

Katarzyna du Vall • Bartosz Kwieciński
Monika Ślufińska • Beata Zając • Jakub Żurawski

(DEZ)INFORMACJA W CZASACH (POST)PRAWDY



(DEZ)INFORMACJA
W CZASACH
(POST)PRAWDY

Katarzyna du Vall
Bartosz Kwieciński
Monika Ślufińska
Beata Zając
Jakub Żurawski

(DEZ)INFORMACJA W CZASACH (POST)PRAWDY



Kraków

Katarzyna du Vall 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ katarzyna.duvall@uj.edu.pl

Bartosz Kwieciński 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ bartosz.kwiecinski@uj.edu.pl

Monika Ślufińska 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ monika.slufinska@uj.edu.pl

Beata Zając 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ beata.zajac@uj.edu.pl

Jakub Żurawski 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ jakub.zurawski@uj.edu.pl

© Copyright by Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych UJ
and individual authors, 2023

Recenzent
Olgierd Grott

Opracowanie redakcyjne
Justyna Zdziennicka

Projekt okładki i skład
Lesław Sławiński

ISBN 978-83-8138-973-0 (online)
<https://doi.org/10.12797/9788381389730>

Na okładce wykorzystano ilustrację z portalu Pixabay (autor: cliff1126)

Publikacja sfinansowana ze środków Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych
w ramach Programu Strategicznego Inicjatywa Doskonałości w Uniwersytecie Jagiellońskim

WYDAWNICTWO KSIĘGARNIA AKADEMICKA
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel.: 12 421-13-87; 12 431-27-43
e-mail: publishing@akademicka.pl
<https://akademicka.pl>

Spis treści

Wstęp	7
Monika Ślufińska	
I. Dezinformacja to problematyczny termin?	11
Jakub Żurawski	
II. Codzienna polityczna dezinformacja	25
Beata Zając	
III. Jak nie dać się zaczarować językowi mediów?	51
Bartosz Kwieciński	
IV. Od retuszu do deepfake'a – „zwrot piktorialny” i niebezpieczeństwo obrazów ..	69
Katarzyna du Vall	
V. (Post)prawda i zawód dziennikarza – perspektywa prawna	89
Notki o Autorach	109
Indeks osobowy	111

MONIKA ŚLUFIŃSKA 

Uniwersytet Jagielloński

I. Dezinformacja to problematyczny termin?

*Kłamstwo nie staje się prawdą tylko dlatego,
że wierzy w nie więcej osób.*

Oscar Wilde¹

Abstract

The chapter ‘*Is ‘disinformation’ a problematic term?*’ focuses on presenting disinformation as an ambiguous phenomenon. In doing so, it discusses the many existing criteria and ways to define disinformation. In addition, it explains how disinformation techniques have changed and advanced and what role the media, in particular social media, play in spreading both so-called ‘misinformation’ and ‘proper disinformation’. An important aspect of this section of the chapter is to identify the authors, creators and reasons behind the use of disinformation strategies.

Keywords: disinformation, misinformation, media, social media

Abstrakt

Rozdział *Dezinformacja to problematyczny termin?* jest próbą zaprezentowania wieloznaczności zjawiska dezinformacji i tego, że istnieje wiele kryteriów i sposobów jej definiowania. Dodatkowo wyjaśnia, jak zmieniały się i udoskonalały techniki dezinformacyjne, a także to, jaką rolę odgrywają media, w szczególności media społecznościowe, w rozpowszechnianiu zarówno tzw. błędnych informacji,

¹ *The Collected Works of Oscar Wilde*, Vol. 5, Ware 2007, s. 185.

jak i właściwej dezinformacji. Istotnym fragmentem tej części książki jest wskazanie autorów, twórców oraz powodów, dla których wykorzystywane są strategie dezinformacyjne.

Słowa kluczowe: dezinformacja, błędne informacje, media, media społecznościowe

1. Próby definicji

Po wpisaniu do jednej z popularnych wyszukiwarek internetowych słowa „dezinformacja” w niespełna 0,35 sekundy uzyskamy dostęp do około 588 tysięcy stron internetowych, w których możemy próbować odnaleźć definicję, rodzaje, funkcje, historię czy przykłady ilustrujące to zjawisko². Dezinformacja to pojęcie obecne także w dyskursie naukowym, choć należy odnotować, iż nie ma jednoznacznej definicji. Część badaczy skłania się do używania określenia „problematiczna informacja”³, opisanego przez Caroline Jack⁴ jako informacje „niedokładne, wprowadzające w błąd, niewłaściwie przypisane lub całkowicie sfabrykowane”⁵. Wprowadzenie tegoż terminu przez autorkę wydaje się słuszne, gdyż umożliwia kategoryzowanie informacji różnego rodzaju, określonych mianem problematycznych. Są to zarówno plotki, satyra, ale także teorie spiskowe, propaganda itp. Ponadto należy wśród nich rozróżnić tzw. błędne informacje oraz właściwą dezinformację, błędnie określane są jako „informacja, której niedokładność jest niezamierzona”. Dezinformacja zaś „to informacja, która jest celowo fałszywa lub wprowadza w błąd”⁶. Obydwa terminy odnoszą się do informacji wprowadzających w błąd, jednak wyraźnie się różnią, gdyż termin „błędna informacja” jest używany, gdy przekazujący informację nie ma zamiaru oszukania, natomiast dezinformacja oznacza celowe oszustwo. Podczas definiowania pojęcia dezinformacji próbowano również ustalić najważniejsze jej konsekwencje – tj. wyrządzenie szkody publicznej lub uzyskanie korzyści finansowych⁷. Akcentowano też,

² To wynik wpisania słowa dezinformacja w wyszukiwarkę Google.

