



**Co-funded by
the European Union**

AKTYWIZUJĄCY SCENARIUSZ LEKCJI

opracowany w ramach projektu

„INNOWACJE W EDUKACJI SZKOLNEJ”

Temat lekcji:

**Clickbait – kiedy nagłówek kłamie bardziej niż treść
(Analiza językowych i wizualnych chwytów mających przyciągnąć
uwagę)**

1. Cele lekcji

Uczeń:

- wie, czym jest **clickbait** i jakie ma cechy,
- rozpoznaje **językowe i wizualne triki nagłówków**,
- potrafi wskazać różnicę między rzetelnym nagłówkiem a manipulacyjnym,
- rozumie, **dłaczego tworzy się clickbait** (cel ekonomiczny, wpływ na emocje, manipulacja opinią),
- rozwija umiejętność **krytycznego czytania i analizy treści medialnych**.

2. Grupa docelowa

Uczniowie szkoły podstawowej

3. Metody nauczania

- Burza mózgów
- Mini-wykład z przykładami
- Analiza językowa nagłówków
- Ćwiczenie w grupach
- Dyskusja kierowana
- Refleksja indywidualna



**Co-funded by
the European Union**

4. Pomoce dydaktyczne / źródła

- Komputer, rzutnik lub tablica interaktywna
- Zestaw **nagłówków artykułów** (realistyczne, ale fikcyjne lub neutralne tematycznie) – rzetelne i clickbaitowe
- Karty pracy z pytaniami pomocniczymi do analizy
- Infografika „Jak działa clickbait?”
- Narzędzia i źródła edukacyjne:
 - Polska: <https://demagog.org.pl>, <https://konkret24.tvn24.pl>
 - Czechy: <https://manipulatori.cz>
 - Słowacja: <https://demagog.sk>
 - Ukraina: <https://www.stopfake.org/en/news/>
 - Unia Europejska: <https://edmo.eu>, <https://euvsdisinfo.eu>

5. Przebieg lekcji (45 min)

1. Wprowadzenie – czy każdy nagłówek mówi prawdę? (5–7 min)

1. Burza mózgów (2–3 min)

- Nauczyciel prosi uczniów, aby przypomnieli sobie nagłówki, które ostatnio widzieli w internecie (portale informacyjne, YouTube, TikTok, reklamy, social media).
- Uczniowie podają przykłady – mogą być neutralne lub sensacyjne (np. „Nikt się tego nie spodziewał!”, „Szokujące odkrycie lekarzy!”, „Ten trik zmieni twoje życie!”).
- Nauczyciel zapisuje kilka nagłówków na tablicy, a następnie pyta:
 - „Czy po kliknięciu w takie nagłówki treść zawsze była zgodna z tym, co obiecywał tytuł?”

2. Pytania naprowadzające do krótkiej dyskusji (2 min)

- Czy zdarzyło Wam się, że treść artykułu była zupełnie inna niż sugerował nagłówek?
- Dlaczego autorzy czasem tworzą nagłówki pełne emocji lub przesady?
- Czy nagłówek może być formą manipulacji – próbą sterowania naszymi emocjami lub decyzją o kliknięciu w link?
- Jakie emocje najczęściej wywołują sensacyjne nagłówki (np. szok, strach, ciekawość, oburzenie)?



**Co-funded by
the European Union**

(Nauczyciel może zapytać, czy uczniowie czują się wtedy „zmanipulowani” albo czy zdarzyło im się żałować, że kliknęli w taki artykuł).

3. Dopowiedzenie nauczyciela – rozszerzone informacje merytoryczne (2–3 min)

- **Clickbait to przynęta na kliknięcia – nagłówek lub miniatura (np. zdjęcie w filmie na YouTube), który ma skłonić odbiorcę do wejścia w treść, często stosując:**
 - przesadzone lub dramatyczne sformułowania („nikt nie uwierzy...”, „szokujące odkrycie!”),
 - celowe pomijanie istotnych faktów, aby zbudować napięcie lub poczucie tajemnicy,
 - obietnice niezwyklej treści, która ostatecznie okazuje się zwyczajna lub niezgodna z nagłówkiem.
- **Główny cel clickbaitu:**
 - zarobek – im więcej kliknięć, tym więcej wyświetleń reklam i pieniędzy dla autora strony,
 - wpływanie na opinię publiczną – nagłówek może zmienić sposób, w jaki myślimy o danym wydarzeniu, jeszcze zanim przeczytamy treść artykułu,
 - rozprzestrzenianie fake newsów – sensacyjne tytuły przyciągają uwagę i są chętnie udostępniane, nawet jeśli zawierają nieprawdę.
- **Problem z clickbaitem:**
 - może prowadzić do dezinformacji, bo wiele osób czyta tylko nagłówek i nie sprawdza treści,
 - utrwala w sieci kulturę „sensacji”, w której najbardziej emocjonalne wiadomości rozchodzą się najszybciej, nawet gdy są fałszywe lub mylące.

