

Manipulacje medialne i fake newsy

Warsztat porusza podstawowe zagadnienia związane z mechanizmami manipulacji medialnych, ze szczególnym uwzględnieniem fałszywych wiadomości (fake news). Podczas zajęć uczniowie spotkają się nie tylko z teorią, ale sami zweryfikują treści dostępne w Internecie. Celem warsztatu jest rozwijanie umiejętności świadomego korzystania ze stron, serwisów informacyjnych oraz mediów społecznościowych, a efektem zajęć jest zwiększenie świadomości i umiejętność znalezienia wiarygodnych treści w Internecie.

Czas trwania: 90 min.

Grupa wiekowa: 14 do 19 lat.

Cele:

1) Cele ogólne:

- a) Rozwijanie umiejętności wykrywania manipulacji medialnych;
- b) Wskazanie źródeł wiarygodnych informacji;

2) Cele szczegółowe:

- a) Rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia i weryfikowania informacji;
- b) Poznanie metod i narzędzi służących weryfikacji informacji;
- c) Poznanie źródeł rzetelnych informacji;
- d) Rozwijanie kompetencji miękkich, zwłaszcza pracy zespołowej i komunikacji (wymiana poglądów, debata);

Potrzebne materiały:

Komputery z systemem Windows (ewentualnie telefony lub tablety), połączenie internetowe, przeglądarka Google Chrome, ew. prezentacja Mentimeter

Przygotowanie dla trenera:

Zapoznaj się z dodatkowymi materiałami i narzędziami obecnymi w scenariuszu.

ETAPY REALIZACJI

Czas	Opis ćwiczenia
5 min	Wprowadzenie: Przywitaj uczestników, przedstaw się i powiedz, czym jest ścieżka Cyberbezpieczeństwo <i>Cyberbezpieczeństwo to nie tylko warsztaty w temacie cyberbezpieczeństwa, ale spójna ścieżka edukacyjna nastawiona na jeden główny cel: świadome i bezpieczne poruszanie się w cyfrowym świecie.</i> <i>Cyberbezpieczeństwo to nie tylko zabezpieczenie swojego maila silnym hasłem i dwuetapowym uwierzytelnianiem. Aby zabezpieczyć swoje konto mailowe, musisz umieć rozpoznać Phishing. Żeby rozpoznać phishing, musisz rozumieć mechanizmy manipulacji. Żeby nie dać się fake newsom i manipulacjom medialnym, musisz wiedzieć, jak działa Twoja uwaga. A żeby być uważnym na różnego rodzaju niebezpieczeństwa, musisz wiedzieć jakie mechanizmy w sieci odciągają i osłabiają Twoją uwagę i cyfrowy dobrostan.</i> <i>Podczas tej ścieżki uczysz się, jak działają cyberataki, algorytmy profilujące, czy mechanizmy kreujące uzależnienie od smartfona. Bez straszenia, bez teorii dla teorii. Czekają Cię praktyczne warsztaty, kurs online, pokazy z wykorzystaniem płytki hakerskiej oraz konkurs i test wiedzy.</i> <i>To program dla tych, którzy chcą być bezpieczniejsi w sieci, a także dla tych którzy cyberbezpieczeństwem już się interesują i pasjonują.</i> i o czym jest dzisiejszy warsztat: jedno z popularnych zagrożeń cyberprzestrzeni, którego specjalnie jeszcze nie zdradzam. (UWAGA: nie wspominaj o temacie fake newsów, możesz to zrobić dopiero po pierwszym ćwiczeniu). Następnie dobierz uczestników w pary lub zespoły czteroosobowe. Podkreśl, że wszyscy uczestnicy mogą pracować na telefonach i komputerach, ale że do połączenia z prezentacją Mentimeter, powinien podłączyć się już tylko jeden reprezentant pary/zespołu. Jeżeli pracujecie tylko z prezentacją PowerPoint to każdy zespół powinien mieć swój komputer z dostępem do Internetu.