³ M.D. Molina et al., „Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content, „American Behavioral Scientist”, 2021, Vol. 65, no 2, s. 180-212; C. Jack, *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*, Data & Society, 2017, [on-line:] https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf – 1 VIII 2022.

⁴ C. Jack, *op. cit.*

⁵ *Ibidem*, s. 2-4 [tłumaczenie własne].

⁶ *Ibidem*.

⁷ Commission européenne, Direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies, *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*, Publications Office, 2018, s. 10.

że dezinformacja musi być fałszywa⁸ bądź musi szkodzić ludziom, instytucjom i interesom⁹. W nieco inny sposób o dezinformacji pisze Don Fallis. Podkreśla on trzy ważne cechy, które koniecznie powinny znaleźć się w definicji dezinformacji. Po pierwsze, dezinformacja to mimo wszystko rodzaj informacji, po drugie, dezinformacja to rodzaj wprowadzającej w błąd informacji i po trzecie, dezinformacja to wprowadzająca w błąd informacja, która nie jest przypadkowa¹⁰.

Szczególnym przykładem rozpowszechniania dezinformacji są wypowiedzi lub teksty satyryczne, jednak wówczas mamy do czynienia z nieco inną, specyficzną sytuacją. W rzeczywistości bowiem media satyryczne, jak chociażby „ASZ Dziennik”, publikują treści tylko niekiedy wprowadzające w błąd. Ich główną funkcją jest funkcja emotywna, ludyczna, a ich zadaniem rozbawienie odbiorców lub zapewnienie krytyki społecznej poprzez wykorzystanie humoru i satyry. Natomiast w przypadku gdy treści zamieszczone w mediach satyrycznych udostępniane są przez osoby trzecie w celu wprowadzenia w błąd, ta sama treść staje się już dezinformacją. Zajmujący się zjawiskiem dezinformacji jako problematyczną postrzegają kwestię konieczności udowodnienia zamiaru oszukania¹¹. Postulują oni, aby traktować „błędne informacje” na równi z „dezinformacją”. Z taką sytuacją mamy do czynienia wówczas, kiedy np. o szkodliwości szczepień, technologii 5G czy o negowaniu pandemii i kryzysu klimatycznego wypowiada się znany celebryta lub niedoinformowany znajomy, a efekt tych wypowiedzi jest ostatecznie taki sam, to znaczy odbiorcy są wprowadzani w błąd. Dlatego też w teoretycznych rozważaniach na temat dezinformacji odnajdziemy liczne klasyfikacje tego zjawiska, chociażby ze względu na stopień wprowadzania w błąd – i tak w satyrze i parodii byłby on najniższy, treści sfabrykowane byłyby natomiast wypowiedziami o największym zamiarze wprowadzenia w błąd odbiorcy¹². Ponadto należy zaznaczyć, że w literaturze przedmiotu odnajdujemy jako równorzędne pojęcia względem dezinformacji takie terminy jak propaganda czy

⁸ Zob. T. Heer et al., *Misinformation in Canada: Research and Policy Options, Evidence for Democracy*, 2021, s. 6, [on-line:] https://evidencefordemocracy.ca/sites/default/files/reports/misinformation-in-canada-evidence-for-democracy-report_.pdf – 1 VIII 2022.

⁹ Zob. R. Nielsen, *How to Respond to Disinformation While Protecting Free Speech*, Reuters Institute, 2021, [on-line:] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/about-reuters-institute> – 1 VIII 2022.

¹⁰ Zob. D. Fallis, *What Is Disinformation?*, „Library Trends”, 2015, Vol. 63, no. 3, s. 401-426.

¹¹ Zob. N.J. Jackson, *The Canadian Government's Response to Foreign Disinformation: Rhetoric, Stated Policy Intentions, and Practices*, „International Journal”, 2022, Vol. 76, no. 4, s. 544-563; F. Giglietto et al., *'Fake News' Is the Invention of a Liar: How False Information Circulates within the Hybrid News System*, „Current Sociology”, 2019, Vol. 67, no. 4, s. 625-642.

¹² Zob. C. Wardle, H. Derakhshan, *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*, Council of Europe, 2017, [on-line:] <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c4> – 1 VIII 2022.

manipulacja informacją. Inną kategorią odnoszącą się do zjawiska dezinformacji jest *fake news*. Jego określenie jest również problematyczne. Mamy m.in. definicję zaproponowaną przez Komisję Europejską, która traktuje, iż „*fake news* obejmuje treści, które nie są w rzeczywistości ani całkowicie fałszywe, bywają też sfabrykowanymi informacjami nieprzypominającymi wiadomości”¹³. Jednakże termin ten jest też używany do określenia „fałszywych historii, które wydają się wiadomościami, rozpowszechnianymi w internecie lub za pomocą innych mediów, zwykle tworzonymi w celu wpłynięcia na poglądy polityczne lub jako żart”¹⁴.

