

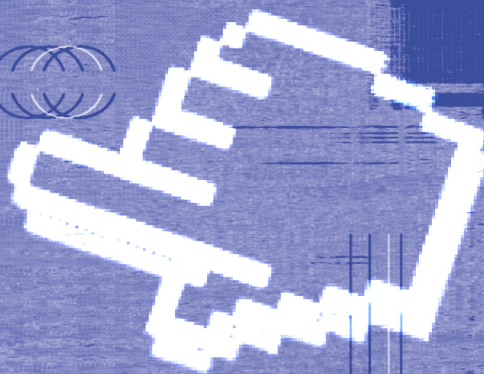
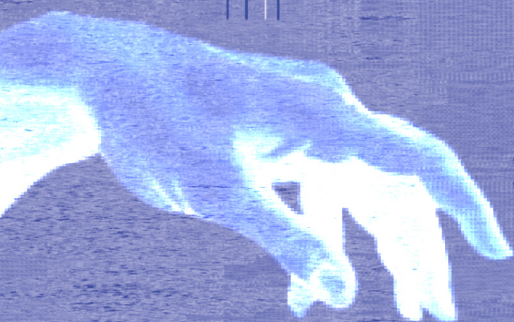
Młódzieź
kontra

DEZ

INFOR

MACJA

REWIND ◀



4-24-22
12:36:10

THURS 4



Ministerstwo
Edukacji Narodowej

**ZADANIE PUBLICZNE FINANSOWANE
JEST ZE ŚRODKÓW MINISTRA EDUKACJI**

Spis treści

•	<u>Wstęp</u>	str. 4
•	<u>Historia dezinformacji: od propagandy po media społecznościowe</u>	str. 6
•	<u>Dezinformacja a bezpieczeństwo narodowe</u>	str. 12
•	<u>Wojna informacyjna XXI w.: między propagandą, fake newsami a cyberatakami</u>	str. 16
•	<u>Jak rozpoznać dezinformację? - przykłady fake newsów, hoaxów, deepfake</u>	str. 21
•	<u>Destabilizacja społeczeństwa przez dezinformację</u>	str. 28
•	<u>Dywersja kulturowa</u>	str. 32
•	<u>Społeczeństwo w bańkach: echo chambers i filtracja informacji</u>	str. 36
•	<u>Wizualna siła manipulacji, czyli infografiki, memy i obrazy w kampaniach dezinformacyjnych</u>	str. 40
•	<u>Psychologia dezinformacji. Dlaczego wierzymy w fake newsy?</u>	str. 48
•	<u>Propaganda przez rozrywkę: seriale, gry, filmy jako narzędzia wpływu</u>	str. 51
•	<u>Trolle, boty i farmy kont: kto naprawdę stoi za falą dezinformacji w Internecie?</u>	str. 55
•	<u>Edukacja medialna w szkołach: tarcza przeciw dezinformacji</u>	str. 65
•	<u>Algorytmy kłamstwa, czyli jak sztuczna inteligencja wzmacnia dezinformację w sieci</u>	str. 68
•	<u>Streszczenie publikacji</u>	str. 73

Wstęp

Współczesne społeczeństwa funkcjonują w warunkach nieustannego konfliktu informacyjnego, który coraz częściej przybiera charakter wojny o ludzką świadomość. W dobie globalnej komunikacji i powszechnego dostępu do informacji – zwłaszcza w Internecie i mediach społecznościowych – informacje rozprzestrzeniają się błyskawicznie.

Deinformacja, rozumiana jako celowe wprowadzanie w błąd za pomocą fałszywych lub zmanipulowanych informacji, towarzyszy ludzkości od wieków. Jej cel pozostaje niezmienny: manipulacja dla władzy, zysku lub chaosu. Historia pokazuje, że manipulacja informacją ewoluowała, dostosowując się do technologii i społeczeństwa – od propagandy w starożytności, np. w Egipcie za czasów Ramzesa II, przez sfałszowane listy, jak „Donacja Konstantyna” w średniowieczu, i rewolucję druku zainicjowaną przez Gutenberga, aż po technologie XX w., takie jak radio i film wykorzystywane przez reżimy totalitarne.