	Ustal z uczestnikami zasady towarzyszące nam podczas dzisiejszego warsztatu: - warsztat może być momentami dosyć techniczny i cyfrowy, nie wszystko może nam zadziałać od razu, a czasem komputery i smartfony/tablety mogą odmawiać współpracy. Starajmy się nie frustrować tym, że nie wszystko zadziała od razu i próbujmy spokojnie naprawiać błędy i szukać rozwiązania. - zasada 3+10 – Od czasu do czasu będę potrzebował/a Waszej pełnej uwagi. Jest tak dlatego, że będę tłumaczył/a na czym polega kolejne zadanie lub pokazywał/a sposób obsługi danej aplikacji. Jeśli przez te 3 minuty się rozproszycie, będziecie gadać lub będziecie zajmować czymś innym, to wtedy przez kolejne 10 minut dla Was nie będziecie w stanie pracować samodzielnie. - zasada dobrej współpracy – Pracujemy wspólnie, dzielimy się tabletem/komputerem i pomagamy sobie w parach i zespołach.
10 min	Artykuł Wyświetl artykuł z dziennika bulwarowego i daj uczestnikom chwilę na jego przeczytanie: 33-letni Zbigniew Bujak pierwszą osobą sądownie uznaną za trolla internetowego (http://dziennikbulwarowy.pl/145/prawomocnie-uznany-za-trolla-internetowego.html?u=1:33:0:77:QnVqYWs=) Oraz zapytaj czy uczestnicy wiedzą jakie mogą być konsekwencje takiego orzecznictwa? Co się zmieni w przestrzeni internetowej? Zapytaj czy rzeczywiście uważają, że takie zmiany nastąpią? Następnie zapytaj czy ktoś kojarzy dziennik bulwarowy? Czy komuś ten artykuł nie wydał się podejrzany? Jeśli tak, zapytaj co budziło naszą wątpliwość? Wytłumacz, że jest to artykuł fałszywy, który każdy może wygenerować samodzielnie na stronie Dziennik Bulwarowy, podstawiając w nim swoje dane osobowe. Podkreśl, że weryfikacja tego typu artykułu może nam zająć około 5 sekund jeśli wiemy, gdzie szukać. Jeśli wcześniej nie udało nam się tego zrobić, to w tym momencie nauczymy się weryfikacji informacji znalezionych w sieci. Na tym polegać będzie nasz dzisiejszy warsztat – poznamy mechanizmy manipulacji medialnych i będziemy wcielać się w rolę dziennikarzy weryfikujących fake newsy.
15 min	Manipulacje Manipulacje medialne to celowe działania w mediach, mające na celu ukryte kształtowanie opinii publicznej i postaw odbiorców, co prowadzi do ograniczenia krytycznego myślenia i wpływa na decyzje odbiorców. Jest to szersze pojęcie niż fake newsy („fałszywieści” to neologizm, propozycja purystów językowych przetłumaczenie tego pojęcia).

Spytaj uczniów, czy spotkali się z tym zjawiskiem. A może umieją wskazać, jakie to są działania.

Mechanizmy manipulacji:

- Selekcja informacji (gatekeeping) – dobieranie tylko niektórych faktów do stworzenia całości wypowiedzi.
- Ramkowanie (framing) – przedstawianie zdarzenia w już nacechowany sposób np. poprzez dobór słów, tonu głosu, drastycznych zdjęć.
- Teoria porządku dziennego / Agenda setting (częste powtarzanie określonych tematów) – bo „kłamstwo powtórzone tysiąc razy staje się prawdą” (J.Goebbels, minister propagandy)
- Ingracjacja (celowe pochlebstwa) – wkradanie się w cudze łaski w celu zyskania sympatii lub korzyści. Podlizywanie się konkretnej osobie lub gronie odbiorców. Mówienie tego, co odbiorca chce usłyszeć, a nie zawsze jest prawdą.
- Powtarzanie – aby odbiorca zapamiętał na dłużej
- Manipulacje językowe – bo odpowiedni dobór słów wpływa na emocje
- Przemilczenie – bo niepowiedziana prawda nie jest jeszcze kłamstwem

Mechanizmów manipulacji jest jeszcze więcej i nie jest to zbiór zamknięty. Nowe media (kanały komunikacji) stwarzają też nowe mechanizmy manipulacji. Jeszcze do niedawna zdjęcie było dowodem prawdziwości zdarzenia („pics or it didn’t happen”), aktualnie zdjęcia często są podważane jako twory AI.