2. Kanały i techniki dezinformacji

Podmioty chcące szerzyć dezinformację przede wszystkim wykorzystują do tego celu szeroką gamę platform: strony i fora internetowe, sieci społecznościowe, blogi, komunikatory internetowe, strony do udostępniania wideo itp.¹⁵ Posługują się botami, czyli programami komputerowymi, których zadaniem jest wykonywanie zautomatyzowanych działań w sieci. W zależności od zastosowania bot internetowy może naśladować działanie człowieka, co umożliwia mu interakcję z prawdziwą osobą. Najczęściej zadaniem botów wykorzystywanych w mediach społecznościowych jest tworzenie fałszywych kont, z których wysyłane są wiadomości mające w konsekwencji służyć zwiększeniu liczby obserwujących¹⁶. Chris Tenove nazywa je wręcz „zautomatyzowanymi agentami w świecie *online*, naśladującymi ludzkie zachowania”¹⁷. Andrew Guess i Benjamin Lyons precyzują, że boty rozpowszechniają dezinformację za pomocą określonych strategii. Po pierwsze, mogą wzmacniać fałszywe treści na wczesnych etapach ich rozpowszechniania. Po drugie, wybierają wpływowe konta, próbując wykorzystać ich zasięgi, dzięki czemu informacje wygenerowane przez boty są następnie udostępniane przez ludzi.

¹³ Commission européenne, Direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies, op. cit.

¹⁴ M.D. Molina et al., op. cit., s. 180-212.

¹⁵ Zob. J.-B. Vilmer et al., *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties, rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) du ministère des Armées*, Paris 2018, s. 41, [on-line:] https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf – 1 VIII 2022.

¹⁶ Zob. E. Dubois, F. McKelvey, *Political Bots: Disrupting Canada's Democracy*, „Canadian Journal of Communication”, 2019, Vol. 44, no. 2, s. 27-33.

¹⁷ Ch. Tenove et al., *Digital Threats to Democratic Elections: How Foreign Actors Use Digital Techniques*, Vancouver 2018, BC: Centre for the Study of Democratic Institutions, [on-line:] <https://democracy.arts.ubc.ca/2018/01/18/digital-threats/> – 1 VIII 2022.

Inną stosowaną techniką dezinformacji jest *trolling*. W szerszym znaczeniu *trolling* oznacza „groźne i destrukcyjne zachowania w internecie”¹⁸. Istnieje wiele form trollingu. Jedną z groźniejszych jest zastraszanie, grożenie i nękanie przeciwników politycznych lub dziennikarzy¹⁹. Trollowanie może również przybierać łagodniejsze, subtelniejsze formy. Służą one wywołaniu wrażenia w odbiorcach, iż znacząca większość podziela określony punkt widzenia, w związku z czym, skoro większość uważa, że coś jest prawdą, to faktycznie tak musi być²⁰. Za efektywny sposób rozpowszechniania dezinformacji uważa się uruchamianie portali internetowych, które sugerują, iż zawierają rzetelne, sprawdzone teksty dziennikarskie, zwłaszcza dotyczy to tych prezentujących bieżące wiadomości²¹. Szerzeniu dezinformacji sprzyja również sugerowanie, że dane treści są efektem analizy *big data*²². Szczególnym przypadkiem jest wykorzystywanie danych osobowych osób fizycznych, analogicznie bowiem do komercyjnych kampanii marketingowych podmioty szerzące dezinformację posługują się takimi danymi do wywierania wpływu na postawy polityczne²³. Dostęp do danych bywa uzyskiwany zarówno legalnie, jak i niezgodnie z prawem, a same dane używane są do kreowania mikrotargetowanych wiadomości. Tak dopasowane wiadomości – jak twierdzi Janis Sarts – są bardzo skutecznym sposobem dezinformacji, gdyż: „Rzeczywiście, mając dostęp do tych informacji, łatwiej jest dotrzeć do konkretnych grup w społeczeństwie, które są rozzarowane lub sceptycznie nastawione do polityków i kierować do nich szczegółowe komunikaty w celu uzyskania z góry zaplanowanych rezultatów”²⁴. Ten sposób szerzenia dezinformacji wykorzystano chociażby podczas wyborów w USA w 2016 r. Szacuje się, iż podmioty związane z Federacją Rosyjską wykupiły wówczas na Facebooku ponad 3000 mikrotargetowanych przekazów reklamowych mających wpływać na amerykańskich wyborców²⁵.

¹⁸ *Ibidem*, s. 22.

¹⁹ *Ibidem*, s. 23.

²⁰ Zob. J. Sarts, *Disinformation as a Threat to National Security*, [w:] *Disinformation and Fake News*, eds S. Jayakumar, B. Ang, N.D. Anwar, Singapore 2021, s. 45.

²¹ Zob. A. Guess et al., *A Digital Media Literacy Intervention Increases Discernment between Mainstream and False News in the United States and India*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 2020, Vol. 117, no. 27, s. 15536-15545.