W XXI w. dezinformacja nabrała nowego wymiaru, stając się jednym z największych zagrożeń dla współczesnego bezpieczeństwa narodowego. Wojna informacyjna stała się kluczowym elementem strategii państwowych i integralną częścią konfliktów hybrydowych, gdzie dezinformacja jest bronią równorzędną z działaniami militarnymi. Fałszywe narracje mają na celu destabilizację państwa, podważanie zaufania do instytucji oraz ingerencję w procesy demokratyczne.

Rozwój sztucznej inteligencji (AI) wprowadził dezinformację na nowy, bardziej niebezpieczny poziom. Techniki takie jak deepfake (fałszywe nagrania audio/wideo generowane przez AI) oraz automatyzacja propagandy za pomocą botów i farm kont pozwalają na masową manipulację opinią publiczną, często wykorzystywaną przez państwa, takie jak Rosja czy Chiny. Dodatkowo, dezinformacja żeruje na mechanizmach psychologicznych, w tym na efekcie potwierdzenia i biasie emocjonalnym, a algorytmy mediów społecznościowych zamykają

użytkowników w bańkach informacyjnych i komorach echa. Kluczem do obrony przed tymi wyzwaniami jest edukacja medialna, rozwijanie krytycznego myślenia i umiejętności weryfikacji źródeł. Niniejszy dokument prześledzi historię dezinformacji, szczegółowo omówi jej współczesne formy (w tym fake newsy, hoaxy, deepfake), przeanalizuje mechanizmy psychologiczne i technologiczne, które wzmacniają manipulację, oraz przedstawi strategie przeciwdziałania tym globalnym zagrożeniom. Historia uczy nas, że walka z dezinformacją to nieustanny proces, wymagający zaangażowania jednostek i społeczeństw.

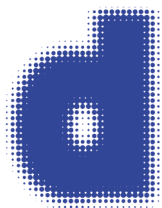
Dlatego też Stowarzyszenie im. Kazimierza Jagiellończyka realizuje projekt pt. „Młodzież kontra dezinformacja – warsztaty obywatelskie i kampania edukacyjna dla Radomia i powiatu radomskiego” w ramach programu „Młodzi Obywatele” Ministerstwa Edukacji Narodowej. Przedsięwzięcie ma na celu rozwijanie kompetencji medialnych, społecznych i obywatelskich młodych ludzi, a także zwiększenie ich odporności na zjawisko dezinformacji, które stanowi jedno z największych wyzwań współczesnego świata.

Projekt „Młodzież kontra dezinformacja” to część szerszych działań Stowarzyszenia im. Kazimierza Jagiellończyka na rzecz edukacji obywatelskiej i wspierania aktywności młodych ludzi w życiu społecznym. Wierzymy, że świadoma, dobrze poinformowana młodzież to fundament silnej wspólnoty lokalnej, zdolnej do podejmowania odpowiedzialnych decyzji i odpornej na manipulację. Dzięki wsparciu programu „Młodzi Obywatele” możemy wspólnie budować społeczeństwo oparte na prawdzie, dialogu i zaufaniu.



Stowarzyszenie im. Kazimierza

JAGIELLOŃCZYKA



Historia dezinformacji: od propagandy po media społecznościowe

Dezinformacja, czyli celowe wprowadzanie w błąd za pomocą fałszywych lub zmanipulowanych informacji, towarzyszy ludzkości od wieków. Od starożytnych plotek po współczesne algorytmy mediów społecznościowych, manipulacja informacją ewoluowała, dostosowując się do technologii i społeczeństwa. W artykule prześledzimy historię dezinformacji, od propagandy w starożytności, przez druk i radio, aż po współczesne fake newsy i deepfake, analizując, jak zmieniały się jej metody i wpływ.

Dezinformacja ma swoje korzenie w starożytności, gdzie była narzędziem władzy. W Egipcie już faraonowie manipulowali inskrypcjami, by wyolbrzymić swoje zwycięstwa, np. Ramzes II w bitwie pod Kadesz (1274 p.n.e.) przedstawiał remis jako triumf. W starożytnym Rzymie politycy, tacy jak Oktawian August, używali poezji i sztuki, by dyskredytować rywali, np. Marka Antoniusza, przedstawiając go jako zdrajcę.

