem i zwalczaniem fałszywych wiadomości. Francuska ustawa przeciwko manipulacji informacjami, przyjęta w 2018 r., umożliwia władzom podjęcie kroków prawnych przeciwko tym, którzy rozpowszechniają fałszywe informacje mogące wpłynąć na wynik wyborów. To proaktywne podejście stanowi precedens dla innych krajów europejskich. Włochy również aktywnie zwalczają fake newsy, szczególnie w kontekście zdrowia publicznego. Rząd włoski nawiązał współpracę z organizacjami weryfikującymi fakty i platformami mediów społecznościowych, aby przeciwdziałać dezinformacji związanej z COVID-19. Wysiłki te obejmowały publiczne kampanie uświadamiające i promowanie dokładnych informacji za pośrednictwem oficjalnych kanałów.

Wspólne wysiłki, czyli współpraca między rządami, organizacjami medialnymi i społeczeństwem obywatelskim jest niezbędna do skutecznego zwalczania dezinformacji. W Unii Europejskiej **Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO)** odgrywa kluczową rolę w łączeniu weryfikatorów faktów, ekspertów w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów i naukowców, w celu zwalczania dezinformacji. EDMO wspiera monitorowanie i analizę dezinformacji w całej Europie oraz promuje najlepsze praktyki w zakresie umiejętności korzystania z mediów i weryfikacji faktów. Plan działania UE przeciwko dezinformacji, uruchomiony w 2018 r., również wspiera współpracę między państwami członkowskimi a sektorem prywatnym. Plan ten podkreśla znaczenie skoordynowanej reakcji na dezinformację, w tym dzielenia się najlepszymi praktykami, zacieśniania współpracy transgranicznej i promowania rozwoju nowych narzędzi do wykrywania i zwalczania fałszywych wiadomości. Ponadto UE ustanowiła systemy szybkiego ostrzegania w celu ułatwienia wymiany informacji między państwami członkowskimi na temat zagrożeń związanych z dezinformacją. Systemy te umożliwiają krajom szybsze reagowanie na pojawiające się kampanie dezinformacyjne i koordynowanie wysiłków na rzecz ich zwalczania. Wspólne wysiłki są również widoczne w pracy organizacji międzynarodowych, takich jak UNESCO, która opracowała wytyczne dotyczące umiejętności korzystania z mediów i promowania dziennikarstwa opartego na faktach. Współpracując z rządami i organizacjami pozarządowymi, UNESCO dąży do wzmocnienia globalnych wysiłków na rzecz zwalczania dezinformacji i wspierania rozwoju programów umiejętności korzystania z mediów.

Innowacje technologiczne odgrywają istotną rolę w zwalczaniu fałszywych wiadomości. Narzędzia takie jak algorytmy sprawdzania faktów oparte na sztucznej inteligencji, rozszerzenia przeglądarki, które oznaczają podejrzane treści, oraz platformy, które zbierają informacje sprawdzone pod kątem faktów, stają się coraz ważniejsze w walce z dezinformacją.

Technologie te mogą pomóc osobom fizycznym zidentyfikować fałszywe wiadomości i pomagają podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące informacji, które konsumują. W Europie kilka inicjatyw wykorzystało technologię do walki z dezinformacją. W ramach unijnego programu Horyzont 2020 sfinansowano badania nad nowymi technologiami wykrywania i zwalczania fałszywych wiadomości. Innowacje te mogą znacznie zwiększyć skuteczność wysiłków na rzecz zwalczania dezinformacji, zwłaszcza w połączeniu ze środkami edukacyjnymi i regulacyjnymi. Na przykład technologia sztucznej inteligencji jest wykorzystywana do analizowania ogromnych ilości treści online i identyfikowania wzorców wskazujących na dezinformację. Organizacje weryfikujące fakty w całej Europie opracowały również narzędzia, które pozwalają użytkownikom szybko zweryfikować dokładność informacji, które napotykają w Internecie. Narzędzia te są często zintegrowane z platformami mediów społecznościowych lub dostępne jako rozszerzenia przeglądarki, dzięki czemu są łatwo dostępne dla ogółu społeczeństwa. Można więc powiedzieć, że innowacje technologiczne nie ograniczają się do wykrywania fałszywych wiadomości; obejmują one również wysiłki na rzecz poprawy przejrzystości i odpowiedzialności platform internetowych. Na przykład, technologia blockchain jest badana jako sposób weryfikacji autentyczności źródeł wiadomości i śledzenia pochodzenia informacji. Zwiększając przejrzystość, takie technologie mogą pomóc ograniczyć rozprzestrzenianie się dezinformacji i przywrócić zaufanie do mediów internetowych.

Jednym z głównych zidentyfikowanych wyzwań jest niespójna integracja umiejętności korzystania z mediów na różnych przedmiotach i poziomach edukacji. Nauczyciele często napotykają trudności z połączeniem nauki umiejętności korzystania z mediów z programem nauczania ze względu na brak ustrukturyzowanych wytycznych i zasobów. Ta niespójność prowadzi do znacznych luk w wiedzy i umiejętnościach uczniów w zakresie krytycznej oceny informacji cyfrowych.

Szkolenie i wsparcie nauczycieli stanowią kolejne poważne wyzwanie. Wielu nauczycieli nie posiada wystarczającego przeszkolenia w zakresie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia, co skutkuje zróżnicowanym poziomem przygotowania nauczycieli. Potrzeba ciągłych programów rozwoju zawodowego ma kluczowe znaczenie, ponieważ obecne szkolenia często nie nadążają za postępem technologicznym i zmieniającymi się krajobrazami medialnymi. Ograniczenia zasobów dodatkowo komplikują skuteczne nauczanie umiejętności korzystania z mediów. Szkoły często borykają się z ograniczonym dostępem do nowoczesnych technologii i zaktualizowanych materiałów edukacyjnych. Ograniczenia te utrudniają wdrażanie kompleksowych programów umiejętności korzystania z mediów, utrudniając nauczycielom angażowanie uczniów w krytyczne myślenie o informacjach online. Nauczyciele stoją również przed wyzwaniem zaangażowania uczniów, którzy są w dużym stopniu uzależnieni od informacji w Internecie. Uczniowie często akceptują treści online bez krytycznej analizy, pod wpływem wygody i natychmiastowej dostępności źródeł cyfrowych. Takie poleganie na informacjach cyfrowych bez ich krytycznej analizy pogarsza

rozprzestrzenianie się dezinformacji. Kolejnym istotnym wyzwaniem jest szybki rozwój technologii. Systemy edukacyjne starają się nadążyć za tymi zmianami, co utrudnia bycie na bieżąco w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Kwestię tę potęguje wpływ algorytmów mediów społecznościowych i komór echa, które ograniczają ekspozycję na różne perspektywy i utrudniają krytyczną ocenę informacji.

Aby sprostać tym wyzwaniom, konieczne jest wieloaspektowe podejście obejmujące kompleksowe strategie i wsparcie systemowe. Jednym z kluczowych przyszłych kierunków jest opracowanie i wdrożenie standardowych programów nauczania umiejętności korzystania z mediów, które obejmują wszystkie poziomy edukacji. Programy te powinny koncentrować się na krytycznym myśleniu, ocenie źródeł i rozpoznawaniu uprzedzeń, zapewniając uczniom umiejętności potrzebne do odpowiedzialnego poruszania się po cyfrowym krajobrazie. Ciągły rozwój zawodowy nauczycieli ma kluczowe znaczenie. Programy szkoleniowe muszą obejmować zarówno techniczne aspekty narzędzi cyfrowych, jak i pedagogiczne strategie omawiania kontrowersyjnych tematów i dezinformacji. Takie programy powinny mieć na celu zwiększenie wiedzy nauczycieli w zakresie umiejętności korzystania z mediów i aktualizowanie ich o najnowsze narzędzia i metodologie. Alokacja zasobów jest kolejnym kluczowym obszarem do poprawy w przyszłości. Zapewnienie równego dostępu do narzędzi cyfrowych i zaktualizowanych materiałów edukacyjnych w szkołach ma zasadnicze znaczenie. Zwiększone finansowanie i wsparcie dla inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów może pomóc wypełnić lukę w zasobach, umożliwiając szkołom wdrażanie bardziej skutecznych programów. Ważne jest również zaangażowanie rodziców i społeczności. Zaangażowanie rodziców w działania na rzecz umiejętności korzystania z mediów może uzupełnić inicjatywy szkolne i zapewnić spójny przekaz na temat znaczenia krytycznego myślenia i odpowiedzialnego korzystania z mediów. Tworzenie partnerstw między szkołami, rodzicami i organizacjami społecznymi może sprzyjać środowisku wspierającemu uczniów.