²² *Big data* to zbiory informacji o dużej objętości, dużej zmienności lub dużej różnorodności, które wymagają nowych form przetwarzania w celu wspomagania podejmowania decyzji, odkrywania nowych zjawisk oraz optymalizacji procesów.

²³ J. Sarts, *op. cit.*, s. 29.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ Zob. I. Mike, S. Scott, *Facebook to Deliver 3,000 Russia-Linked Ads to Congress on Monday*, „The New York Times”, 1 X 2017, [on-line:] <https://www.nytimes.com/2017/10/01/technology/facebook-russia-ads.html> – 1 VIII 2022; A. Stamos, *An Update on Information Operations on Facebook*, „Newsroom”, 6 IX 2017, [on-line] <https://newsroom.fb.com/news/2017/09/information-operations-update> – 1 VIII 2022.

Coraz popularniejszą metodą szerzenia dezinformacji są memy, czyli komunikaty w formie obrazkowej będące rodzajem humorystycznej wypowiedzi, wykorzystujące skonwencjonalizowane elementy związane z historią i kulturą internetu, a mediów społecznościowych w szczególności²⁶. Ich skuteczność wynika m.in. z tego, że można je szybko wykonać, a następnie udostępnić, są traktowane jako mało istotne i niewywołujące polemik czy dyskusji, dlatego też rzadko kiedy podlegają weryfikacji²⁷. Wraz z najnowszymi osiągnięciami technologicznymi, zwłaszcza związanymi z rozwojem sztucznej inteligencji, w tym uczenia maszynowego i deepfake'ów, uznaje się, że te narzędzia w coraz większej mierze stosowane są do propagowania dezinformacji. Liczne sposoby i techniki rozpowszechniania dezinformacji mogą być wykorzystywane zarówno osobno, jak i razem.

3. Ewolucja dezinformacji

Zjawisko dezinformacji nie dotyczy tylko współczesności, lecz towarzyszy ludzkości od zarania dziejów. Dezinformację wykorzystywano w trakcie wojen, rebelii, używano jej w celu utrzymania lub zdobycia władzy. Istnieje wiele dzieł, w których analizowano chociażby rolę podstępów, pułapek, forteli w prowadzeniu konfliktów zbrojnych. Wynalezienie w 1493 r. druku przez Gutenberga niewątpliwie przyczyniło się do rozprzestrzeniania nie tylko informacji, ale także dezinformacji²⁸. Ciekawym przykładem oszustwa medialnego pozostaje *The Great Moon Hoax* z 1835 r.²⁹ Wiek XX, a w szczególności obydwie wojny światowe, to także czas dezinformacji, głównie czarnej propagandy³⁰. W tym kontekście godną uwagi wydaje się opinia, iż kłamstwo, duże czy małe, z konieczności rozpowszechniało się z prędkością, na jaką pozwalało zaawansowanie technologii komunikacyjnych w czasie, w którym było

²⁶ Zob. A. Guess, B. Lyons, *Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda*, [w:] *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (SSRC *Anxieties of Democracy*), eds N. Persily, J. Tucker, Cambridge 2020, s. 22.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ Zob. J. Posetti, A. Matthews, *A Short Guide to the History of 'Fake News' and Disinformation: A New ICFJ Learning Module*, ICFJ 2018, [on-line:] https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf – 1 VIII 2022.

²⁹ *Wielka mistyfikacja księżycy z 1835 roku* to seria sześciu artykułów opublikowanych w nowojorskim „The Sun” na temat rzekomego odkrycia życia, a nawet cywilizacji na księżycu. Odkrycia zostały fałszywie przypisane sir Johnowi Herschelowi, jednemu z najbardziej znanych ówczesnych astronomów i dodatkowo poinformowano, iż artykuły te stanowią suplement do naukowego czasopisma „Edinburgh Journal of Science”, co miało podkreślić wagę odkrycia i uwiarygodnić je w oczach czytelników.

³⁰ Zob. J. Posetti, A. Matthews, *op. cit.*

popularyzowane³¹. Jednocześnie wraz z rozwojem technologii rosną szybkość i zasięg dezinformacji³². Obecnie najnowsze technologie komunikacyjne umożliwiają natychmiastowe – a przez to skuteczniejsze – rozprzestrzenianie się dezinformacji, niż to miało miejsce w przeszłości. Istotne znaczenie mają choćby media społecznościowe, które nierzadko przyczyniają się do manipulacji informacjami. Sieciowość, a przede wszystkim horyzontalność przekazu mediów społecznościowych, pozwala bowiem na niekontrolowany przepływ informacji, w tym również niesprawdzonych³³. Wraz z nowymi technologiami komunikacyjnymi pojawiły się też takie rozwiązania jak chociażby deepfake'i, które znacznie ułatwiły zarówno tworzenie, jak i udostępnianie wprowadzających w błąd informacji.