2. Mini-wykład: Czym jest clickbait i jak działa? (10–12 min)

1. Wprowadzenie (1–2 min)

- Nauczyciel pyta uczniów:
 - „Czy zdarzyło Wam się kliknąć w artykuł lub film, którego tytuł obiecywał sensację, a treść była nudna albo zupełnie inna?”



**Co-funded by
the European Union**

- „Dlaczego takie nagłówki przyciągają naszą uwagę?”
- Krótkie wyjaśnienie: clickbait to „przynęta na kliknięcia” – specjalnie skonstruowany nagłówek lub miniatura, która zachęca do wejścia w treść, ale często wprowadza w błąd lub przesadza, aby zdobyć jak najwięcej wyświetleń.

2. Cechy clickbaitowych nagłówków (4–5 min)

Nauczyciel omawia najczęstsze techniki, podając przykłady:

1. Sensacyjne słowa

- Używanie emocjonalnych, dramatycznych wyrazów:
 - „SZOK!”, „PRZERAŻAJĄCE!”, „NIE UWIERZYSZ, CO SIĘ STAŁO...”, „TAJNY PLAN RZĄDU”.
- Cel: wzbudzić ciekawość i emocje, by skłonić do kliknięcia.

2. Wyolbrzymienie i dramatyzowanie

- Tworzenie wrażenia, że wydarzenie jest ważniejsze lub bardziej niebezpieczne, niż w rzeczywistości.
- Przykład: „Ten zwykły napój ZABIJA miliony ludzi dziennie!” – a treść dotyczy picia napojów gazowanych w nadmiarze.

3. Pytania bez odpowiedzi

- Forma nagłówka, która zostawia tajemnicę, np.:
 - „Czy Twój telefon Cię podsłuchuje? Prawda jest szokująca!”
- Mechanizm psychologiczny: odbiorca chce poznać odpowiedź, nawet jeśli tekst nie zawiera rzetelnych informacji.

4. Manipulacyjne zdjęcia i grafiki

- Miniatury wideo lub obrazki, które nie pasują do treści lub są przesadzone: dramatyczne kolory, krzykliwe napisy, wyolbrzymione emocje na twarzach.
- Często służą zwabieniu uwagi podczas przeglądania strony lub mediów społecznościowych.

5. Obietnice niezwyklej treści lub nagrody

- Nagłówki sugerujące szokujące odkrycie, cudowne rozwiązanie problemu, np.
 - „Ten jeden trik sprawi, że schudniesz w tydzień – lekarze go nienawidzą!”.



**Co-funded by
the European Union**

(Można pokazać przykłady clickbaitowych miniatur z YouTube – np. tytuły z wielkimi literami i przesadzonymi emotikonami).

3. Cele tworzenia clickbaitów (2–3 min)

- Ekonomiczne:
 - Każde kliknięcie = wyświetlenie reklam, a więc więcej pieniędzy dla autora strony lub kanału.
 - Nawet jeśli treść jest słaba, liczy się liczba kliknięć, nie jakość informacji.
- Manipulacyjne:
 - Clickbait jest używany do sterowania emocjami odbiorców: wywołania strachu, gniewu, oburzenia, ale też ciekawości czy nadziei.
 - Emocje sprawiają, że częściej udostępniamy treść, nawet jeśli jej nie przeczytaliśmy.
- Wzmacnianie fake newsów:
 - Clickbaitowe nagłówki często rozchodzą się szybciej niż faktyczne wiadomości, bo są bardziej emocjonalne i łatwe do zapamiętania.
 - Dzięki temu fałszywe informacje rozprzestrzeniają się wirusowo, zanim zostaną sprawdzone.