Wreszcie, kluczowe znaczenie ma wspieranie kultury krytycznego dociekania i umiejętności korzystania z mediów poprzez wspólne wysiłki. Zainteresowane strony, w tym nauczyciele, decydenci, specjaliści ds. mediów i społeczeństwo obywatelskie, muszą współpracować w celu promowania umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia. Taka współpraca może prowadzić do opracowania spójnych polityk i alokacji zasobów niezbędnych do trwałego oddziaływania.

Zalecenia i wnioski

We **Włoszech** raport podkreśla potrzebę włączenia umiejętności korzystania z mediów do programów szkolnych na wszystkich poziomach. Zalecane są ustrukturyzowane programy

edukacyjne uczące krytycznego myślenia, weryfikacji źródeł i wpływu dezinformacji. Ciągły rozwój zawodowy nauczycieli ma kluczowe znaczenie, koncentrując się na wyposażeniu nauczycieli w umiejętności do skutecznego przekazywania wiedzy na temat umiejętności korzystania z mediów poprzez zajęcia praktyczne i ćwiczenia praktyczne. Należy przeznaczyć odpowiednie fundusze i zasoby na wsparcie tych inicjatyw, w tym zasoby na szkolenia nauczycieli, narzędzia cyfrowe i materiały edukacyjne. Zachęca się do współpracy z ekspertami zewnętrznymi, takimi jak dziennikarze i specjaliści ds. mediów, aby zapewnić uczniom praktyczny wgląd w proces tworzenia wiadomości i znaczenie weryfikacji informacji. Podkreśla się również promowanie krytycznego myślenia poprzez interdyscyplinarne programy, które łączą elementy naukowe i humanistyczne. Decydentom zaleca się opracowanie jasnych zasad i wytycznych w celu wspierania spójnego wdrażania edukacji medialnej we wszystkich szkołach, tworząc ujednolicone ramy do przyjęcia.

W **Austrii** nacisk kładzie się na modernizację edukacji w celu kompleksowej integracji umiejętności cyfrowych. Ciągły rozwój zawodowy nauczycieli uważa się za niezbędny, obejmujący zarówno techniczne aspekty narzędzi cyfrowych, jak i strategie pedagogiczne dotyczące omawiania kontrowersyjnych tematów i dezinformacji. Raport podkreśla znaczenie angażujących, grywalizowanych doświadczeń edukacyjnych, aby edukacja medialna była bardziej atrakcyjna dla uczniów. Współpraca między szkołami, rodzicami i organizacjami społecznymi ma kluczowe znaczenie dla stworzenia ekosystemu wspierającego uczniów. Zachęcanie do krytycznego podejścia do informacji i promowanie korzystania z zasobów weryfikujących fakty to kluczowe strategie w walce z rozprzestrzenianiem się fałszywych wiadomości.

Raport z **Cypru** wzywa do opracowania kompleksowych programów doskonalenia zawodowego, dostosowanych do potrzeb nauczycieli i wyposażonych w narzędzia pedagogiczne niezbędne do skutecznego włączenia umiejętności korzystania z mediów do ich praktyki nauczania. Obejmuje to strategie analizy treści, oceny źródeł i praktycznego zastosowania krytycznego myślenia w różnych obszarach tematycznych. Istnieje zgoda co do konieczności włączenia edukacji medialnej do podstawy programowej, a szkoły zachęca się do tworzenia klubów umiejętności korzystania z mediów i zajęć pozalekcyjnych, które sprzyjają praktycznemu uczeniu się. Reformy systemowe są niezbędne do instytucjonalizacji edukacji medialnej na wszystkich poziomach edukacji na Cyprze, opowiadając się za spójną polityką edukacyjną, która nakazuje włączenie umiejętności korzystania z mediów jako podstawowej kompetencji. Zaleca się publiczne kampanie uświadamiające w celu podniesienia świadomości na temat znaczenia umiejętności korzystania z mediów wśród decydentów, nauczycieli, rodziców i szerszej społeczności.

W **Grecji** podkreśla się potrzebę spójnego planu strategicznego w celu promowania umiejętności korzystania z mediów i informacji oraz zwalczania dezinformacji poprzez podejście holistyczne. Podkreśla się istotność rozpoczęcia edukacji medialnej od poziomu

szkoły podstawowej, ze specjalistycznymi działaniami dostosowanymi do wieku i zwiększanymi w miarę przechodzenia uczniów ze szkoły podstawowej do średniej. Raport wzywa do zajęcia się barierami systemowymi, takimi jak ograniczenia biurokratyczne i brak wyspecjalizowanych edukatorów medialnych, w celu zwiększenia skuteczności edukacji medialnej.

Zalecenia i wnioski z raportu na temat umiejętności korzystania z mediów i zwalczania dezinformacji w **Portugalii** podkreślają potrzebę kompleksowego i zintegrowanego podejścia. Podstawowym zaleceniem jest uwzględnienie umiejętności korzystania z mediów we wszystkich dyscyplinach edukacyjnych, poczynwszy od wczesnych etapów życia dzieci i kontynuując naukę na poziomie szkolnictwa wyższego. Takie zintegrowane podejście zapewnia, że uczniowie rozwijają umiejętności krytycznego myślenia niezbędne do skutecznego poruszania się w cyfrowym krajobrazie. Ciągły rozwój zawodowy nauczycieli jest również podkreślany jako kluczowy, z naciskiem na szkolenia w obszarach takich jak dezinformacja, umiejętność posługiwania się sztuczną inteligencją i umiejętność posługiwania się algorytmami.

Zaangażowanie rodzin i szerszej społeczności jest uważane za niezbędne w tworzeniu wspierającego środowiska uczenia się. Inicjatywy takie jak Cyfrowa Akademia dla Rodziców i projekt Cyfrowi Liderzy są zalecane jako obiecujące praktyki, które wspomagają rodziców umiejętnościami cyfrowymi i angażują uczniów w promocję bezpiecznego i świadomego korzystania z technologii cyfrowych. W raporcie podkreślono również znaczenie środków zapobiegawczych w walce z dezinformacją, takich jak strategie pre-bunkingowe i demonetyzacja witryn propagujących fałszywe informacje.

Ponadto raport wzywa do lepszej koordynacji i integracji różnych inicjatyw, aby uniknąć przeciążenia spowodowanego zbyt dużym podziałem projektów. Długoterminowe, kontekstowe projekty opracowane przez grupy szkolne i władze lokalne, które promują ciągłe i zbiorowe uczenie się, są proponowane jako skuteczne strategie. Zaangażowanie uczniów w te projekty ma zasadnicze znaczenie dla zapewnienia podejścia opartego na współpracy i włączeniu społecznym.

Postęp technologiczny i środki legislacyjne również odgrywają kluczową rolę w zwalczaniu dezinformacji. Portugalska Karta Praw Cyfrowych i projekt IBERIFIER Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych zapewniają ramy dla zajmowania się prawnymi i technicznymi aspektami dezinformacji. W raporcie podkreślono potrzebę solidnych ram wsparcia politycznego w celu wspierania społeczeństwa znającego się na mediach, zdolnego do krytycznego myślenia i świadomego podejmowania decyzji.