Obecność algorytmów na platformach cyfrowych to kolejny ważny aspekt zjawiska dezinformacji. Algorytmy te są tak zaprogramowane, aby kształtować sposób prezentowania informacji użytkownikom w celu zwiększenia liczby odwiedzin danych stron internetowych i pozyskiwania z nich określonych treści³⁴. Niebezpieczne są też „bańki filtrujące”. Zamykają one użytkowników internetu w hermetycznej przestrzeni poznawczej, która nie tylko utwierdza odbiorcę w jego własnym sposobie myślenia, ale wcale nie musi faworyzować neutralnych, zgodnych z prawdą i opartych na faktach informacji³⁵. Inne powiązane zjawisko to przekaz przez internautów informacji zamieszczanych przez ich przyjaciół i znajomych. Informacji tych nie weryfikują i nie podchodzą do nich z odpowiednią dozą krytycyzmu. Niepokoi też fakt, że obecnie treści skłaniające odbiorców do reakcji są przede wszystkim szokujące i skandalizujące, co najczęściej przyczynia się do polaryzacji opinii³⁶. Alarmujące były m.in. wyniki badań opublikowanych w 2018 r. Pokazały, że nieprawdziwe informacje zamieszczane na platformie Twitter mają znacznie większy zasięg niż wiadomości rzetelne i prawdziwe, zgodne z faktami³⁷. Co ważniejsze, pojawienie się mediów cyfrowych nie pozostało bez wpływu na sytuację mediów tradycyjnych, gdyż niektóre z nich, w obawie przed cyfrową konkurencją, decydują się na ograniczanie treści trudniejszych w odbiorze, wymagających w procesie dekodowania

³¹ Zob. *Disinformation & Fake News: Meanings, Present, Future*, eds B. Ang, N.D. Anwar, S. Jayakumar, Singapore 2021, s. 5, [on-line:] Disinformation and Fake News – European University Institute Library (eui.eu) – 19 VIII 2023.

³² *Ibidem*, s. 6.

³³ Zob. J.-B. Vilmer et al., *op. cit.*, s. 7, 18.

³⁴ *Ibidem*, s. 21.

³⁵ *Ibidem*, s. 41-42.

³⁶ *Ibidem*, s. 42.

³⁷ Zob. S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral, *The Spread of True and False News Online*, „Science” 2018, Vol. 359, no. 6380, s. 1146-1151, [on-line:] <https://www.te.gob.mx/blog/reyes/front/openJustice/article/84> – 1 VIII 2022.

rozbudowanej kompetencji komunikacyjnej, na rzecz sensacji, oczywiście, naznaczonej emotywnie³⁸. A to umożliwia rozpowszechnianie dezinformacji nie tylko on-line, ale także w mediach tradycyjnych: prasie, radiu i telewizji³⁹. Niektórzy badacze oceniają, iż rola tradycyjnego dziennikarstwa jako podmiotu odpowiedzialnego za informowanie została przez takie praktyki poważnie osłabiona.

Szerzeniu dezinformacji sprzyjają również, oprócz rewolucji cyfrowej, przyczyny strukturalne. Do nich zalicza się szeroko rozumiane nierówności: społeczne, ekonomiczne, rasowe, religijne, wywołujące liczne podziały, w tym światopoglądowe i ideologiczne⁴⁰. Dezinformacja może być przejawem kryzysu zaufania do instytucji państwowych, a jednocześnie może go podtrzymywać⁴¹.

4. Twórcy dezinformacji

Autorami, twórcami dezinformacji są zarówno podmioty państwowe, jak i te niezwiązane z instytucjami państwowymi. Odbiorcami przekazów są zaś obywatele, a także inne podmioty państwowe na arenie międzynarodowej. Rosja, Chiny, Indie i Meksyk wymieniane są jako te państwa, które najczęściej stosują praktyki dezinformacyjne i manipulacyjne w stosunku do swoich obywateli, a głównym celem tych działań jest wzmacnianie władzy przez decydentów politycznych⁴². Przykładem wykorzystania strategii dezinformacji na arenie międzynarodowej bezapelacyjnie pozostaje Federacja Rosyjska. Praktyki dezinformacyjne realizuje ona na różne sposoby i różnymi narzędziami. Jednym z najbardziej znanych jest szerzenie prorosyjskiej propagandy przez tzw. armię trolli, czyli osoby działające w mediach społecznościowych, głównie na Twitterze i Facebooku⁴³. Ich zadaniem jest nie tylko atakowanie i krytykowanie przeciwnika, ale także narzucanie odbiorcy nieprawdziwej narracji, często wykorzystującej agresywną, wręcz rasistowską, a niekiedy i antysemitką retorykę. Postprawda⁴⁴ to ich uprzywilejowane narzędzie. Do niego należy dodać wszechobecną krytykę mediów mainstreamowych. Równocześnie rosyjska propaganda jest siana

³⁸ Zob. J. Sarts, *op. cit.*, s. 25.

³⁹ Zob. Ch. Tenove et al., *op. cit.*

⁴⁰ Zob. J. Yaffa, *Is Russian Meddling as Dangerous as We Think?*, „The New Yorker”, 14 IX 2020, [on-line:] <https://www.newyorker.com/magazine/2020/09/14/is-russian-meddling-as-dangerous-as-we-think> – 1 VIII 2022.