W średniowieczu dezinformacja przybierała formę plotek i fałszywych



Fresk pokazujący nadanie władzy imperialnej papieżowi Sylwestrowi I (po lewej) przez cesarza Konstantyna I (po prawej). XIII w., bazylika Czterech Koronowanych Świętych, Rzym, źródło: domena publiczna

listów. Przykładem jest tzw. „Donacja Konstantyna” – sfałszowany dokument z VIII w., który rzekomo dawał Kościołowi władzę nad Zachodem. Choć obalony w XV w., przez wieki służył jako narzędzie polityczne. Dezinformacja była wtedy ograniczona przez powolne rozprzestrzenianie się informacji, głównie ustne lub rękopiśmienne.

Wynalezienie druku przez Gutenberga w XV w. zrewolucjonizowało dezinformację. Ulotki i pamflety stały się narzędziem propagandy religijnej i politycznej. W czasie reformacji (XVI w.) Marcin Luter i jego przeciwnicy zalewali Europę pamfletami, często zawierającymi karykatury i fałszywe oskarżenia. W XVII w., podczas wojny trzydziestoletniej, drukowano fałszywe gazety, by podsycać konflikty między katolikami a protestantami.

Druk umożliwił masowe dotarcie do odbiorców, ale brak regulacji sprzyjał rozprzestrzenianiu się plotek. Przykładem jest panika wywołana w 1475 u w Trydencie, gdzie fałszywe oskarżenia o mord rytualny na chrześcijańskim chłopcu doprowadziły do pogromów żydowskich. Dezinformacja stała się narzędziem manipulacji tłumami.

W XIX w., wraz z rozwojem prasy masowej, dezinformacja zyskała

Johannes Gutenberg



Drukarnia Auguste'a Ledoux, według obrazu Frédérica-Désiré Hillemachera, Wnętrze drukarni Johanna Gutenberga, 1863 r., Rijksmuseum Amsterdam



Fragment Biblii Gutenberga, ukazujący staranny krój pisma, źródło: domena publiczna



nowy rozmach. Gazety, często finansowane przez partie polityczne, publikowały zmanipulowane historie, by wspierać interesy właścicieli. W USA tzw. „yellow journalism” (dziennikarstwo sensacyjne) w latach 90. XIX w., prowadzone przez magnatów jak William Randolph Hearst, wyolbrzymiało konflikty, np. wojnę hiszpańsko-amerykańską, by zwiększyć nakłady.

W tym okresie propaganda państwowa stała się bardziej wyrafinowana. Podczas wojen napoleońskich Francja i Wielka Brytania używały gazet i plakatów do mobilizacji społeczeństw.

W XX w. technologie takie jak radio i film umożliwiły dezinformacji dotarcie do milionów. Totalitarne reżimy, jak nazistowska Niemcy czy ZSRR, wykorzystywały media do szerzenia propagandy. Joseph Goebbels, minister propagandy III Rzeszy, mistrzowsko manipulował radiem, filmami i plakatami, by gloryfikować Hitlera i demonizować wrogów. Słynny film „Triumf woli” Leni Riefenstahl (1935 r.) był przy-



Triumf woli (niem. Triumph des Willens) – niemiecki film propagandowy nakręcony przez Leni Riefenstahl w 1934 r. podczas zjazdu NSDAP (partii hitlerowskiej) w Norymberdze. Film trafił do kin w marcu 1935 r. i spotkał się z powszechnym uznaniem zarówno w kraju, jak i za granicą. Był nieprzezwyciężany w kinach i choć po wojnie został w Niemczech zakazany, to nadal jest klasykiem dokumentu propagandowego XX w., źródło: domena publiczna



Zbliżenie na roześmianą twarz dziewczynki spoglądającej na Hitlera, źródło: histmag.org

kładem propagandowego arcydzieła.

W ZSRR Stalin kontrolował media, cenzurując informacje i retuszując zdjęcia, by usuwać przeciwników politycznych, np. Trockiego. Podczas zimnej wojny obie strony – USA i ZSRR – prowadziły operacje dezinformacyjne. Przykładem jest operacja INFEKCJA, fałszywie sugerująca, że AIDS stworzono w laboratoriach CIA.