Rządy powinny priorytetowo traktować integrację umiejętności korzystania z mediów z krajowymi systemami edukacji, zapewniając, że uczniowie będą otrzymywać instrukcje

dotyczące krytycznego myślenia, sprawdzania faktów i odpowiedzialnej konsumpcji mediów od najmłodszych lat. Edukacja ta powinna być dostępna nie tylko dla uczniów, ale także dla dorosłych w ramach programów uczenia się przez całe życie. Kraje europejskie powinny współpracować w celu wzmocnienia ram regulacyjnych, które pociągają platformy cyfrowe do odpowiedzialności za rozpowszechnianie dezinformacji. Obejmuje to egzekwowanie istniejących przepisów, takich jak DSA, oraz opracowywanie nowych polityk, które odpowiadają na pojawiające się wyzwania w cyfrowym krajobrazie. Należy rozszerzyć i kontynuować kampanie uświadamiające obywateli na temat zagrożeń związanych z fałszywymi wiadomościami i sposobów identyfikowania dezinformacji. Kampanie te powinny być dostosowane do różnych grup demograficznych i dostarczane za pośrednictwem różnych kanałów, w tym tradycyjnych mediów, mediów społecznościowych i programów społecznościowych. Współpraca między rządami, organizacjami medialnymi, instytucjami edukacyjnymi i społeczeństwem obywatelskim jest niezbędna do stworzenia skoordynowanej reakcji na dezinformację. Kraje europejskie powinny wspierać i uczestniczyć w inicjatywach takich jak EDMO i innych wspólnych wysiłkach, które łączą zainteresowane strony w celu dzielenia się najlepszymi praktykami i opracowywania innowacyjnych rozwiązań. Priorytetem powinno być inwestowanie w innowacje technologiczne, które mogą pomóc w wykrywaniu i zwalczaniu fałszywych wiadomości. Rządy i partnerzy z sektora prywatnego powinni wspierać badania i rozwój w tej dziedzinie, zapewniając, że nowe narzędzia i technologie są szeroko i powszechnie dostępne. Wyzwanie związane ze zwalczaniem fake newsów i dezinformacji w Europie jest złożone i wieloaspektowe, co wymaga kompleksowego i skoordynowanego podejścia. Podczas gdy w krajach takich jak Finlandia, Niemcy i Francja poczyniono znaczne postępy, pozostaje jeszcze wiele do zrobienia, aby zapewnić, że wszyscy obywatele Europy są wyposażeni w narzędzia i wiedzę potrzebną do poruszania się po cyfrowym krajobrazie informacyjnym. Zwiększając umiejętności korzystania z mediów, wzmacniając ramy regulacyjne, promując świadomość społeczną, zachęcając do współpracy i wykorzystując innowacje technologiczne, kraje europejskie mogą budować odporność na rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości i zapewnić integralność swoich ekosystemów informacyjnych.

Podsumowując, **zalecenia podkreślają holistyczne podejście obejmujące solidne szkolenie nauczycieli, zaangażowanie społeczności, środki legislacyjne i postęp technologiczny.** Integracja umiejętności korzystania z mediów w całym spektrum edukacyjnym, wspierana przez zaawansowane badania i skoordynowane wysiłki, jest niezbędna do wspierania społeczeństwa zdolnego do krytycznego myślenia i świadomego podejmowania decyzji.

Ogólnie rzecz biorąc, raporty te wspólnie podkreślają **znaczenie włączenia umiejętności korzystania z mediów do programów nauczania, zapewnienia ciągłego rozwoju zawodowego nauczycieli, zapewnienia odpowiedniego finansowania i zasobów, wspierania współpracy z zewnętrznymi ekspertami i organizacjami społecznymi oraz opracowania jasnych zasad i wytycznych wspierających edukację w zakresie umiejętności korzystania z mediów.** Realizując te zalecenia, można osiągnąć cel, jakim jest wspieranie dobrze

poinformowanej i krytycznie myślącej młodzieży, zdolnej do odpowiedzialnego poruszania się po cyfrowym krajobrazie.

Bibliografia

Apestaartjaren 2024: Coroczne badania dotyczące korzystania z mediów i ich posiadania przez młodych ludzi we Flandrii. Retrieved from <https://www.mediawijs.be/nl/apenstaartjaren2024>

Aroldi, P., Carenzio, A., Cino, D., Paradisi, A., & Pratesi, A. (2022). Umiejętność korzystania z mediów a fałszywe wiadomości: Esperienze e best practice in Italia.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Retrieved from https://www.bmjbv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html

Cappuccio, G., & Compagno, G. (2020). L'illusione del sapere: L'universo delle fake news. Un'indagine esplorativa con gli adolescenti. MeTis - Mondi Educativi. Temi, Indagini, Suggestioni, 10(1).

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). Fake newsy w społeczeństwie pogrążonym w kryzysie: Kontekst, potencjalne rozwiązania i analiza. Relatório Obercom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Cyfrowy raport informacyjny Portugalia 2023. OberCom - Observatório da Comunicação.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2021). Relatório discurso de ódio e imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Dyskryminacja migrantów w usługach publicznych w Portugalii. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Relacja z doświadczeń dyskryminacji na imigracji w Portugalii. Casa Brasil de Lisboa.

Cruz, M. (2020). Fake news & desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal (praca magisterska, Instituto Politécnico de Viseu).

D'Errico, F., Papapicco, C., & Lamanna, I. (2022). Podatność nastolatków na fałszywe wiadomości i oszustwa rasowe: Analiza jakościowa na próbie włoskiej. Technologie multimodalne i interakcja, 6(20).

Dimitriadis, D. (2023). Krajobraz dezinformacji w Grecji. EU Disinfo Lab. Retrieved from <https://www.disinfo.eu/publications/disinformation-landscape-in-greece/#>

Drigas, A., Bravou, V., Demertzi, E., & Papagerasimou, Y. (2019). MeLDE: Umiejętność korzystania z mediów w erze cyfrowej: Wspieranie nauczycieli poprzez podejście ogólnoszkolne. Projekt MELDE.

EduTV. (b.d.). EduTv. Retrieved from <https://edutv.minedu.gov.gr/>

EDMO. (2020). Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych. Retrieved from <https://edmo.eu/>

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). A desinformação: Contexto Europeu e Nacional (Contributo da ERC para o debate na Assembleia da República). ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Esteves, F. (2019). W kwietniu 2019 r. portal Polígrafo uzyskał akredytację International Fact-Checking Network. Web Summit.

Komisja Europejska. (2018). Plan działania przeciwko dezinformacji. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-against-disinformation_en

Komisja Europejska. (2018). Kodeks postępowania w zakresie dezinformacji. Retrieved from https://ec.europa.eu/digital-strategy/policy/code-practice-disinformation_en

Biuro Analiz Parlamentu Europejskiego. (2018). Wielowymiarowe podejście do dezinformacji.

Retrieved from

[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU\(2018\)614537](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU(2018)614537)

Parlament Europejski. (2019). Platformy internetowe i jednolity rynek cyfrowy. Retrieved from https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0220_EN.html

Eurostat. (2023). Umiejętności cyfrowe w 2023 roku: Wpływ wykształcenia i wieku. Źródło: Eurostat.

Frau-Meigs, D. (2020). Pandemia pokazała nam, jak szybko dezinformacja może rozprzestrzeniać się w mediach społecznościowych. Sorbonne Nouvelle University.

Frau-Meigs, D. (2020). Siła EDMO leży w jego zdolności do łączenia różnorodnej grupy ekspertów i interesariuszy. Uniwersytet Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. (2021). Różnice edukacyjne w Europie oznaczają, że nie wszyscy mają taki sam dostęp do edukacji medialnej. Uniwersytet Sorbonne Nouvelle.

Harvard Business School online (2021), Data Literacy: an introduction for business, Business Inside Blog. Retrieved from <https://online.hbs.edu/blog/post/data-literacy>

Hobbs, R. (2017). Nauczanie umiejętności korzystania z mediów: Nowe kierunki i powiązania. Journal of Media Literacy Education, 9(1), 1-10.

