

Gradivo 1

Naslov dejavnosti

Etični izzivi informacijskih motenj

Korak 1: FISINFORMACIJE, DEZINFORMACIJE, DEZINFORMACIJE**Primer 1 - napačne informacije****Naslov: "Virusna potegavščina trdi, da uživanje čokolade zdravi alergije"****Zakaj so to napačne informacije?**

V tem primeru napačnih informacij viralna objava v družabnih medijih trdi, da lahko uživanje velikih količin čokolade čudežno ozdravi alergije. Objava navaja, da je "nova študija" odkrila edinstveno spojino v čokoladi, ki preprečuje alergijske reakcije in krepi imunski sistem.

Napačne informacije se hitro širijo, saj ljudje delijo objavo, ne da bi preverili dejstva ali preverili vir. Nekateri ljudje, ki iščejo enostavno rešitev za svoje težave z alergijami, začnejo deliti svoje izkušnje z uživanjem čokolade in trdijo, da so se znebili svojih alergij.

Vendar je ob natančnejšem pregledu jasno, da prvotni članek ne vsebuje verodostojnih virov ali sklicevanj na ugledne študije. V resnici ni nobenih znanstvenih dokazov, ki bi potrjevali prepričanje, da lahko čokolada zdravi alergije.

Kljub prizadevanjem strokovnjakov in zdravstvenih organov, da bi ovrgli napačne informacije, se prvotna objava še naprej širi, kar je povzročilo val zavednih posameznikov, ki v svojo prehrano vključujejo prevelike količine čokolade v upanju, da se bodo rešili alergij. Ta primer kaže, kako lahko napačne informacije, če se razširjajo na veliko in niso kritično ovrednotene, prispevajo k širjenju napačnih prepričanj in potencialno škodljivega vedenja.

Primer 2 - Dezinformacije**Naslov: "Razkrito čudežno zdravilo za prehlad!"**

V zelo razširjenem spletnem članku je zapisano, da naj bi domnevni preboj v medicinski znanosti omogočil odkritje čudežnega zdravila za prehlad. Članek se sklicuje na ugledne ustanove in izmišljene citate neobstojećih strokovnjakov ter trdi, da je zdravilo rezultat večletnih revolucionarnih raziskav.

Dezinformacije opisujejo "skrivno sestavino", ki ob dodajanju dnevnim obrokom zagotavlja odpornost proti prehladu. Članek namiguje, da so se velika farmacevtska podjetja zarotila, da bi to čudežno zdravilo ostalo skrivnost, da bi zaščitila svoje dobičke od zdravil proti prehladu.

V resnici je celotna zgodba izmišljena pripoved, katere namen je ustvarjanje klikov in všečkov. Lažni članek izkorišča željo ljudi po hitrih rešitvah in nezaupanje v uveljavljene institucije. **Ta dezinformacijska kampanja** ne le zavaja javnost, ampak tudi spodkopava zaupanje v ugledne medicinske raziskave. To je primer, kako je mogoče ustvariti in širiti napačne informacije, da bi izkoristili slabosti ljudi in privedli do izkrivljenega razumevanja resničnosti.

Primer 3 - napačne informacije**Naslov: "Znanstveniki odkrili šokantne stranske učinke običajnih cepiv"**

* Dezinformacija je razširjanje zavajajočih ali lažnih informacij z namenom povzročitve škode ali zavajanja.

Nedavna študija, ki jo je izvedla skupina raziskovalcev, naj bi razkrila zaskrbljujoče stranske učinke, povezane s pogosto uporabljenimi cepivi. Študija kaže na povezavo med cepljenjem in povečanim tveganjem za nekatere zdravstvene težave. Ugotovitve so povzročile zaskrbljenost med starši in zdravstvenimi delavci.



Študija, ki je bila izvedena na majhnem vzorcu in z vprašljivimi raziskovalnimi metodami, nakazuje, da bi lahko cepiva povzročila različne zdravstvene težave, vključno z alergijami in razvojnimi zaostanki. Raziskovalci podajajo drzne trditve, ne da bi predložili trdne dokaze ali upoštevali druge dejavnike, ki bi lahko prispevali k opaženim učinkom.

Novice o teh domnevnih neželenih učinkih cepiv širijo nepotrebno paniko in krepijo nezaupanje v učinkovitost in varnost cepiv. V resnici je študija pomanjkljiva in ne vzdrži znanstvenega pregleda. Ta primer kaže, kako se lahko napačne informacije uporabijo za manipulacijo z javnim mnenjem in spodkopavanje zaupanja v pomembne javnozdravstvene ukrepe.



Gradivo 2

Naslov dejavnosti

Etični izzivi informacijskih motenj

Scenariji za igre vlog

Državljsko novinarstvo se razvija:

Scenarij: Udeleženci delujejo kot državljani, ki poročajo o aktualnem dogodku. Na družabnih omrežjih v realnem času izmenjujejo posodobitve, slike in videoposnetke, da bi javnost obvestili o razmerah.

Izziv za zdravje in dobro počutje:

Scenarij: Dva prijatelja se odločita, da se bosta lotila izziva na področju zdravja in dobrega počutja. Svojo pot dokumentirata v družabnih medijih in delita načrte treningov, zdrave recepte in napredek, da bi navdihnila druge, da se jima pridružijo.

Kampanja za ozaveščanje o okolju:

Scenarij: Udeleženci se vživijo v vlogo okoljskih aktivistov, ki organizirajo kampanjo. Uporabljajo družbene medije za širjenje dejstev o podnebnih spremembah, spodbujajo okolju prijazne prakse in svoje sledilce k sodelovanju pri trajnostnih ukrepih.

Virtualno srečanje knjižnega kluba:

Scenarij: Skupina prijateljev organizira virtualno srečanje knjižnega kluba. S pomočjo družbenih medijev razpravljajo o izbrani knjigi, delijo najljubše citate in vabijo druge, da se pridružijo razpravi ter tako oblikujejo digitalno bralno skupnost.

Potovalni blogerji raziskujejo:

Scenarij: Dva udeleženca nastopata kot popotniška blogerja, ki doživljata novo pustolovščino. Na družabnih omrežjih delita osupljive fotografije, potovalne nasvete in kulturna spoznanja, da bi svoje sledilce navdušila za raziskovanje iste destinacije.

Tehniški navdušenec Razpakiranje:

Scenarij: Tehnično podkovana oseba vzame najnovejšo napravo iz škatle in jo preizkusi. Svojo izkušnjo deli na družabnih omrežjih ter posreduje vpogled v funkcije, prednosti in slabosti naprave, da bi svojim sledilcem pomagala sprejeti premišljeno odločitev o nakupu.

Zgodba o uspehu spletnega učenja:

Scenarij: Učenec in učitelj delita svojo zgodbo o uspehu pri spletnem učenju. S pomočjo družbenih medijev razpravljata o učinkovitih učnih tehnikah, spletnih virih in pozitivnem vplivu virtualnega izobraževanja.

Projekt za izboljšanje doma:

Scenarij: Dva udeleženca se lotita projekta "naredi sam" (Do It Yourself). Postopek dokumentirata, delita fotografije pred in po izvedbi ter dajeta nasvete v družabnih medijih, da bi druge navdihnila za podobne projekte.

Dogodek za zbiranje sredstev, ki ga organizira občina:

Scenarij: Udeleženci organizirajo virtualno zbiranje sredstev za lokalno organizacijo. Uporabljajo družbene medije za širjenje informacij, deljenje povezav za donacije in obveščanje sledilcev o napredku pri doseganju cilja zbiranja sredstev.