4. Konsekwencje clickbaitów (2 min)

- Powierzchowna wiedza: wielu użytkowników czyta tylko nagłówki, a nie treść artykułu – to prowadzi do półprawd lub błędnych przekonań.
- „Pogoń za sensacją”: media rywalizują o naszą uwagę, tworząc coraz bardziej przesadzone tytuły, co obniża jakość informacji w internecie.
- Dezinformacja i chaos informacyjny: sensacyjne tytuły łatwo prowadzą do udostępniania nieprawdziwych treści, utrwalania plotek i fake newsów.
- Zmęczenie informacyjne: odbiorcy przestają ufać mediom, czują się oszukani lub manipulowani.

5. Podsumowanie i pytanie do uczniów (1 min)

- Clickbait to narzędzie przyciągania naszej uwagi, ale często kosztem prawdy i rzetelności.
- Nauczyciel zadaje pytanie:
 - *„Czy można tworzyć nagłówki, które są ciekawe, ale nie wprowadzają w błąd? Jak mogłyby wyglądać?”*

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- (Zachęta do dalszej dyskusji w kolejnej części lekcji.)

3. Ćwiczenie grupowe – „Który nagłówek kłamie?” (15–20 min)

Cel ćwiczenia

- Rozwijanie umiejętności rozpoznawania clickbaitowych nagłówków.
- Uczenie analizy językowych i wizualnych trików, które mają wpływać na nasze emocje i decyzję o kliknięciu.
- Ćwiczenie w tworzeniu rzetelnych, informacyjnych tytułów zamiast sensacyjnych.

1. Podział na grupy (1 min)

- Klasa dzieli się na zespoły 3–4 osobowe.
- Każda grupa otrzymuje zestaw 6 nagłówków (3 clickbaitowe, 3 rzetelne).
- Nagłówki powinny być realistyczne, ale fikcyjne lub neutralne politycznie, np.:
 1. „Szok! To jedzenie może zabić w minutę – lekarze ostrzegają!”
 2. „Nowe badania: dieta bogata w błonnik zmniejsza ryzyko chorób serca.”
 3. „Nikt się tego nie spodziewał! Zobacz, co zrobił ten polityk podczas spotkania.”
 4. „Wczoraj w Krakowie otwarto największy park edukacyjny dla dzieci.”
 5. „Ten jeden trik sprawi, że zapłacisz za prąd o połowę mniej!”
 6. „Nowy raport WHO: zmiany klimatu wpływają na zdrowie psychiczne młodzieży.”

2. Narzędzie pomocnicze – „Karta 10 trików clickbaitowych” (2–3 min)

Każda grupa dostaje kartę z listą 10 trików, które autorzy clickbaitów najczęściej stosują:

Nr Trik clickbaitowy	Przykład
1 Szokujące słowa i wykrzykniki	„SZOK!”, „PRZERAŻAJĄCE!”
2 Tajemnica, niedopowiedzenie	„Nie uwierzysz, co się stało...”
3 Obietnica niezwykłego efektu	„Ten trik zmieni twoje życie...”
4 Straszanie i wzbudzanie lęku	„To jedzenie może cię zabić!”
5 Pytania bez odpowiedzi	„Czy twój telefon cię podsłuchuje?”
6 Przesadzone emocje	„Wszyscy są w szoku!”, „Nikt nie może w to



**Co-funded by
the European Union**

Nr Trik clickbaitowy	Przykład
	„uwierzyć!”
7 Wyolbrzymianie faktów	„Największy skandal w historii...”
8 Manipulacyjne zdjęcia/grafiki	Miniatury z krzykliwymi napisami, dramatyczne kolory
9 Obietnica ujawnienia „tajnych informacji”	„Firmy ukrywają ten sekret przed tobą!”
10 Liczby bez kontekstu	„10 razy większe ryzyko!”, bez podania źródeł

3. Zadanie grupowe (7–8 min)

Każda grupa:

1. Oznacza nagłówki clickbaitowe – wskazuje, które tytuły są sensacyjne, a które rzetelne.
2. Zaznacza użyte triki z listy 10 trików clickbaitowych – może być więcej niż jeden trik w jednym nagłówku.
3. Proponuje bardziej rzetelny tytuł dla co najmniej jednego clickbaitowego nagłówka, tak aby przekazywał treść w sposób informacyjny, bez manipulacji emocjami.