Institut für Demoskopie Allensbach. (2020). Die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in der Schule: Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Lehrkräften im Februar/März 2020.

Wspólne Centrum Badawcze (JRC). (2019). Zautomatyzowane wykrywanie dezinformacji. Komisja Europejska. Retrieved from <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/automated-detection-disinformation>

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). Nauka o fałszywych wiadomościach. Science, 359(6380), 1094-1096.

Lessenskim, M. (2022). Raport Europejskiej Inicjatywy Politycznej (EuPI): Indeks umiejętności korzystania z mediów 2022. Open Society Institute Sofia. Retrieved from https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf

Livingstone, S. (2019). Aby skutecznie zwalczać dezinformację, musimy przywrócić publiczne zaufanie do mediów. London School of Economics.

Livingstone, S. (2020). Umiejętność korzystania z mediów to nie tylko uczenie ludzi rozpoznawania fałszywych wiadomości; chodzi o umożliwienie im krytycznego angażowania się we wszystkie formy mediów. London School of Economics.

Livingstone, S. (2021). Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych stanowi znaczący krok naprzód w naszych wysiłkach na rzecz zwalczania dezinformacji. London School of Economics.

Marangi, M., Pasta, S., & Rivoltella, P. C. (2023). Kiedy cyfrowe ubóstwo edukacyjne i ubóstwo edukacyjne nie pokrywają się: Opis społeczno-demograficzny i kulturowy, umiejętności cyfrowe, pytania edukacyjne.

MediaNest. (z.d.). Onderzoek in Vlaanderen naar het mediagebruik van 0- tot 18-jarigen en mediaopvoeding in gezinnen. In MediaNest Cijfers 2023 (pp. 02-07). Retrieved from https://assets.mediawijs.be/2023-05/Rapport%20MediaNest%20Cijfers_2023_v2.pdf

MedienScouts Hamburg. Eksperci ds. mediów cyfrowych. Retrieved from <https://li.hamburg.de/fortbildung/themen-aufgabengebiete/medienpaedagogik/medienscouts-657818>

Meßmer, A.-K., Sänglerlaub, A., & Schulz, L. (2021). "Quelle: Internet"? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stiftung Neue Verantwortung.

Ministerstwo Edukacji i Kultury, Finlandia. (2018). Krajowy program nauczania dla edukacji podstawowej 2014. Fińska Narodowa Agencja Edukacji. Retrieved from

<https://www.oph.fi/en/statistics-and-publications/publications/national-core-curriculum-basic-education-2014>

National Literacy Trust. (2018). "Fake News and Critical Literacy: Wpływ dezinformacji na młodych ludzi". <https://literacytrust.org.uk/policy-and-campaigns/all-party-parliamentary-group-literacy/fakenews/>

Niedersächsische Staatskanzlei. (2021, styczeń). Medienkompetenz in Niedersachsen Ziellinie 2025 [Kompetencje medialne w Dolnej Saksonii cel 2025]. Retrieved from <https://bildungsportal-niedersachsen.de/digitale-welt/medienbildung/vorgaben/medienkompetenz-in-niedersachsen-ziellinie-2025>

Nielsen, R. K. (2018). Referendum w sprawie Brexitu było punktem zwrotnym w zrozumieniu roli dezinformacji w wywieraniu wpływu na opinię publiczną. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2020). Konstrukcja platform mediów społecznościowych z natury sprzyja rozprzestrzenianiu się dezinformacji. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2021). Innowacje technologiczne, w szczególności te napędzane przez sztuczną inteligencję, mogą znacznie zwiększyć naszą zdolność do wykrywania i przeciwdziałania dezinformacji. Reuters Institute for the Study of Journalism.

News Literacy Project. (2019). News Literacy Project. Retrieved from <https://newsilit.org/>

Ofcom. (2021). "Dzieci i rodzice: Media Use and Attitudes Report". Pozyskano z: <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021/>

Pädagogische Hochschule Burgenland. (2024). Aktuelles Programm. Retrieved from <https://www.ph-burgenland.at/fortbildung-und-beratung/programm/aktuelles-programm>

Pädagogische Hochschule Kärnten. (2024). Fortbildungskatalog. Retrieved from <https://service.ph-kaernten.ac.at/fortbildungskatalog/>

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2023). Curriculum Hochschullehrgang Digitale Grundbildung [Program nauczania dla kursu uniwersyteckiego Cyfrowa edukacja podstawowa]. Retrieved from https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/lehrgaenge/720_714_Digitale_Grundbildung.pdf

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2024). Bildungsprogramm Sommersemester 2024 [PDF]. Retrieved from https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/Fortbildung/Bildungsprogramm_Sommersemester_2024.pdf

Pädagogische Hochschule Oberösterreich. (2024). Fortbildungsprogramm SEK 2024 [PDF]. Retrieved from https://ph-ooe.at/fileadmin/Daten_PHOOE/Fortbildung_II_und_Schulentwicklung/Seminaranmeldung/Fortbildungsprogramm-SEK-2024-Doppelseitig.pdf

Pädagogische Hochschule Steiermark. (2024). StudiVZ SCHiLF SCHÜLF 24/25 [PDF]. Retrieved from https://www.phst.at/fileadmin/Redakteure/Bilder/ZIDAS/SCHiLF_SCHueLF/StudiVZ__SCHiLF_SCH%C3%BCLF_24_25.pdf

Pädagogische Hochschule Vorarlberg. (2024). SchiLF-Angebote. Retrieved from <https://www.ph-vorarlberg.ac.at/schulentwicklung/digi-fuer-schulen/schilf-angebote#c5907>

Pädagogische Hochschule Wien. (2022). Ziel-Leistungsplan 2022-2024 [PDF]. Retrieved from <https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/2022/08/phwien-ziel-leistungsplan-2022-2024.pdf>

Pädagogische Hochschule Wien. (2024). Fortbildungsangebot SoSe 2024 [PDF]. Retrieved from https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/Veranstaltungsverzeichnis/Fortbildungsangebot_SoSe_2024.pdf

Papaioannou, T., & Themistokleous, A. (2018). Przegląd edukacji medialnej na Cyprze: Koncepcje i polityki. W S. Iordanidou (red.), Umiejętność korzystania z mediów: w poszukiwaniu koncepcji i funkcji umiejętności korzystania z mediów (s. 35-53). Advanced Media Institute/Metamesonykties Ekdoseis.

Pereira, L., Jorge, A., & Costa, C. (2014). Praktyki edukacji medialnej w Portugalii: Uma visão panorâmica. In I. Eleá (Ed.), Agentes e vozes: Um panorama da media-educação no Brasil, Portugal e Espanha (pp. 167-172). Nordicom.

Pew Research Center. (2019). "News Use Across Social Media Platforms."; Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>

Ramos, M. (2018). Gosto, logo existo: Educação medialna.

Santis, A., Sannicandro, K., Bellini, C., & Minerva, T. (2021). Szkolenie specjalistów w dziedzinie edukacji cyfrowej. LLL, 17(38), 324-338.

Save the Children. (2022). IMpossibile 2022: Povertà educativa digitale.

Segura Net. (2020). Segura Net: Direkcia Generalna ds. Edukacji. Retrieved from <https://www.seguranet.pt/>

Szwedzka Rada Mediów. (2019). Umiejętność korzystania z mediów i informacji. Retrieved from <https://statensmedierad.se/>

Szymaniak, J. (2020). Fake newsy: Zniekształcenia i manipulacje jako zagrożenie dla demokracji. Rola szkoły. Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość: T. XVI, 161-174. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2519>

Themistokleous, A. (2023). Edukacja medialna dzieci na Cyprze: Edukacja uczniów w zakresie krytycznego czytania reklam. Media Education - Studi, ricerche e buone pratiche, 14(1). <https://doi.org/10.36253/me-13368>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Zaburzenia informacyjne: W kierunku interdyscyplinarnych ram dla badań i kształtowania polityki. Rada Europy. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Wardle, C. (2019). Rozprzestrzenianie się dezinformacji stanowi fundamentalne wyzwanie dla demokracji. Pierwszy projekt.

Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). "Ocena informacji: Kamień węgielny obywatelskiego rozumowania online". Stanford History Education Group.

Światowe Forum Ekonomiczne. (2023). Ile osób w UE posiada podstawowe umiejętności cyfrowe? Światowe Forum Ekonomiczne.

Załącznik 1 - Lista osób zaangażowanych w fazę wywiadu i ich profil

Decydenci				
N°	Inicjały	Krótki profil	M/K/NB	Data zaangażowania
1	VT	Wizytujący pracownik naukowy: Instytut Uniwersytecki CIES-ISCTE w Lizbonie. Adiunkt - Universidade Autónoma de Lisboa. Ekspert: Rada Europy Punkt centralny (CIES-ISCTE) w IBERIFIER - Iberian Media Research and Fact-checking.	M	20/06/2024
2	MJH	Zastępca dyrektora generalnego ds. edukacji - Dyrekcja Generalna ds. Edukacji	K	31/05/2024
3	MFS	Twórca polityki. Ekspert w portugalskim urzędzie ds. komunikacji (ERC). Profesor uniwersytecki.	M	08/06/2024

4	CRM	Twórca polityki. Ekspert w Centrum Informacyjnym Jacques Delors w Portugalii. Profesor uniwersytecki	M	02/06/2024
5	MRM	Twórca polityki. Ekspert w zakresie przepisów prawnych dotyczących zwalczania dezinformacji i fałszywych wiadomości.	M	06/06/2024
6	S.O.	Naukowiec CNR	K	27/05/2024
7	L.D.M.	Ekspert ds. mediów, założyciel stowarzyszenia na rzecz umiejętności korzystania z mediów.	M	31/05/2024
8	M.M.	Kierownik projektu, projektant i członek Rete INA.	K	18/06/2024
9	M. B..	Kierownik projektu i dziennikarz	M	13/06/2024
10	G.C.	Dziekan szkoły średniej	M	5/052024
11	LC	Badacz w Instytucie Nauk Edukacyjnych, twórca krajowych programów nauczania historii, profesor uniwersytecki na Uniwersytecie w Bukareszcie.	K	19/04/2024
12	MF	Profesor uniwersytecki filozofii, kierownik wolontariatu klubu filozoficznego dla dzieci, Uniwersytet Babes-Bolyai w Klużu	K	19/04/2024
13	CL	Dyrektor Centrum Niezależnego Dziennikarstwa (NGO), Bukareszt	K	26/04/2024
14	BR	Koordinator programu w Centrum Niezależnego Dziennikarstwa (NGO), Bukareszt	K	26/04/2024
15	NV	Programista, menedżer, trener w Centrum Innowacji Publicznych (NGO), Bukareszt	K	17/04/2024
16	LT	Pracownik naukowy i założyciel Fact Check Cyprus (prywatny uniwersytet)	K	29/5/2024
17	CK	Akademicki (prywatny uniwersytet)	K	29/5/2024
18	NK	Dyrektor - Instytut Środków Masowego Przekazu (organ publiczny)	M	4/6/2024
19	DT	Wykładowca dziennikarstwa i mediów (uniwersytet publiczny)	M	30/6/2024
20	LT	Pracownik naukowy i założyciel Fact Check Cyprus (prywatny uniwersytet)	K	29/5/2024
21	BP	Ekspert ds. mediów, radykalizacji, języka wizualnego, polaryzacji i propagandy w Mediawijs. Flamandzkie centrum wiedzy na temat umiejętności cyfrowych i medialnych	M	05/06/2024 Online

22	OVD	Jest byłym nauczycielem, obecnie pracuje w Centrum Wiedzy Digisprong w ramach rządu flamandzkiego	M	17/06/2024 grupa fokusowa online
23	SS	Pracuje dla miasta Antwerpii w Departamencie Bezpieczeństwa Społecznego, koncentrując się na zapobieganiu niebezpiecznej radykalizacji.	K	17/06/2024 grupa fokusowa online
24	JB	Starszy badacz i wykładowca na Uniwersytecie Nauk Stosowanych w Artevelde. Jego badania koncentrują się obecnie na wykorzystaniu wiadomości i dezinformacji wśród dzieci i młodzieży.	M	24/06/2024 grupa fokusowa online
25	JS	Po latach pracy jako nauczyciel historii została wykładowcą i badaczem w skróconym programie kształcenia nauczycieli szkół średnich na Uniwersytecie Artevelde.	K	24/06/2024 grupa fokusowa online
26	OC	Specjalizuje się w wykrywaniu radykalizacji (online). Jest szefem Textgain Academy, spin-offu Uniwersytetu w Antwerpii specjalizującego się w sztucznej inteligencji, w szczególności w przetwarzaniu języka naturalnego.	M	19/06/2024 odpowiedział na pytania poprzez nagrywanie
27	S. P.	Dyrektor Departamentu Radiowej Telewizji Edukacyjnej i Mediów Cyfrowych, Ministerstwo Edukacji Narodowej	K	01/05/2024
28	I. G.	Przedstawiciel Regionalnej Dyrekcji Edukacji Podstawowej i Średniej w Attyce	M	02/05/2024
29	A. A.	Zastępca burmistrza ds. edukacji, gmina Pireus	K	02/05/2024
30	A. M.	Zastępca burmistrza ds. edukacji, gmina Paiania	M	30/05/2024
31	K. G.	Wiceburmistrz ds. edukacji, gmina Ag. Gmina Paraskevi	M	31/05/2024
32	A. G.	Wiceburmistrz ds. edukacji, gmina Nea Philadelphia	M	7/06/2024
33	DK	Pracownik Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.	K	22/05/2024
34	MK	Pracownik Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.	K	22/05/2024
35	PS	Pracownik Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.	K	22/05/2024
36	AK	Pracownik Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.	K	22/05/2024
37	MD	Pracownik Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Rzeszowie	M	22/05/2024

38	IOB	Kierownik ds. projektów międzynarodowych w IP Center	K	14/05/2024 online
39	AR	Asystent uniwersytecki, Post Doc na Uniwersytecie Wiedeńskim	K	15/05/2024 online
40	MS	Jednostka ds. edukacji medialnej w Federalnym Ministerstwie Edukacji, Nauki i Badań Naukowych	K	16/05/2024 online
41	BB	Kierownik pedagogiczny w Saferinternet.at	K	17/05/2024 online
42	MS	Kierownik ds. publicznych i komunikacji w Teach for Austria	K	24/05/2024 online
Aktorzy pracujący w szkole				
N°	Inicjały	Krótki profil	M/K/niebina rny	Data zaangażowania
1	CB	Nauczyciel zajęć pozalekcyjnych Student uniwersytetu	K	05/06/2024
2	LC	Profesor uniwersytecki. Kierownik i koordynator projektów.	M	01/06/2024
3	AVN	Nauczyciel szkoły średniej	M	05/06/2024
4	JMV	Profesor uniwersytecki. Ekspert w dziedzinie wpływu fałszywych wiadomości i dezinformacji na gospodarkę.	M	06/06/2024
5	JS	Profesor uniwersytecki.	M	05/06/2024
6	SP	Edukator medialny w szkołach jako misja lokalnego radia społecznościowego	M	03/06/2024
7	UP	Wykładowca na Uniwersytecie Edukacji Medialnej	K	04/06/2024
8	TS	Deweloper CPD	M	29/05/2024
9	FG	Nauczyciel w szkole średniej i koordynator wydziału nauk ścisłych	M	07/06/2024
10	FD	Dyrektor i trener nauczycieli	M	28/05/2024
11	C	Nauczyciel w szkole średniej	K	02/06/2024
12	S	Nauczyciel i trener AE języka niemieckiego jako języka obcego	K	07/06/2024
13	BB	Nauczyciel w szkole średniej	K	29/05/2024
14	SS	Nauczyciel w szkole VET	K	30/05/2024
15	G.G.	Uczy włoskiego i historii w szkole średniej.	K	29/05/2024