Daisy

„Jeden obraz wart jest więcej niż tysiąc słów” (cytat Freda Barnarda, amerykańskiego specjalisty od reklamy z 1921r). Ludzie częściej myślą obrazami niż czytaniem tekstem. Na 1963r. datuje się pierwsze świadome użycie manipulacji medialnych, które wpłynęło na dalsze losy kraju (duża skala). W tym czasie w USA miała miejsce kampania prezydencka. System amerykański polega na wyborze kandydatów przez reprezentantów partii, a następnie obywatele głosują na jednego z dwóch kandydatów – demokratę i republikanina. Lata 60’ XX wieku to okres tzw. „zimnej wojny”, straszenia mieszkańców Zachodu nieprzewidywalnym Związkiem Radzieckim, wybuchem III wojny światowej i użyciem bomby atomowej na masową skalę. W obliczu takiego zagrożenia dwaj kandydaci – Johnson i Goldwater – mieli przeciwne strategie. Goldwater popierał spokojne pokojowe i dyplomatyczne podejście,

	podczas gdy Johnson otwarcie mówił, że tylko silne i uzbrojone USA mogą odstraszyć ZSRR. Społeczeństwo amerykańskie, pamiętające czas II WŚ (zwłaszcza Pearl Harbour) raczej popierało Goldwatera. I wtedy ktoś ze sztabu Johnsona wpadł na genialny pomysł. 7.09.63 r, w sobotę wieczorem, po filmie „rodzinnym”, a przed filmem „dorostym” (dokładnie o 21.50) wyemitowano reklamę zachęcającą do głosowania na Johnsona. Reklama trwa minutę i była wyemitowana tylko ten jeden raz, a wtedy nie było Internetu, nie było możliwości ponownego odtworzenia nagrania. Jednak przekaz był tak silny, że większość obywateli poznała treść, zmieniła zdanie i zagłosowała na Johnsona. Obejrzyjmy to nagranie. Spytaj uczniów, co zobaczyli i jak odbierają to nagranie. https://pl.wikipedia.org/wiki/Plik:Daisy_%281964%29.webm Nagranie gra na emocjach – zaczyna się od sielskiego obrazu dziecka, aby nagle przejść do konfliktu jądrowego i straszenia bezpośrednim zagrożeniem. Istotny jest tu dobór słów i obrazów. Twardy przekaz mówiący, że jeśli źle zagłosujesz to wszyscy zginiemy. Co ciekawe – Johnson jest uznawany za jednego z najlepszych prezydentów w sprawach wewnętrznych, natomiast jego polityka zagraniczna (wojna w Wietnamie, gdzie zginęło wielu Amerykanów „za cudzą sprawę”) była tak ostro krytykowana, że nie ubiegał się o reelekcję.
10 min	Po co fakenewsy Wiemy już, że mechanizmy manipulacji towarzyszą nam już od dawna (dużo dłużej niż istnieje telewizja). Natomiast jeszcze do stosunkowo niedawna niezależne media- gazety, radio i telewizja- były uznawane za „strażników” prawdomówności. Audycje i reportaże były przygotowywane z możliwie największą dokładnością i obiektywizmem. Aktualnie jednak bez najmniejszego problemu możemy się natknąć na informacje nieprawdziwe, świadomie wprowadzające odbiorcę w błąd. Po co robi się fake newsy? Spytaj uczniów