Pojawienie się internetu w latach 90. XX w. zmieniło dynamikę dezinformacji. Media społecznościowe, takie jak Facebook czy Twitter (obecnie X), umożliwiły błyskawiczne rozprzestrzenianie się treści. Algoritmy promujące zaangażowanie faworyzują sensacyjne i emocjonalne posty, co sprzyja fake newsom.



Sledztwo komisji parlamentu włoskiego ustaliło, że słynne Bergamo" wiozły po **jednej** trumnie.

Kto mądry wiedział, że te ciężarówki to operacja psycholog nas nastraszyć i wymóc uległość.

Szury znowu miały rację 😊

Podczas pandemii COVID-19 w marcu 2020 r. u. włoskie miasto Bergamo stało się tragicznym symbolem kryzysu sanitarnego. Ze względu na ogromną liczbę zmarłych, lokalne krematoria nie nadążały z pochówkami, co zmusiło wojsko do wywożenia trumien ciężarówkami do innych regionów. Zdjęcia konwoju wojskowych pojazdów z trumnami stały się wstrząsającym obrazem skali tragedii i bezsilności systemu opieki zdrowotnej

**Obraz dla tych
co jeszcze nie zrozumieli
Włochy 17 marca 2020**



Z czasem zaczęły pojawiać się teorie, których autorzy sugerują, że wydarzenia w Bergamo mogły być... inscenizacją i wojskową operacją psychologiczną mającą na celu wywołanie w społeczeństwie określonego efektu

Włochy: Wojskowe ciężarówki wywożą trumny z ciałami zmarłych z Bergamo, źródło: Forsal.pl

Jak przeciwdziałać dezinformacji?

Historia pokazuje, że dezinformacja dostosowuje się do nowych technologii, ale istnieją sposoby, by ją zwalczać:

- **Edukacja medialna:** Uczmy krytycznego myślenia i weryfikacji źródeł. W Polsce programy jak „Lekcja o fake newsach” NASK wspierają młodzież w rozpoznawaniu manipulacji.
- **Fact-checking:** Korzystaj z fachowej wiedzy ekspertów.
- **Technologie:** Narzędzia AI, jak Microsoft Video Authenticator, pomagają wykrywać deepfake.

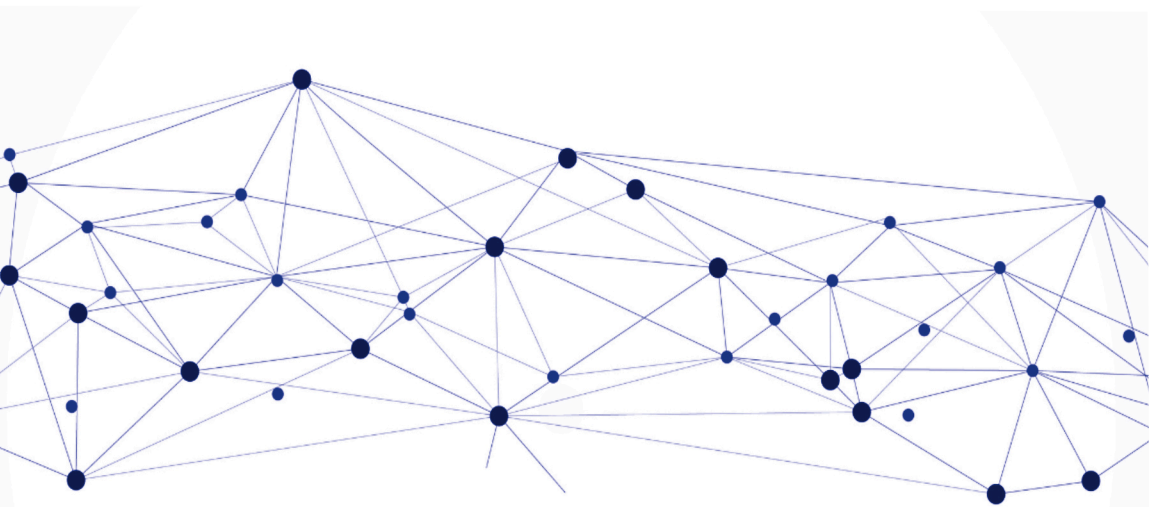
Od starożytnych inskrypcji po deepfake, dezinformacja ewoluowała, ale jej cel pozostaje ten sam: manipulacja dla władzy, zysku lub chaosu. Współczesne technologie, takie jak media społecznościowe i AI, sprawiają, że jest bardziej niebezpieczna niż kiedykolwiek. Kluczem do obrony jest edukacja, krytyczne myślenie i odpowiedzialne korzystanie z technologii. Historia uczy nas, że walka z dezinformacją to nieustanny proces, wymagający zaangażowania jednostek i społeczeństw.