16	T.V.	Nauczyciel nauk biologicznych i nauk o Ziemi w szkole średniej.	K	29/05/2024
17	A.M.	Uczy psychologii ogólnej stosowanej uczniów szkół średnich, a także nauk społecznych i komunikacji.	K	29/05/2024
18	M.R.A.	Nauczyciel języka francuskiego w szkole średniej, z dużym doświadczeniem.	K	29/05/2024
19	B.L.D.	Pracownik administracyjny w szkole średniej. Pracuje głównie w księgowości, w ramach systemu szkolnego.	M	6/06/2024
20	CS	Nauczyciel nauk społecznych	K	19/04/2024
21	AG	Nauczyciel, dyrektor edukacji w prywatnej szkole, były dziennikarz	K	19/04/2024
22	HC	Nauczyciel języka rumuńskiego i literatury, inspektor szkolny, trener, autor podręczników, stały współpracownik czasopisma, okręg Cluj	M	17/04/2024
23	MH	Nauczyciel języka rumuńskiego i literatury, dyrektor szkoły, trener, autor podręczników, okręg Bistrita-Nasaud	K	17/04/2024
24	DM	Nauczyciel języka rumuńskiego i literatury, trener, Bukareszt	K	23/04/2024
25	MK	Student studiów licencjackich - przedstawiciel Klubu Dziennikarskiego Uniwersytetu Cypryjskiego	K	29/5/2024
26	EM	Nauczyciel szkoły średniej	K	8/6/2024
27	HN	Badacz-trener	K	8/6/2024
28	KA	Trener HR	K	8/6/2024
29	AM	Trener	M	8/6/2024
30	EA	Nauczyciel szkoły średniej	K	8/6/2024
31	LA	Nauczyciel szkoły średniej	M	8/6/2024
32	TA	Nauczyciel	M	8/6/2024
33	AS	Trener	K	8/6/2024
34	AK	Trener	K	8/6/2024

35	BA	Trener	M	8/6/2024
36	KS	Pracownik młodzieżowy - nauczyciel	M	8/6/2024
37	NL	Nauczyciel przedsiębiorczości	M	8/6/2024
38	SVB	Nauczyciel historii, geografii i przedmiotów humanistycznych	K	12/06/2024 grupa fokusowa online
39	CEF	Nauczyciel islamskiej edukacji religijnej	M	12/06/2024 grupa fokusowa online
40	HK	Aktywność obywatelska nauczycieli	M	12/06/2024 grupa fokusowa online
41	MZ	Sekretarz studencki	K	12/06/2024 grupa fokusowa online
42	EVH	Aktywność obywatelska nauczycieli	K	14/06/2024 online
43	Z. T.	Nauczyciel	K	12/04/2024
44	T. L.	Nauczyciel	K	12/04/2024
45	T. E.	Nauczyciel	K	12/04/2024
46	P. C.	Nauczyciel	K	12/04/2024
47	F. K.	Nauczyciel	K	12/04/2024
48	A. M.	Nauczyciel	M	12/04/2024
49	K. T.	Nauczyciel	M	12/04/2024
50	MJM	Asystent, doktorant na Politechnice Rzeszowskiej	K	22/05/2024
51	NP	Asystent uczelni, magister Politechniki Rzeszowskiej	K	22/05/2024
52	JSR	Asystent, doktorant na Politechnice Rzeszowskiej	K	22/05/2024
53	AMW	Asystent, doktorant na Politechnice Rzeszowskiej	K	22/05/2024

54	BZ	Asystent, doktorant na Politechnice Rzeszowskiej	M	22/05/2024
55	JH	Trener	K	30/04/2024 grupa fokusowa online
56	TZ	Trener	M	30/04/2024 grupa fokusowa online
57	VD	Trener	K	30/04/2024 grupa fokusowa online
58	MK	Trener	K	30/04/2024 grupa fokusowa online
59	VS	Nauczyciel	K	06/05/2024 online
Zainteresowane strony				
N°	Inicjały	Krótki profil	M/K/niebina rny	Data zaangażowania
1	BA	Edukator w zakresie umiejętności korzystania z mediów. Pracował jako międzynarodowy ekspert na Forum na temat umiejętności korzystania z mediów i informacji dla Sekcji Komunikacji i Informacji UNESCO. Założyciel Międzynarodowego Sympozjum Badań nad Umiejętnością Korzystania z Mediów. Przewodniczący Międzynarodowej Rady ds. Umiejętności Korzystania z Mediów (IC4ML). Autorka między innymi publikacji Media Literacy for Justice (ALA: Neal Schuman, 2022), Teaching Media Literacy (ALA: Neal-Schuman, 2019) oraz redaktorka Media Literacy, Equity and Justice (Routledge 2023). Nagrodzony Ogólnopolską Nagrodą Edukacji Medialnej 2021 Konsultant Nieformalnej Grupy ds. umiejętności korzystania z mediów (GILM)	K	31/05/2024
2	CM	Wiceprezes Stowarzyszenia Rodziców Szkoły São João de Brito Dziennikarz Wiceprezes Stowarzyszenia Rodziców Szkoły São João de Brito.	K	07/06/2024



3	VC	SUPERIOR TECHNICIAN/PSYCHOLOGIST - Psycholog w Multidyscyplinarnym Biurze Poszukiwań i Inwestycji - Urząd Miasta Vila Franca de Xira	K	6/06/2024
4	SS	Przedstawiciel stowarzyszenia rodziców	M	
5	LF	Pracownik uniwersytetu i trener	K	
6	PS	Ekspert ds. mediów	M	03/06/2024
7	L.S.	Dziennikarz	M	28/05/2024
8	L. G..	ORGANIZACJA POZARZĄDOWA	K	13/06/2024
9	ES	Profesor edukacji, Uniwersytet Al I Cuza w Jassach	K	16/05/2024
10	LM	Profesor edukacji, Uniwersytet Luciana Blagi w Sybinie	K	16/05/2024
11	NF	Kierownik działu komunikacji/dziennikarz	K	29/5/2024
12	MC	Członek Stowarzyszenia Rodziców i Federacji	M	3/6/2024
13	TV	Dziennikarz i ekspert ds. mediów cyfrowych dla VRT NWS	M	11/06/2024
14	TVL	Badacz UX i ekspert EduTech w VRT Sandbox	M	12/06/2024
15	H. V.	Fact-Checker, Greckie oszustwa	K	11/04/2024
16	L. G.	Dyrektor ds. praw człowieka i sztucznej inteligencji, Homo Digitalis	K	11/04/2024
17	E. D.	Dyrektor Departamentu Innowacyjnych Działań i Strategii, Wydział Cyberprzestępczości, Policja Grecka	K	18/04/2024
18	D. T.	Kierownik projektu, Centrum Technologiczne w Atenach	K	24/04/2024
19	AŁ	Student Uniwersytetu Rzeszowskiego	K	22/05/2024
20	ZH	Student Uniwersytetu Rzeszowskiego	K	22/05/2024
21	GT	Media Content Developer	K	18/04/2024 twarzą w twarz
22	PR	Ekspert ds. mediów	M	18/04/2024 twarzą w twarz

Załącznik 2 - Szablon wywiadu

1. Interesariusze

Pytania wprowadzające:

- Czy możesz powiedzieć nam więcej o sobie i swojej pracy związanej z fałszywymi wiadomościami, dezinformacją i umiejętnością korzystania z mediów?

140

- Jakie jest Twoje zdanie na temat aktualnego stanu wiedzy w tym zakresie?