⁴¹ Zob. J-B. Vilmer et al., *op. cit.*

⁴² *Ibidem*, s. 48.

⁴³ Zob. T. Parfitt, *My Life as a Pro-Putin Propagandist in Russia's Secret Troll Factory*, „The Telegraph”, 24 VI 2015, [on-line:] <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/11656043/My-life-as-a-pro-Putin-propagandist-in-Russia's-secret-troll-factory/> – 1 VIII 2022.

⁴⁴ Postprawda – opis rzeczywistości, w której fakty nie mają znaczenia.

przez oficjalne kanały Kremla, takie jak Russia Today⁴⁵ i Sputnik⁴⁶, gdyż nadają one, ale również tweetują, w wielu językach. Powtarzają tezy Moskwy, jak choćby obecnie te odnoszące się do agresji Rosji na Ukrainę, rozpowszechniane jeszcze przed atakiem na Ukrainę, sugerujące, iż nie ma rosyjskiej armii w Ukrainie, że jest to jedynie „operacja specjalna” w obronie rosyjskojęzycznej ludności, a sama Ukraina jest państwem upadłym. Podobnie czyniono w trakcie konfliktu w Syrii – akcentowano, że siły rosyjskie nie atakują rebeliantów, którzy sprzeciwiają się przywództwu reżimu Assada. W swej narracji media te starają się odwoływać do wszystkich potencjalnych sympatyków Putina oraz poszerzać to grono. Nie bez znaczenia pozostaje wspieranie przez rosyjski reżim polityków z różnych formacji politycznych, najczęściej jednak prawicowych, zarówno w Europie, jak i USA⁴⁷. Dowodem na to były m.in. kampanie prezydenckie w USA, Francji czy wspieranie przez Rosję zwolenników brexitu⁴⁸.

Techniki manipulacji informacjami wykorzystują również podmioty niepaństwowe, np. organizacje terrorystyczne, które nie tylko starają się w ten sposób promować swoją wizję świata, ale dodatkowo posługują się mediami społecznościowymi do rekrutacji nowych członków, bojowników⁴⁹. Do kategorii podmiotów niepaństwowych są zaliczane także wspólnoty etniczne, religijne oraz ruchy nacjonalistyczne i populistyczne, które odgrywały znaczącą rolę chociażby w trakcie kampanii referendalnej w dobie brexitu⁵⁰ czy w trakcie wyborów prezydenckich w USA w 2016 r.⁵¹

⁴⁵ RT – telewizyjna stacja informacyjna założona przez rząd rosyjski 10 grudnia 2005 r., z siedzibą w Moskwie, nadająca 24 godziny na dobę przez siedem dni w tygodniu.

⁴⁶ Sputnik – rosyjska rządowa agencja informacyjna uruchomiona 10 listopada 2014 r. przez agencję Rossija Siegodnia, posiadająca sieć stacji radiowych oraz wielojęzycznych stron internetowych. Jej biura regionalne znajdują się w wielu krajach, w tym m.in. Stanach Zjednoczonych (Waszyngton, DC), Chinach (Pekin), Francji (Paryż), Niemczech (Berlin), Egipcie (Kair) i Wielkiej Brytanii (Londyn i Edynburg).

⁴⁷ Internet Research Agency (IRA), określana mianem „fabryki trolli”, działała w okresie wyborów prezydenckich w USA w 2016 r., posiadała miesięczny budżet w wysokości 1,25 miliona dolarów i tworzyła treści zamieszczane na różnych platformach społecznościowych. Na Twitterze 3,6 tysiąca kont powiązanych z IRA wysłało podobno ponad 9 milionów tweetów. Treści generowane przez IRA miały głównie na celu polaryzację amerykańskiego społeczeństwa. Najczęściej poruszonymi tematami były te odnoszące się do kwestii rasowych, aborcji, posiadania broni czy szczepień.

⁴⁸ Zob. A. Kruglashov, S. Shvydiuk, *Hybrydowe zagrożenia dla demokracji. Wybrane przykłady zewnętrznej ingerencji Rosji w wybory*, „Wschód Europy. Studia humanistyczno-społeczne”, 2020, R. 6, nr 2, s. 79-92.

⁴⁹ Zob. J.-B. Vilmer et al., *op. cit.*, s. 48.

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ Zob. A. Marwick, B. Lewis, *Media Manipulation and Disinformation Online*, Data & Society, 2017, s. 2, [on-line:] <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> – 1 VIII 2022.

Badacze nierzadko pytają, jakie są powody, dla których różne podmioty szerzą dezinformację⁵². Istotne są tu trzy podstawowe motywy: ekonomiczny, polityczny i ideologiczny. Przykładem szerzenia dezinformacji z pobudek ekonomicznych może być działalność macedońskich internautów w trakcie kampanii prezydenckiej w USA w 2016 r. Szacuje się, iż prowadzenie przez nich stron internetowych, zamieszczanie postów w mediach społecznościowych, które wspierały kandydaturę Trampa, pozwalały na osiągnięcie przez nich dochodów w wysokości do 8 tysięcy dolarów miesięcznie – jak na warunki macedońskie były one bardzo wysokie⁵³. Propaganda z pobudek politycznych to wspomniana już rosyjska czarna propaganda kierowana przeciwko Ukrainie, Unii Europejskiej czy USA. Na platformach typu *4chan* lub *8chan* zaś tzw. anonimowe sieci współpracy rozpowszechniają dezinformację w celu integrowania zwolenników skrajnie prawicowych idei⁵⁴. Jak wskazują Rebecca Heilweil i Shirin Ghaffary, „Grupy, które zaatakowały Kapitol [...], od dawna działają na platformach takich jak *Gab* i *4chan*, a ostatnio stosują nowsze narzędzia, [...] *Parler* i *Telegram*”⁵⁵.