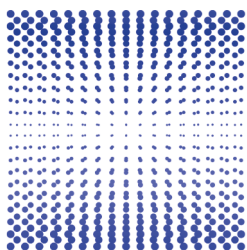
W XXI w. rozwój sztucznej inteligencji (AI) wprowadził dezinformację na nowy poziom. Deepfake, czyli fałszywe nagrania wideo i audio generowane przez AI, są coraz trudniejsze do wykrycia. W 2018 r. deepfake Baracka Obamy, stworzony przez badaczy, pokazał, jak łatwo zmanipulować wizerunek publiczny. W Polsce deepfake wykorzystywano w kampaniach politycznych, np. fałszywe nagrania polityków wygłaszających kontrowersyjne treści.

AI umożliwia też tworzenie automatycznych botów, które masowo publikują dezinformację w mediach społecznościowych. Według raportów MIT, fałszywe treści rozprzestrzeniają się sześć razy szybciej niż prawdziwe, dzięki algorytmom i ludzkiej skłonności do udostępniania sensacji.



[źródło:domenapubliczna.pl](http://domenapubliczna.pl)





Dezinformacja a bezpieczeństwo narodowe

Jak fałszywe narracje mogą destabilizować państwo, wpływać na morale społeczeństwa, zaufanie do instytucji i procesy wyborcze.

Dezinformacja – rozumiana jako celowe rozpowszechnianie fałszywych lub manipulacyjnych treści w celu wywołania określonego efektu społecznego lub politycznego – stała się jednym z największych zagrożeń dla współczesnego bezpieczeństwa narodowego. Jej skuteczność nie polega na sile rażenia, lecz na zdolności do podważania zaufania, siania niepewności i dezorganizowania społeczeństw od wewnątrz.

Tradycyjne rozumienie konfliktu zbrojnego ustępuje dziś miejsca wojnie informacyjnej, w której głównym narzędziem nie są pociski, lecz narracje. Państwa i grupy interesów wykorzystują Internet, media społecznościowe i kanały komunikacji masowej do prowadzenia operacji wpływu – subtelnych, lecz długofalowych działań mających na celu zmianę postaw społecznych lub destabilizację przeciwnika.

Dezinformacja nie musi być spektakularna, by była skuteczna. Często przyjmuje formę pozornie wiarygodnych wiadomości, które grają na emocjach, lękach i uprzedzeniach odbiorców. Wystarczy odpowiednio spreparowany przekaz o rzekomym zagrożeniu, spisku czy zdradzie elit, by wzbudzić nieufność wobec instytucji państwa. W ten sposób społeczeństwo zaczyna podważać fundamenty własnego systemu politycznego, co prowadzi do erozji bezpieczeństwa narodowego bez konieczności użycia siły militarnej.

Jednym z głównych celów kampanii dezinformacyjnych jest osłabienie morale społeczeństwa. Narracje o niekompetencji władz, korupcji,

bezsilności armii czy zagrożeniach zewnętrznych mają za zadanie wywołać poczucie chaosu i braku stabilności. Długotrwała ekspozycja na tego rodzaju przekazy prowadzi do społecznego zmęczenia, apatii i przekonania, że „nic się nie da zrobić”.

W warunkach kryzysu – np. wojny, pandemii czy katastrofy naturalnej – dezinformacja działa jak katalizator paniki. Fałszywe wiadomości o niedoborach, zagrożeniach czy spiskach potrafią w ciągu kilku godzin doprowadzić do realnych strat: kolejek, wykupów towarów czy agresywnych zachowań. W tym sensie wojna informacyjna staje się formą działań hybrydowych, w których emocje obywateli są bronią wymierzoną przeciwko nim samym.

Skuteczna dezinformacja opiera się nie tyle na kłamstwie, ile na podważaniu wiarygodności źródeł informacji. Wystarczy zaszczerpić w opinii publicznej wątpliwość – „czy media mówią prawdę?”, „czy rząd nie ukrywa czegoś przed nami?” – by proces dezintegracji zaufania postępował samoczynnie.