	Cele tworzenie fałszywych informacji są różne. Mogą być polityczne (na tym opiera się propaganda -do szerzenia ideologii, tworzenia postaw obywateli. Ale też dezinformacja, która zamazuje prawdziwy obraz i wprowadza zamieszanie). Fake newsy mogą nieść też autorom korzyści finansowe np. namawiając do zakupu towaru albo do wpłaty na jakiś podejrzany cel. Zdarzają się też wiadomości, które po prostu mają nagłośnić informacje o jakiejś znanej osobie (nieważne co mówią, ważne aby mówili). Fake newsy są więc zbliżone do plotki (chwytliwej informacji o kimś, niekoniecznie prawdziwej treści), błagi (kłamstwa, mającego na celu przypodobanie się komuś), paszkwilu (tekstu oczerniającego kogoś) lub kaczki dziennikarskiej (nieprawdziwej wiadomości, która ma zaciekać odbiorców i zwiększyć oglądalność). Fake news to nie jest żart, satyra czy parodia. Takie treści są również subiektywne i przekłamane, ale ich celem jest rozśmieszenie odbiorcy, a nie wpłynięcie na jego światopogląd i podejmowane decyzje.
25 min	Factcheckingowe narzędzia Podkreśl, że factchecking to często zadanie trudne i wymagające czasu. Zaznacz przy tym, że podstawowe zasady weryfikacji artykułu i źródeł powinien znać każdy świadomy odbiorca mediów. Wyświetl i omów elementy testu CRAAP, narzędzia do weryfikacji treści. https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-radzic-sobie-z-dezinformacja-12-zasad-stowarzyszenia-demagog/ https://www.szkolazklasa.org.pl/wp-content/uploads/2017/03/10-wskazowek_fake-news.pdf https://media.ceo.org.pl/aktualnosci/nie-tylko-fake-newsy https://mydigitallife.pl/uploads/CRAAP.pdf

	Takie fałszywe artykuły/ nagrania często są opatrzone zdjęciami. Jako gatunek jesteśmy wzrokowcami i lubimy artykuły o niewielkiej ilości tekstu, ale z wymownym zdjęciem. Stąd też taka popularność zdjęć zmienionych, stworzonych przez AI lub przedstawiających zupełnie inną sytuację. Jak to sprawdzić? Najprościej za pomocą wyszukiwania wstecznego, czyli sprawdzenia na których jeszcze (i w jakim kontekście) stronach opublikowano to zdjęcie. Np. Google grafika/image/lens. https://www.zerogpt.com jest stroną, która ocenia, czy zdjęcie zostało wygenerowane przez AI https://fotoforensics.com jest stroną, która wskazuje, które elementy zdjęcia są innej rozdzielczości i zostały wklejone. Mechanizm opiera się na przekształceniach Fouriera (bo matematyka jest królową nauk, nawet fotografii). Następnie podkreśl, że wszyscy uczestnicy powinni wyobrazić sobie, że w tym momencie wcielają się w factcheckera - osobę zajmującą się weryfikacją informacji i źródeł. Ich zadaniem jest przejrzanie kilku autentycznych artykułów lub wpisów, które ukazały się w Internecie i decyzja czy są to treści prawdziwe czy zmanipulowane lub fałszywe. Jeśli fałszywe, to z jakim rodzajem oszustwa, manipulacji lub kłamstwa mamy do czynienia? Wyświetl link do folderu z artykułami: https://drive.google.com/drive/folders/1s9tHX6G4B3Pije-1sexghjO7tE2BejRZ?usp=sharing Daj uczestnikom 10 minut na weryfikację wybranego artykułu, następnie zapytaj czy jest on prawdziwy? Jeśli nie, jakim typem manipulacji/fake newsa jest? po czym możemy to poznać? <i>W folderze znajdują się linki do artykułów i nagrań. Sprawdź przed zajęciami, czy nadal są dostępne.</i> Następnie chętne zespoły niech omówią, dlaczego wybrany artykuł jest fałszywy. Niech wskażą mechanizmy manipulacji i elementy testu CRAAP.
10 min	Sprawdzenie i podsumowanie