Tabela do wypełnienia:

Nagłówek	Clickbait? (Tak/Nie)	Jaki trik użyto? (nr z listy)	Lepsza wersja nagłówka
1			
2			

4. Prezentacja wyników (4–5 min)

- Każda grupa prezentuje swoje wnioski w 2–3 minutach:

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- które nagłówki uznała za clickbaitowe,
 - jakie triki zostały wykorzystane,
 - jak można inaczej napisać nagłówek, aby był ciekawy, ale rzetelny.
- Nauczyciel zapisuje na tablicy najczęściej używane triki, tworząc wspólną listę ostrzegawczą dla całej klasy.

5. Podsumowanie ćwiczenia (1–2 min)

- Clickbait działa, bo wywołuje emocje i ciekawość, ale często wprowadza w błąd lub przesadza.
- Nie warto udostępniać treści tylko na podstawie nagłówka – trzeba sprawdzić źródło i przeczytać artykuł.
- Każdy może nauczyć się tworzyć nagłówki ciekawe, ale rzetelne, które zachęcają do czytania faktów, a nie manipulacji.

4. Dyskusja: Dlaczego klikamy w clickbait? (8–10 min)

Cel dyskusji

- Zrozumienie mechanizmów psychologicznych, które sprawiają, że clickbait przyciąga uwagę.
- Uświadomienie sobie, jak emocje i ciekawość wpływają na decyzje użytkowników internetu.
- Wypracowanie zasad bezpiecznego korzystania z treści online i odporności na manipulacyjne nagłówki.

1. Pytania do uczniów (podstawowe)

1. Co sprawia, że niektóre nagłówki kuszą do kliknięcia, nawet jeśli wiemy, że mogą przesadzać?
2. Czy emocjonalne tytuły są bardziej „wciągające” niż neutralne fakty? Dlaczego?
3. Jak clickbait wpływa na naszą ocenę treści, zanim w ogóle przeczytamy artykuł?
4. Czy można całkowicie uniknąć clickbaitu w internecie? Czy jest to realne?
5. Jak powinniśmy reagować, gdy zauważymy, że nagłówek wprowadza w błąd lub przesadza?

2. Dodatkowe pytania pogłębiające



Co-funded by the European Union

- Czy zdarzyło Wam się udostępnić artykuł tylko na podstawie tytułu, bez czytania treści?
- Jakie emocje najczęściej popychają ludzi do kliknięcia – ciekawość, strach, gniew, radość, poczucie tajemnicy?
- Czy zauważyliście, że niektóre nagłówki obiecują sensację, a potem w tekście prawie nic się nie dzieje? Jak się wtedy czuliście?
- Czy większa liczba polubień i komentarzy przy nagłówku sprawia, że wydaje się on bardziej prawdziwy?
- Jak media zarabiają na tym, że klikamy w takie tytuły? Czy to jest uczciwe wobec odbiorców?

3. Mini-analiza (opcjonalne 2–3 min)

Nauczyciel prezentuje na slajdzie dwa fikcyjne nagłówki:

- „Szok! Ten napój może zabić w 60 sekund!”
- „Badania wykazują, że nadmiar kofeiny może zaszkodzić zdrowiu.”

Pytania do uczniów:

- Który nagłówek bardziej przyciąga uwagę? Dlaczego?
- W który chętniej kliknęlibyście – i czy to oznacza, że jest bardziej prawdziwy?
- Jakie emocje budzi pierwszy tytuł, a jakie drugi?

4. Wnioski z dyskusji

- Clickbait bazuje na emocjach i naszej naturalnej ciekawości – chcemy wiedzieć, co jest „szokujące” lub „tajne”.
- Nasz mózg szybciej reaguje na silne emocje niż na spokojne fakty – dlatego manipulacyjne nagłówki wygrywają w internecie.
- Wielu użytkowników ocenia treść po tytule, a nie po faktach – to sprzyja szerzeniu się półprawd i fake newsów.
- Nie da się całkowicie uniknąć clickbaitu, ale możemy nauczyć się go rozpoznawać i nie ulegać manipulacji.
- Najlepsza reakcja na clickbaitowy tytuł:
 1. Sprawdzić źródło i przeczytać treść do końca.
 2. Nie udostępniać artykułu tylko na podstawie nagłówka.