Atak na zaufanie do instytucji państwowych, wojska, sądów czy mediów jest jednym z najgroźniejszych wymiarów wojny informacyjnej. Społeczeństwo pozbawione wiary w autorytety i wspólne wartości staje się podatne na manipulację. Wystarczy wtedy wprowadzić alternatywne źródło informacji – często podszywane się pod lokalne media – by przejąć kontrolę nad narracją publiczną.

Na początku pandemii COVID-19 w Polsce (marzec 2020) papier toaletowy stał się jednym z najbardziej pożądanych produktów. W mediach społecznościowych i tradycyjnych pojawiły się zdjęcia pustych półek w sklepach. Ludzie zaczęli kupować papier w dużych ilościach, obawiając się braków w dostawach.

W rzeczywistości nie było żadnych realnych podstaw do takiego zachowania — łańcuchy dostaw działały normalnie. Jednak efekt psychologiczny tzw. paniki zakupowej był bardzo silny



źródło: biznes.interia.pl

W kontekście międzynarodowym szczególnie aktywne w tym obszarze są Rosja i Chiny, które od lat wykorzystują dezinformację do osłabiania struktur państw zachodnich i Unii Europejskiej. Rosyjskie trolle internetowe i farmy botów rozpowszechniają treści mające na celu wzbudzenie konfliktów etnicznych, społecznych i politycznych, a także podważanie jedności NATO.



Zdjęcie: Zwolennik Putina rozpowszechnia propagandę wojenną na Kremlu, trzymając ogromny transparent ze zdjęciem Putina z napisem: „Jesteśmy z nim, za rosyjską suwerennością, a ty?”. Gazeta propagandowa głosi: „Zniszczymy wroga”, odnosząc się do Stanów Zjednoczonych i wojny na Ukrainie, źródło: Celestino Arce/NurPhoto, cepa.org

Jednym z najpoważniejszych zagrożeń jest ingerencja w procesy demokratyczne. Kampanie dezinformacyjne mające na celu wpływanie na decyzje wyborców zostały udokumentowane m.in. w USA, Wielkiej Brytanii i Francji. Fałszywe konta w mediach społecznościowych, finansowane reklamy polityczne czy spreparowane nagrania wideo (deepfake) stały się narzędziami do manipulacji opinią publiczną.

Dezinformacja w kampaniach wyborczych nie zawsze polega na bezpośrednim promowaniu jednej opcji politycznej. Często chodzi o demobilizację elektoratu – zniechęcanie obywateli do głosowania poprzez wywoływanie wrażenia, że „wszyscy politycy są tacy sami” lub że „wynik wyborów i tak został przesądzony”. W ten sposób osłabia się podstawowy mechanizm demokracji – aktywne uczestnictwo obywateli w życiu publicznym.

Skuteczna obrona przed dezinformacją wymaga nie tylko narzędzi technologicznych, ale przede wszystkim świadomości społecznej. Współczesne państwa rozwijają systemy monitorowania przestrzeni informacyjnej, tworzą zespoły analityczne i prowadzą kampanie edukacyjne. Przykładem może być działalność East StratCom Task Force przy Komisji Europejskiej, która monitoruje rosyjską propagandę i pu-

blikuje raporty o fałszywych narracjach w ramach projektu EUvsDisinfo.

Równie ważna jest edukacja medialna obywateli, ucząca krytycznego myślenia i weryfikacji źródeł informacji. Szkoły, media publiczne i organizacje pozarządowe powinny odgrywać rolę w budowaniu odporności informacyjnej społeczeństwa. Ostatecznie bowiem żadna technologia nie zastąpi świadomego odbiorcy, zdolnego odróżnić fakt od manipulacji.

Dezinformacja nie jest incydentalnym problemem współczesności – to systemowe wyzwanie dla bezpieczeństwa narodowego, demokracji i stabilności społecznej. Jej skutki są długofalowe i trudne do odwrócenia: podziały społeczne, utrata zaufania do instytucji, radykalizacja postaw, a w skrajnych przypadkach – destabilizacja państwa.