	Raz jeszcze wyświetl artykuł z dziennika bulwarowego. Zapytaj jakie wskazówki z materiałów pomocniczych mogłyby okazać się tu pomocne? Dopytaj: - Jaka jest data publikacji (czy licznik minut się zmienia? – czy ktoś zwrócił na to uwagę?)? - Kto jest autorem/kontakt do autora? - Kim jest redakcja/informacje o redakcji/kontakt do redakcji? - Jakie źródła wskazane są w tekście (jaki sąd wydał wyrok? NSA? W Pcimiu Dolnym?)? - Jakie źródło informacji jest na końcu tekstu (Czym jest Orient? Czym jest PAPs? Czy chodzi o Onet i PAP?)? - Czy artykuł jest sponsorowany (początek lub koniec tekstu)? - Dowody/Potwierdzenia (czy da się znaleźć wyrok? Czy są materiały potwierdzające dane zdarzenie?)?
10 min	Bańka Zatem czy jesteśmy skazani na otaczanie się nieprawdziwymi treściami. Niestety tak, a to wynika z mechanizmów działania Internetu, zwłaszcza mediów społecznościowych. Wchodząc na strony dotyczące konkretnych tematów wskazujemy algorytmom nasze zainteresowania. Lubiąc i subskrybując nagrania wskazujemy na nasze poglądy. Tworząc grupy pokazujemy kogo lubimy i jakimi osobami się otaczamy. To wszystko prowadzi do zamknięcia każdego z nas w bańce – niby widzimy przez ścianę, ale oddziela nas bariera. Taka bańka informacyjna przepuszcza do nas tylko wybrane informacje – te wybrane przez algorytm internetowy. Są to często informacje, które potwierdzają nasze poglądy, niedające szerszego spojrzenia. Nadzieja Jest jednak nadzieja na poprawę tej sytuacji. Podkreśl, że metoda, którą pracujemy w Centralnym Domu Technologii opiera się zawsze na dwóch stronach: jedna strona to podejście krytyczne – analiza, weryfikacja, ostrożność i świadomość. To podejście przydatne zarówno w obszarze cyberbezpieczeństwa, prywatności w sieci, jak i w przeglądaniu informacji medialnych.

	Zbyt krytyczne podejście może nas jednak też zaprowadzić w złą stronę – możemy wdrożyć tak restrykcyjne zasady bezpieczeństwa, że potem sami nie będziemy ich przestrzegać lub wylądować na teoretycznie „bezzstronnym” kanale z informacjami, który karmi nas będzie teoriami spiskowymi lub bardzo zmanipulowanym materiałem przebranym w hasło „niezależnego myślenia”. Drugą stroną w naszym podejściu jest zatem podejście konstruktywne. Takie podejście ma na celu wymierny pozytywny efekt – pozytywny konkret. Myśląc o bezpieczeństwie powinniśmy zatem skupiać się na jednym konkretnym kroku, który wykonam, a który zwiększy moje bezpieczeństwo w sieci. Np. dodać do swoich kanałów przynajmniej jedno źródło, które uznajemy za rzetelne – dodać PAP do obserwowanych, polubić stronę Demagoga, porównywać wpisy w polskich mediach z wpisami zagranicznych agencji, np. Reuters.
5 min	Zakończenie i podsumowanie Zapytaj który serwis lub źródło informacji uczestnicy uważają za najbardziej rzetelny? Zachęć uczestników do zrobienia jednej z tej wybranych rzeczy i podkreśl, że w miarę rozwoju naszej wiedzy i umiejętności możemy wtedy wykonać kolejny krok i kolejny. Gdy wszyscy skończą wypełniać posttesty, podziękuj wszystkim uczestnikom za wspólną pracę i zaangażowanie. Podziękuj nauczycielom za wsparcie i zachęć do zapoznania się z dalszą ofertą CDT.
20 min	*Get Bad News <i>Ćwiczenie dodatkowe. Może dla chętnych, może do domu albo na zastępstwo</i> Poproś uczestników warsztatów o wejście na stronę getbadnews.pl oraz wcielenie się w rolę „Fake’owego dziennikarza”, czyli twórcy fake newsów.