5. Skuteczność dezinformacji – konkluzje

Kolejnym ważnym zagadnieniem związanym ze zjawiskiem dezinformacji jest jej wpływ. Wśród badaczy zajmujących się tą kwestią pojawiają się różne oceny odnośnie do konsekwencji, jakie wywołuje dezinformacja. Niektórzy uważają, że nie ma jednoznacznych dowodów empirycznych na jej wpływ na kampanie wyborcze⁵⁶. Jednocześnie jednak autorzy tych opinii podkreślają, że ich brak może wynikać z trudności związanych z analizowaniem tegoż problemu badawczego. Bezdyskusyjne pozostaje natomiast stwierdzenie, że dezinformacja oddziałuje na poziom debaty publicznej i politycznej⁵⁷ – „podważa poznawczą jakość debaty publicznej. Prowadzi to nie tylko do słabego zrozumienia kwestii publicznych i niezgody co do faktów, ale może również prowadzić do wiary w niebezpieczne teorie spiskowe (np. #pizzagate, #oszustwa wyborcze, #5G, #plandemia)”⁵⁸. Dezinformacja wpływa na sam przedmiot debaty,

⁵² Zob. A. Guess et al., *op. cit.*, s. 15536-15545.

⁵³ *Ibidem*.

⁵⁴ *Ibidem*.

⁵⁵ R. Heilweil, S. Ghaffary, *How Trump's Internet Built and Broadcast The Capitol Insurrection*, [on-line:] <https://www.vox.com/recode/22221285/trump-online-capitol-riot-far-right-parler-twitter-facebook> – 1 VIII 2022.

⁵⁶ Zob. A. Lanoszka, *Disinformation in International Politics*, „European Journal of International Security”, 2019, Vol. 4, no. 2, s. 227-248.

⁵⁷ Zob. Ch. Tenove et al., *op. cit.*

⁵⁸ *Ibidem*.

często portale zamieszczające nieprawdziwe informacje powodują, iż zaproponowane przez nich kwestie stają się ważnymi tematami medialnymi⁵⁹. Niepokojące są wyniki badań odnoszące się do wpływu dezinformacji na stan demokracji. Potwierdzają one bowiem, że treści dezinformacyjne mogą doprowadzać do stygmatyzacji i marginalizacji różnych grup społecznych, ale przede wszystkim sprzyjają polaryzacji i wzmacnianiu postaw ekstremistycznych⁶⁰. Dlatego ważnym zadaniem jest kontynuowanie badań nad dezinformacją oraz propagowanie wiedzy na temat jej skutków i konsekwencji. Kluczowa pozostaje również działalność organizacji fact-checkingowych, które nie tylko weryfikują informacje poprzez sprawdzanie wypowiedzi polityków, urzędników, pojawiających się w debacie publicznej, ale i prowadzą aktywność zorientowaną na edukowanie obywateli i budowanie świadomości społecznej w kwestii zagrożeń związanych z dezinformacją.

⁵⁹ Zob. A. Guess, B. Lyons, *op. cit.*, s. 24.

⁶⁰ *Ibidem*.

Bibliografia

Monografie i opracowania

- Disinformation & Fake News: Meanings, Present, Future*, eds B. Ang, N.D. Anwar, S. Jayakumar, Singapore 2021.
- Guess A., Lyons B., *Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda*, [w:] *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (SSRC *Anxieties of Democracy*), eds N. Persily, J. Tucker, Cambridge 2020, s. 10-33, <https://doi.org/10.1017/9781108890960.003>.
- Lem S., *Opowieść o pilocie Pirxie*. Rozprawa, Kraków 1968.
- Sarts J., *Disinformation as a Threat to National Security*, [w:] *Disinformation and Fake News*, eds S. Jayakumar, B. Ang, N.D. Anwar, Singapore 2021, s. 23-33, https://doi.org/10.1007/978-981-15-5876-4_2.
- The Collected Works of Oscar Wilde*, Vol. 5, Ware 2007.