**Co-funded by
the European Union**

3. Zgłaszać rażąco wprowadzające w błąd tytuły w serwisach społecznościowych.

5. Podsumowanie i refleksja (7–10 min)

1. Refleksja indywidualna – dokończ zdania (3–4 min)

Każdy uczeń zapisuje w zeszyte lub na małej kartce odpowiedzi na zdania:

- „Zrozumiałem/am, że clickbait...”
- „Najbardziej zwodzą mnie nagłówki, które...”
- „Zanim kliknę, następnym razem sprawdzę...”
- (opcjonalnie) „Dzięki tej lekcji wiem, że w internecie nie wszystko jest...”

(Można zebrać karteczki anonimowo i przeczytać kilka odpowiedzi, aby zobaczyć różne punkty widzenia w klasie.)

2. Krótka dyskusja klasowa (2–3 min)

Pytania do uczniów:

- Czy w trakcie lekcji zaskoczyło Was coś nowego na temat clickbaitów?
- Czy teraz łatwiej będzie rozpoznać manipulacyjny nagłówek?
- Czy każdy clickbait jest szkodliwy, czy czasem może być „nieszkodliwą zachętą” do kliknięcia?

(Nauczyciel moderuje rozmowę, podkreślając, że problemem jest głównie wprowadzanie w błąd, a nie samo przyciąganie uwagi.)

3. Tworzenie wspólnej listy – „5 sposobów, jak nie dać się złapać na clickbait” (3–4 min)

- Na tablicy lub flipcharcie powstaje lista zasad, które uczniowie proponują – np.:
 1. Sprawdzam źródło strony (czy jest wiarygodne, znane, rzetelne).
 2. Czytam cały artykuł, nie tylko nagłówek.
 3. Zastanawiam się, czy tytuł nie jest przesadzony, emocjonalny lub tajemniczy bez powodu.
 4. Nie udostępniam wiadomości tylko dlatego, że brzmi szokująco lub wszyscy ją wysyłają dalej.
 5. Porównuję informację w innych mediach, aby sprawdzić, czy ktoś jeszcze o tym pisze.



**Co-funded by
the European Union**

6. (opcjonalny dodatkowy punkt) Ignoruję treści, które obiecują „cudowne rozwiązania” lub „tajne fakty, które wszyscy ukrywają”.

(Lista może zostać powieszona w klasie jako przypomnienie dla uczniów.)

4. Zakończenie nauczyciela – merytoryczne podsumowanie (1–2 min)

- Clickbait działa, ponieważ wykorzystuje emocje, ciekawość i chęć szybkiego zdobycia informacji.
- Jednak sensacyjny nagłówek nie zawsze przekazuje prawdę, a wiele osób wierzy w treść już na podstawie tytułu, nawet jeśli nie przeczyta całego artykułu.
- Umiejętność rozpoznawania clickbaitów to ważna część świadomego korzystania z internetu, dzięki której możemy:
 - unikać manipulacji,
 - nie dać się wciągnąć w fałszywe informacje,
 - dbać o jakość informacji, które sami przekazujemy dalej.

6. Słownik pojęć

Pojęcie	Definicja
Clickbait	Nagłówek lub miniatura mająca przyciągnąć uwagę, często przesadzona lub wprowadzająca w błąd w stosunku do treści artykułu.
Nagłówek manipulacyjny	Tytuł zbudowany tak, aby wywołać emocje (szok, gniew, strach), często kosztem rzetelności informacji.
Efekt ciekawości	Mechanizm psychologiczny sprawiający, że chcemy poznać brakującą informację – wykorzystywany w clickbaitach.
Dezinformacja	Fałszywe lub zmanipulowane informacje rozpowszechniane w celu wpływania na odbiorców.

7. Przewodnik metodyczny dla nauczyciela – rozszerzona wersja

1. Przygotowanie materiałów

- **Dobór przykładów:**
 - Stosuj **neutralne lub fikcyjne nagłówki**, które nie odnoszą się do bieżących sporów politycznych czy tematów mogących budzić kontrowersje wśród uczniów.

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



Co-funded by the European Union

- Unikaj tematów drażliwych (religia, konflikty lokalne, prywatne sytuacje uczniów).
- Skup się na nagłówkach edukacyjnych, rozrywkowych, codziennych (np. zdrowie, nauka, ciekawostki, sport).