	Wytłumacz, że uczestnicy powinni przejść przez krótki tutorial (i najlepiej ominąć ankietę). Następnie, w ramach gry, wybierać będą Fake newsy do publikacji. Podkreśl, że na to ćwiczenie każda drużyna ma 15 minut, a następnie omówione zostaną wyniki drużyn – ilość obserwujących i wiarygodność. Podkreśl, że każda decyzja ma znaczenie i musimy starać się pilnować miernika wiarygodności przy jednoczesnym zwiększaniu zasięgów. Daj uczestnikom 15 minut na samodzielną grę i tworzenie fake newsów. Po 15 minutach zakończ grę i poproś o wpisanie/opowiedzenie o swoich wynikach. Docień najlepszą grupę. Wytłumacz przy tym, że celem gry nie jest zostanie realnym fake-newsowym dziennikarzem, lecz pokazanie mechanizmów manipulacji: - podszywanie się pod renomowane źródła lub znane osoby, - odwoływanie do emocji, - wybieranie tematów kontrowersyjnych - polaryzacja (potencjalnych) stron sporu, - dyskredytowanie instytucji i osób publicznych, - tworzenie spiskowych teorii, - trolling, czyli wzniecanie emocjonalnych dyskusji w internecie. https://www.getbadnews.pl/wp-content/uploads/2019/03/Bad-News-Game-info-sheet-for-educators-Polish.pdf Podkreśl, że teraz lepiej powinniśmy umieć rozpoznawać te mechanizmy w czytanych przez nas informacjach i artykułach.
	Spis artykułów i rozwiązań: Kamczatka- wpis o prawdziwych rekordowych opadach śniegu na Kamczatce, ale opatrzonego zdjęciem hałd śniegu, sięgających ósmego piętra. Zdjęcie jest wygenerowane przez AI. Jako przykład pozytywny jest artykuł Polskiego Radia 24, które zamieszcza zdjęcia agencji Reuters i East News.

	Kobiety to nieroby – nagranie Pawła Wyrzykowskiego, asystenta Grzegorza Brauna. Mężczyzna oczernia kobiety, nazywa „nierobami”. Jednocześnie przeinacza dane statystyczne, mówiąc że 2mln kobiet nic nie robi, podczas gdy dane GUS pokazują, że spośród 2mln bezrobotnych kobiet ponad • 600tyś uczy się, • prawie 700tyś. pracuje w domu i sprawuje opiekę nad bliskimi • ponad 300tyś choruje lub mają orzeczenie o niepełnosprawności • 48tyś jest na emeryturze (np. mundurowi) • 32tyś są zniechęcone i nie szukają pracy https://www.facebook.com/reel/1235867611923037 Do nagrania dołączamy dane GUS Kulik cienkodzioby- wiadomość o masowej śmierci milionów ptaków na skutek zderzenia z wiatrakami. Plus atak polityczny wymierzony w „lewaków”. Naprawdę zdjęcie przedstawia masowe upadki jerów (gatunek zięb) ze stresu po wystrzałach sylwestrowych fajerwerków w Bułgarii 1.01.2025. Kuliki cienkodziobe są już gatunkiem wymarłym (od 06.2025), a gdy żyły mieszkaly w basenie Morza Śródziemnego i Czarnego i nie dolatywały do Holandii. Nawrocki – zmontowane nagranie z prawdziwych przemówień i dołączonym wygenerowanym głosem Nawrockiego. Jest to wykorzystanie wizerunku i pozycji osoby publicznej do czerpania korzyści finansowych. Na nagraniu nie padają żadne konkretne dane banków/ instytucji czy mechanizmy działania piramidy finansowej. Jest za to gra na emocjach – aby szybko, bo „ostatnie miejsca”, „sąsiad już ma”. https://www.facebook.com/100086572008216/posts/25604538745906777/?rdid=5atxwSvazA0HR5Zf# Putin roni łzę- artykuł cytujący Putina, mówiącego że nigdy nie chciał wojny na Ukrainie. To co się dzieje to operacja wojskowa, niszcząca faszyzm. Cały tekst jest propagandowy, usprawiedliwiający działania wojenne przed światem. Ponadto, nigdzie nie ma podanych źródeł i dat. Nie wiadomo kiedy Putin to powiedział/ napisał. Dołączone zdjęcia przedstawia płaczącego Putina. Za
--	---