Artykuły z czasopism

- Dubois E., McKelvey F., *Political Bots: Disrupting Canada's Democracy*, „Canadian Journal of Communication”, 2019, Vol. 44, no. 2, s. 27-33, <https://doi.org/10.22230/cjc.2019v44n2a3511>.
- Fallis D., „What Is Disinformation?”, „Library Trends”, 2015, Vol. 63, no. 3, s. 401-426, <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014>.
- Giglietto F. et al., ‘Fake News’ Is the Invention of a Liar: How False Information Circulates within the Hybrid News System, „Current Sociology”, 2019, Vol. 67, no. 4, s. 625-642, <https://doi.org/10.1177/0011392119837536>.
- Guess A. et al., *A Digital Media Literacy Intervention Increases Discernment between Mainstream and False News in the United States and India*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 2020, Vol. 117, no. 27, s. 15536-15545, <https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>.
- Jackson N.J., *The Canadian Government's Response to Foreign Disinformation: Rhetoric, Stated Policy Intentions, and Practices*, „International Journal”, 2021, Vol. 76, no. 4, s. 544-563, <https://doi.org/10.1177/00207020221076402>.
- Kruglashov A., Shvydiuk S., *Hybrydowe zagrożenia dla demokracji. Wybrane przykłady zewnętrznej ingerencji Rosji w wybory*, „Wschód Europy. Studia humanistyczno-społeczne”, 2020, R. 6, nr 2, s. 79-92, <https://doi.org/10.17951/we.2020.6.2.79-93>.
- Lanoszka A., *Disinformation in International Politics*, „European Journal of International Security”, 2019, Vol. 4, no. 2, s. 227-248, <https://doi.org/10.1017/eis.2019.6>.
- Mike I., Scott S., *Facebook to Deliver 3,000 Russia-Linked Ads to Congress on Monday*, „The New York Times”, 1 X 2017, [on-line:] <https://www.nytimes.com/2017/10/01/technology/facebook-russia-ads.html>.
- Molina M.D. et al., „Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content, „American Behavioral Scientist”, 2021, Vol. 65, no. 2, s. 180-212, <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>.

- Parfitt T., *My Life as a Pro-Putin Propagandist in Russia's Secret Troll Factory*, „The Telegraph”, 24 VI 2015, [on-line:] <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/11656043/Mylife%20as-a-pro-Putin-propagandist-in-Russias-secret-troll-factory/>.
- Stamos A., *An Update on Information Operations on Facebook*, „Newsroom”, 6 IX 2017, [on-line:] <https://newsroom.fb.com/news/2017/09/information-operations-update>.
- Vosoughi S., Roy D., Aral S., *The Spread of True and False News Online*, „Science”, 2018, Vol. 359, no. 6380, s. 1146-1151, <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Yaffa J., *Is Russian Meddling as Dangerous as We Think?*, „The New Yorker”, 14 IX 2020, [on-line:] <https://www.newyorker.com/magazine/2020/09/14/is-russian-meddling-as-dangerous-as-we-think>.

Raporty

- Commission européenne, Direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies, *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*, Publications Office 2018, s. 10, <https://data.europa.eu/doi/10.2759/0156>.
- Heer T. et al., *Misinformation in Canada: Research and Policy Options, Evidence for Democracy*, 2021, s. 6, [on-line:] https://evidencefordemocracy.ca/sites/default/files/reports/misinformation-in-canada-evidence-for-democracy-report_.pdf.
- Heilweil R., Ghaffary S., *How Trump's Internet Built and Broadcast the Capitol Insurrection*, [on-line:] <https://www.vox.com/recode/22221285/trump-online-capitol-riot-far-right-parler-twitter-facebook>.
- Jack C., *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*, Data & Society, 2017, [on-line:] https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf.
- Marwick A., Lewis B., *Media Manipulation and Disinformation Online*, Data & Society, 2017, s. 2, [on-line:] <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>.
- Nielsen R., *How to Respond to Disinformation while Protecting Free Speech*, Reuters Institute, 2021, [on-line:] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/about-reuters-institute>.
- Posetti J., Matthews A., *A Short Guide to the History of 'Fake News' and Disinformation: A New ICFJ Learning Module*, ICFJ 2018, [on-line:] https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf.
- Tenove Ch. et al., *Digital Threats to Democratic Elections: How Foreign Actors Use Digital Techniques*, Vancouver 2018, [on-line:] <https://democracy.arts.ubc.ca/2018/01/18/digital-threats/>.
- Vilmer J.-B. et al., *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties, rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) du ministère des Armées*, Paris 2018, [on-line:] https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf.
- Wardle C., Derakhshan H., *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*, Council of Europe, 2017, [on-line:] <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c4>.

W czasach, gdy niepokojąca (anty)jakość w obcowaniu z faktami staje się coraz bardziej powszechna, książka *(Dez)informacja w czasach (post)prawdy* będzie przewodnikiem dla nauczycieli i lokalnych działaczy społecznych. Stanie się z pewnością lekturą obowiązkową dla studentów i młodzieży szkolnej, a także dla wszystkich tych, którzy są zainteresowani poszerzeniem swojej świadomości medialnej i doskonaleniem umiejętności poruszania się w środowisku współczesnej polityki.

- Ukazuje bowiem, jak wieloznacznymi zjawiskami są (dez)informacja i (post)prawda
- Pozwala rozróżnić metody i techniki komunikowania się polityków ze społeczeństwem
- Przedstawia formy i mechanizmy wykorzystywane w języku mediów
- Obnaża zagrożenia związane z technologią deepfake'ów i dynamicznym rozwojem sztucznej inteligencji
- Odwołuje się do najnowszych badań w tej dziedzinie.

ISBN 978-83-8138-973-0



<https://akademicka.pl>