Główne pytania:

- Jaka jest rola szkół w zwalczaniu dezinformacji?
- Jakie są mocne i słabe strony edukacji szkolnej w zakresie umiejętności korzystania z mediów i dezinformacji?
- Czy znasz jakieś dobre praktyki i/lub zasoby, które mogą być przydatne i skuteczne w zwalczaniu rozprzestrzeniania się dezinformacji lub pomagać w integracji umiejętności korzystania z mediów w środowisku szkolnym, z młodzieżą i nauczycielami?
- Jakie wyzwania stoją przed młodymi ludźmi w tej kwestii i/lub jakie zagrożenia z nią związane dostrzegasz?
- Czy możesz podzielić się przykładami udanych inicjatyw lub projektów, które umożliwiły nauczycielom i/lub uczniom zwalczanie fałszywych wiadomości i dezinformacji w środowisku edukacyjnym?
- Czy jest coś jeszcze, co chciałbyś dodać?

**Jeśli jesteś rodzicem, dodatkowe pytanie może brzmieć: czy uważasz, że sam musisz nauczyć swoje dziecko, jak radzić sobie z fałszywymi wiadomościami i dezinformacją?*

1.2. Decydenci

Pytania wprowadzające:

- Czy możesz powiedzieć nam więcej o swojej pracy i pracy, którą wykonujesz, związanej z fałszywymi wiadomościami, dezinformacją i umiejętnością korzystania z mediów?
- Jaki jest Twój pogląd na aktualny stan wiedzy w tym zakresie?

Główne pytania:

- Jaki jest stan wiedzy w kontekście krajowym? Czy umiejętność korzystania z mediów jest traktowana w sposób przekrojowy, w całym programie nauczania, czy też występuje samodzielnie, jeśli istnieje w krajowym programie nauczania?
- Czy znasz jakieś strategie, plany działania lub polityki w swoim kraju mające na celu zwalczanie dezinformacji i/lub promowanie umiejętności korzystania z mediów?
- Czy istnieją jakieś wytyczne dla nauczycieli/edukatorów, które należy wdrożyć do programu nauczania w zakresie umiejętności korzystania z mediów?
- Czy istnieje wsparcie dla wdrożenia tych wytycznych?
- Czy uważasz, że nauczyciele/edukatorzy potrzebują szkoleń, czy też są już przeszkoleni, a jeśli tak, to w jaki sposób są one realizowane?
- Czy prowadzony jest monitoring i ewaluacja nauczania i/lub uczenia się umiejętności korzystania z mediów? Jeśli tak, jakie są wyniki?
- Jakie środki proponujesz, aby wyposażać nauczycieli w niezbędne narzędzia i szkolenia, aby skutecznie radzić sobie z fałszywymi wiadomościami i promować umiejętność korzystania z mediów?
- Jaką rolę odgrywa technologia w zwiększaniu edukacji medialnej i zwalczaniu fałszywych wiadomości w szkołach?
- Jakie bariery dostrzegasz we wdrażaniu inicjatyw związanych z umiejętnością korzystania z mediów w szkołach i jak proponujesz je pokonać?



- W jaki sposób można wzmocnić partnerstwo między agencjami rządowymi, organizacjami pozarządowymi i instytucjami edukacyjnymi w celu wspierania inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów?
- Jakie znasz konkretne narzędzia i umiejętności, które można uznać za przydatne zasoby?

3. Podmioty pracujący w szkole

Pytania wprowadzające:

- Czy możesz powiedzieć nam więcej o swojej pracy i pracy, którą wykonujesz, związanej z fałszywymi wiadomościami, dezinformacją i umiejętnością korzystania z mediów?
- Jaki jest Twój pogląd na aktualny stan wiedzy w tym zakresie?

Główne pytania:

- Czy w Twojej szkole poruszany jest temat umiejętności korzystania z mediów i dezinformacji? Jeśli tak, to w jaki sposób?
- Czy napotykasz wyzwania związane z umiejętnością korzystania z mediów i dezinformacją w swojej szkole?
- Jakie widzisz potrzeby w zakresie zapobiegania dezinformacji i fałszywym wiadomościom?
- Czy możesz opowiedzieć nam o osobistym wydarzeniu związanym z tym tematem, z którym miałeś do czynienia?
- Czy chcesz podzielić się narzędziami i najlepszymi praktykami, które mogą wspierać szkolenia w zakresie umiejętności korzystania z mediów i zwalczania dezinformacji?
- Jaka metodologia najlepiej sprawdza się w pracy z uczniami?
- Czy możesz zidentyfikować jakieś istniejące zasoby, które mogłyby być wykorzystane w szerszej formie przez innych nauczycieli?
- Czy są jakieś wytyczne dla nauczycieli?
- Czy są jakieś programy szkoleniowe? Jeśli tak, czy możesz powiedzieć nam więcej?
- Czy uważasz, że istniejące szkolenia są wystarczające dla obecnych potrzeb?
- Jaka forma szkolenia byłaby według Ciebie bardziej przydatna?
- Czy możesz podzielić się z nami jakimiś zasobami, jeśli takie znasz?
- Czy zaobserwowałeś jakąkolwiek ewolucję w tym temacie w ciągu ostatnich 5 lub 10 lat?

Załącznik 3 - Kwestionariusze skierowane do osób dorosłych

Sekcja 1: Profil socjodemograficzny

1.1 Wiek

- 19-24 lata
- 25-35 lat
- 36-45 lat
- 46-55 lat
- +55 lat

1.2 Płeć

- Mężczyzna
- Kobieta
- Wolę nie mówić

1.4 Poziom wykształcenia

- Edukacja podstawowa
- Wykształcenie średnie
- Stopień licencjata
- Tytuł magistra
- Doktorat
- Kształcenie zawodowe

Inne _____

1.7 - Jesteś osobą, która jest:

- Bezrobotny
- Dziennikarz
- Wychowawca/nauczyciel
- Psycholog
- Student uniwersytetu
- Badacz
- Inne:

1.7.1 - Jeśli zaznaczyłeś, że jesteś nauczycielem, wybierz obszar nauczania:

- STEM
- Nauki humanistyczne
- Matematyka
- Sztuka
- Inne. Określ _____

Sekcja 2: Ekspozycja na źródła wiadomości

2.1 Podstawowe źródła wiadomości (wielokrotny wybór):

- ☐ Media społecznościowe
- ☐ Gazety/strony internetowe
- ☐ Telewizja
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Drukowane gazety/magazyny
- ☐ Inne (należy określić)

2.2 Częstotliwość angażowania się w treści informacyjne:

- Codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Co tydzień
- Rzadziej

2.3 - Poziom zaufania do różnych źródeł wiadomości: Oceń swoje zaufanie do następujących źródeł w skali od 1 (niskie zaufanie) do 5 (wysokie zaufanie):

- ☐ Media społecznościowe
- ☐ Gazety online/strony internetowe
- ☐ Telewizja
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Drukowane gazety/magazyny
- ☐ Inne (należy określić)

2.4- Które z poniższych portali społecznościowych są Twoim zdaniem najbardziej narażone na rozprzestrzenianie się fałszywych wiadomości i dezinformacji?

Oceń od 1 oznaczającego "najmniej prawdopodobne" do 5 oznaczającego "najbardziej prawdopodobne".

- YouTube 1-2 -3 - 4 -5
- Twitter/X 1-2-3-4-5
- Instagram 1-2-3-4-5
- Tik Tok 1-2-3-4-5
- Facebook 1-2-3-4-5

Sekcja 3: Postrzeganie i wpływ fałszywych wiadomości

3.1 - Świadomość fałszywych wiadomości: Czy kiedykolwiek spotkałeś się z czymś, co uważasz za fałszywe wiadomości?

- Tak
- Nie

3.2 Jak myślisz, w jakim stopniu fałszywe wiadomości mają wpływ na następujące kwestie?

Oceń od 1 do 5, przy czym 1 oznacza "wcale", a 5 oznacza "bardzo".