pomocą wyszukiwania wstecznego łatwo dojść, że to zdjęcie zostało zrobione w marcu 2012r. (10 lat przed inwazją na Ukrainę), a płacz jest spowodowany podrażnieniem oczu na mrozie.

Dlaczego tyjemy – artykuł negujący wpływ ilości kalorii na otyłość u ludzi. Język jest emocjonalny i agresywny („idiodietetyka”, „otumanieni”). Obraża czytelnika, podważa jego wiedzę. Autor (nieznany) przytacza nieprawdziwe fakty, aby udowodnić tezę, że człowiek powinien stosować dietę „bezeroślinną”. W tekście nie ma żadnych wyników badań, są jedynie dowody anegdotyczne, bo autor nigdy nie widział otyłych zwierząt.

Covid i rak – artykuł opisujący tajemniczy spisek, wiążący szczepionki przeciwko COVID z zachorowaniem na raka. Autor (nieznany) powołuje się na dane z czasopisma „Oncotarget”. Jest to istniejące czasopismo, ale o niskim poszanowaniu w świecie nauki (impact factor wynosi ok. 4, podczas gdy „Nature” i „Science” oscylują wokół 60). Autorzy badań pozostają nieznani, podobnie jak obiekty i metody ich badań. Słowa „rak” i „nowotwór” padają wymiennie, mimo, że to nie są synonimy. Nie ma też wskazania konkretnej choroby, która miałyby się rozwinąć po szczepieniu (też nie wiemy jakim – która firma? który wariant? która dawka?). Na koniec zrzucono brak dostępu do treści na tajemniczy cyberatak.

Avengers – artykuł w stylu sensacyjnym, o chwytliwym tytule (clickbait), natomiast treść nic nie wnosi. Trzyma w napięciu, a nie wyjaśnia. Celem jest zwiększenie klikalności i zysk dla autora.

Chrzest – artykuł o planowanych zmianach w wyborze rodziców chrzestnych. Artykuł jest napisany przez serwis ASZdziennik, znany z żartobliwych wpisów. Na końcu jest o tym informacja („wszystkie wiadomości są zmyślane”).

Pestki- artykuł dotyczący medycyny alternatywnej, niosący nadzieję osobom chorym na raka. Brak tu autora, źródeł, metod badań. Dość niebezpieczna treść w swoich konsekwencjach, gdyż zdesperowani chorzy faktycznie są gotowi zaryzykować wszystko, aby poprawić swój stan zdrowia.

	Rekin – artykuł o sensacyjnym odnalezieniu najstarszego kręgowca. Brak jednak źródeł, nazwisk badaczy (instytutów, uczelni). Metoda oceniania wieku też jest wątpliwa, gdyż organizmy nie rosną proporcjonalnie w ciągu całego życia. Zdjęcia są pobrane z gotowych baz, bez podpisu, co przedstawiają (który to gatunek rekina, czyja to ręka). Yoga – artykuł zachwalający zalety nowego modelu laptopa. Opis wydaje się obiektywny, natomiast na dole artykuł jest opisany „powstał we współpracy z marką Lenovo”, co wskazuje na charakter reklamowy (i korzyści finansowe). Reptilianie – artykuł z kontrowersyjnego źródła (strona „Odkrywamy zakryte” publikuje treści sensacyjne, tajemnicze, spiskowe). Brak autora, merytorycznych danych, badań, dowodów. Treść ma wzbudzić u czytelnika niepokój i chęć podważenia dotychczasowych źródeł wiedzy („wszyscy kłamią”).
--	---