- **Różnorodne formaty:**

- Przygotuj **zestaw nagłówków** w formie wydruków lub slajdów – z portali informacyjnych, YouTube, mediów społecznościowych, a także z reklam.
- Dodaj **grafiki i miniatury**, aby uczniowie mogli zobaczyć, jak clickbait działa wizualnie (kolory, emotikony, krzykliwe napisy).

- **Karta 10 trików clickbaitowych:**

- Rozdaj każdej grupie kartę z listą najczęściej używanych technik manipulacji nagłówkami, by ułatwić im analizę podczas ćwiczeń.

2. Prowadzenie lekcji

- **Wprowadzenie:**

- Zaczynj od przykładów bliskich doświadczeniom uczniów (YouTube, TikTok, Instagram), aby natychmiast przyciągnąć ich uwagę.
- Zapytaj, czy zdarzyło im się kliknąć w tytuł, który okazał się mylący – zbuduje to kontekst do dalszych ćwiczeń.

- **Mini-wykład:**

- Podawaj krótkie, konkretne definicje, przeplatane pytaniami do klasy, by utrzymać zaangażowanie.
- Pokazuj, że clickbait nie zawsze jest fałszywy, ale **zawsze ma na celu manipulację emocjami i zachęcenie do kliknięcia**.

3. Moderowanie ćwiczeń i dyskusji

- **Praca w grupach:**

- Upewnij się, że każda grupa **rozumie instrukcję** i wie, jak korzystać z karty 10 trików clickbaitowych.
- Zachęcaj do **argumentowania wyborów**: „Dlaczego uważacie, że ten nagłówek to clickbait? Jakie emocje ma wywołać?”.



Co-funded by
the European Union

- Jeśli pojawiają się różne opinie, pokaż, że **granica między ciekawym a manipulacyjnym nagłówkiem bywa subtelna** – i to normalne, że uczniowie oceniają inaczej.
- **Dyskusja:**
 - Stwórz przestrzeń do swobodnej wymiany poglądów – pytaj, nie oceniaj.
 - Możesz pokazać, że nawet **profesjoniści dają się nabrać** na clickbait, aby uczniowie nie czuli się zawstyżeni.
 - Podkreśl, że **celem lekcji nie jest krytyka użytkowników internetu**, tylko nauczanie się lepszego filtrowania informacji.

4. Budowanie bezpiecznej atmosfery

- Unikaj wyśmiewania odpowiedzi uczniów – **każda opinia jest punktem wyjścia do rozmowy**.
- Jeżeli ktoś poda przykład z własnego życia (np. kliknął w fałszywy tytuł lub dał się nabrać na oszustwo), **nie pozwalaj na żarty kosztem tej osoby** – podkreślaj, że to powszechne doświadczenie.
- W razie potrzeby przypomnij o **zasadach netykiety** – wzajemnym szacunku i bezpiecznej komunikacji w sieci.

5. Cel wychowawczy lekcji

- Kształtowanie u uczniów:
 - **Świadomości, jak działają media i reklamy** w internecie.
 - **Odporności na manipulację emocjami**, która sprawia, że klikamy i udostępniamy bez sprawdzenia faktów.
 - **Umiejętności krytycznego czytania nagłówków**, oceniania ich wiarygodności i unikania powielania fałszywych treści.

6. Możliwe rozszerzenia zajęć

- **Praca domowa:** uczniowie wyszukują w sieci przykłady clickbaitowych nagłówków (bez podawania linków), aby na następnej lekcji wspólnie je przeanalizować.
- **Projekt klasowy:** stworzenie „Kodeksu ucznia świadomego w sieci” z zasadami bezpiecznego czytania nagłówków i udostępniania treści.
- **Mini-warsztat kreatywny:** uczniowie przekształcają clickbaitowe nagłówki w rzetelne, pokazując, że można napisać ciekawy tytuł bez manipulacji.



**Co-funded by
the European Union**

8. Źródła edukacyjne i fact-checkingowe

- **European Digital Media Observatory (EDMO)**
<https://edmo.eu>
- **EUvsDisinfo – European External Action Service**
<https://euvsdisinfo.eu>
- **Demagog.org.pl (Polska)**
<https://demagog.org.pl>
- **Konkret24 (Polska)**
<https://konkret24.tvn24.pl>
- **Manipulátoři.cz (Czechy)**
<https://manipulatori.cz>
- **Demagog.sk (Słowacja)**
<https://demagog.sk>
- **StopFake.org (Ukraina)**
<https://www.stopfake.org/en/news/>