- Demokracja
- Życie osobiste
- Zdrowie
- Polityka
- Gospodarka
- Inne

3.3 Ocena wiarygodności: Jakie sposoby przyjmujesz, aby określić wiarygodność źródła wiadomości?

- Sprawdz źródła.
- Odniesienia do innych mediów.
- Zaangażuj się w otwartą dyskusję z innymi.
- Inne, należy określić

3.3. Jakie kryteria uważasz za ważne przy ocenie wiarygodności źródła wiadomości?

- Tytuł
- Błędy gramatyczne
- Autor
- Źródło
- Inne

Sekcja 4: Zachowania związane z poszukiwaniem informacji

4.1 - Jak często szukasz dodatkowych informacji, aby zweryfikować dokładność doniesień prasowych lub artykułów?

- Nigdy
- Często
- Bardzo często
- Zawsze

4.2 Gdzie zazwyczaj szukasz dodatkowych informacji, aby zweryfikować dokładność doniesień prasowych lub artykułów? (Wielokrotny wybór)

- Oficjalne rządowe strony internetowe
- Strony internetowe weryfikujące fakty

- Zaufane wiadomości
- Artykuły akademickie lub badawcze
- Inne (należy określić) _____

Sekcja 5: Umiejętność korzystania z mediów i edukacja

5.1 - Czy otrzymałeś jakiekolwiek formalne lub pozaformalne wykształcenie lub szkolenie w zakresie umiejętności korzystania z mediów?

- Tak
- Nie

5.1.1 - Z jakich środków rozwijania umiejętności korzystania z mediów lub krytycznego myślenia korzystałeś, jeśli w ogóle?

- Szkolenie bezpośrednie
- Kursy online
- Czytanie książek, artykułów
- Oglądanie filmów
- Słuchanie podcastów
- Żadne z powyższych
- Inne środki

5.2 - Jaki jest Twój preferowany format nauki? (wielokrotny wybór)

- Obecność
- Kurs online
- Książka
- Artykuł
- Wideo
- Podcast
- Inne:

5.3 - Jakie tematy chciałbyś mieć na kursie mającym na celu rozwijanie umiejętności korzystania z mediów i krytycznego myślenia?

- jak uzyskać dostęp i zlokalizować odpowiednie media i źródła informacji
- Jak rozpoznać fałszywe wiadomości i dezinformację?
- Jak oceniać jakość mediów

- jak korzystać z mediów, aplikacji i innych narzędzi w codziennym życiu
- jak chronić się przed wpływem fałszywych wiadomości
- jak opracowywać plany lekcji i wykorzystywać narzędzia w klasach
- Inne:

Sekcja 6: Potrzeby, najlepsze praktyki i przykłady

6.1 - Czy istnieją jakieś konkretne narzędzia, zasoby lub inicjatywy, które Twoim zdaniem mogą być skuteczne w zwalczaniu rozprzestrzeniania się fałszywych wiadomości? Jeśli jesteś nauczycielem, podaj informacje o zasobach, które już znasz:

6.2 - Jakich konkretnych szkoleń lub materiałów edukacyjnych potrzebujesz lub uważasz, że byłyby przydatne do poprawy MIL i przeciwdziałania dezinformacji?

Dziękujemy za Twój wkład!

Załącznik 4 - Kwestionariusz skierowany do młodzieży

Jako młoda osoba dorastaszaś dziś w zglobalizowanym świecie i przetwarzasz informacje z szerszej gamy źródeł niż kiedykolwiek wcześniej. W mediach społecznościowych i Internecie pojawia się coraz więcej fałszywych wiadomości i nieprawdziwych informacji. Chcielibyśmy poprosić Cię o wypełnienie tego kwestionariusza, aby dowiedzieć się, co o tym myślisz. Powinno to zająć nie więcej niż 5 minut.

A. WIEDZA I DOŚWIADCZENIE W ZAKRESIE FAŁSZYWYCH WIADOMOŚCI

- 1. Czym według Ciebie są "fałszywe wiadomości"?** (możesz wybrać więcej niż jedną opcję)
Fałszywe historie, które wydają się być wiadomościami, rozpowszechniane w Internecie
lub przy użyciu innych mediów.
Wiadomości, które są fałszywe i sfabrykowane
Wiadomości, które są celowo pisane jako nieprawdziwe
Inne
- 2. Skąd wiadomo, że wiadomość jest fałszywa?**
Została zweryfikowana
Udostępniona przez media głównego nurtu
Mój własny osąd
Inne
- 3. Z której z poniższych platform mediów społecznościowych korzystasz?**
 - ☐ Facebook
 - ☐ Twitter/X
 - ☐ Instagram
 - ☐ TikTok
 - ☐ Snapchat
 - ☐ Twitch
 - ☐ Discord
 - ☐ Whatsapp
 - ☐ LinkedIn
 - ☐ Pinterest
 - ☐ Google+
 - ☐ YouTube
 - ☐ Brak
 - ☐ Inne (należy określić)

4. Jakie są główne kanały, z których korzystasz jako źródło wiadomości?

- ☐ Media społecznościowe
- ☐ Gazety online/strony internetowe
- ☐ Telewizja
- ☐ Radio/Podcasty
- ☐ Drukowane gazety/magazyny
- ☐ Inne (należy określić)
- ☐ Celowo nie korzystam z żadnego źródła wiadomości

5. Czy znasz przykłady fałszywych wiadomości lub celowo wprowadzających w błąd informacji?

- ☐ Tak (określ rodzaj)
- ☐ Nie
- ☐ Nie mam pewności

Kilka przykładów można zobaczyć tutaj (każdy partner może znaleźć aktualne przykłady krajowe):

- *Supermodelki stosują te 3 proste triki, aby wyglądać młodo. Kliknij, aby je poznać.*
- *WAŻNE: Obama i Hillary obiecują teraz amnestię każdej nielegalnej osobie, która zagłosuje na demokratów*
- *Nowy gatunek pająka w USA ma śmiertelne ukąszenie, które zabiło pięć osób latem 2018 r.*

6. Jak często spotykasz się z fałszywymi wiadomościami?

- ☐ Co godzinę
- ☐ Każdego dnia
- ☐ Raz w tygodniu
- ☐ Prawie nigdy

7. Czy masz znajomych lub rodzinę, którzy celowo udostępniają fałszywe wiadomości?

- ☐ Tak
- ☐ Nie
- ☐ Nie mam pewności

8. Czy kiedykolwiek oznaczyłeś "fałszywe wiadomości"? lub jako Opcja: Czy znasz kogoś, kto oflagował fałszywe wiadomości?

Flagowanie: Proces identyfikowania lub oznaczania treści jako potencjalnie fałszywych, wprowadzających w błąd lub niewiarygodnych.

- ☐ Tak
- ☐ Nie

**9. Czy omawiałeś(-aś) temat fałszywych wiadomości w którejkolwiek z następujących sytuacji:
(możesz wybrać więcej niż jedną opcję)**

- ☐ W szkole
- ☐ Z rodziną
- ☐ Z przyjaciółmi
- ☐ W pracy
- ☐ Inne miejsca (należy określić)
- ☐ Nie rozmawiałem o fałszywych wiadomościach

10. Czy uważasz, że zostałeś odpowiednio nauczony radzenia sobie z fałszywymi wiadomościami?

- ☐ Tak
- ☐ Nie
- ☐ Nie mam pewności

11. Czy uważasz, że fałszywe wiadomości mają wpływ na Twoje zachowanie i zachowanie Twoich znajomych?

Oceń od 1 oznaczającego "bardzo duży wpływ" do 5 oznaczającego "brak wpływu".

- Wpływ fałszywych wiadomości 1-2-3-4-5

12. Oceń następujące źródło wiadomości od najbardziej do najmniej godnego zaufania

Opcje:

Media społecznościowe
Gazety/strony internetowe
Telewizja
Radio
Drukowane gazety/magazyny

13. Co jeszcze kojarzy ci się z "Fake News"? (pytanie otwarte - nieobowiązkowe)

● **INFORMACJE OGÓLNE**

14. Do której grupy wiekowej należysz?

- ☐ 12-15
- ☐ 16-18
- ☐ 18+

15. Jakiej jesteś płci?

- ☐ Kobieta
- ☐ Mężczyzna
- ☐ Wolę nie mówić