W epoce informacyjnej to nie tylko granice terytorialne, lecz także granice świadomości obywateli stają się polem walki. Obrona przed dezinformacją wymaga więc współpracy instytucji państwowych, sektora medialnego i obywateli. Bo w świecie, w którym informacja stała się bronią, prawda – mimo swej kruchości – pozostaje najważniejszym zasobem bezpieczeństwa narodowego.



Praca zespołu EUvsDisinfo została opisana w setkach mediów w całej Europie i poza nią, w ponad 15 językach. Głos członków zespołu odegrał kluczową rolę w debacie na temat sposobów zwalczania dezinformacji i zwiększania odporności na nią. Stosowane przez nich narzędzia są obecnie używane przez badaczy na całym świecie

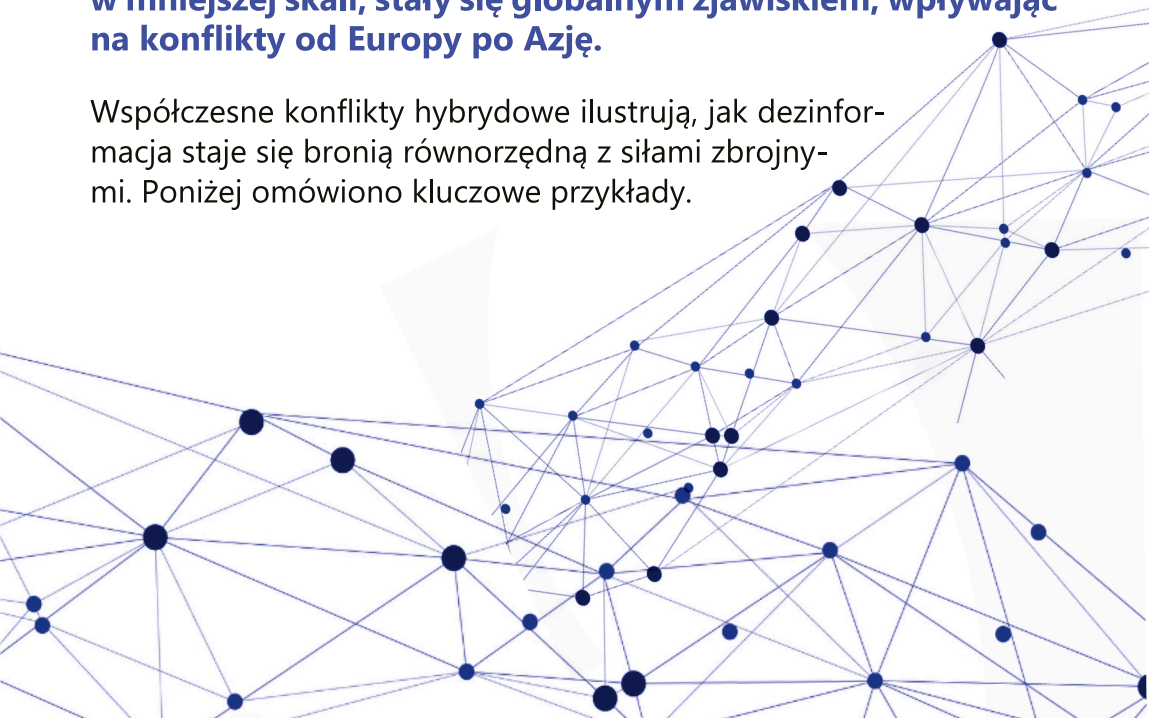
Tylko od 2015 do 2019 r. EUvsDisinfo obaliło 6,5 tys. przypadków dezinformacji,
źródło: eeas.europa.eu



Wojna informacyjna XXI w.: między propagandą, fake newsami a cyberatakami

W dobie cyfrowej rewolucji konflikty zbrojne przestały być wyłącznie domeną pola bitwy. Wojna informacyjna stała się kluczowym elementem strategii państwowych, gdzie propaganda, fake newsy i cyberataki służą do manipulowania opinią publiczną, destabilizacji społeczeństw i wspierania operacji militarnych. Pojęcie to obejmuje celowe działania mające na celu kształtowanie percepcji rzeczywistości, sianie wątpliwości i osłabianie przeciwnika bez bezpośredniego użycia siły. W XXI w. wojna informacyjna ewoluowała w integralną część konfliktów hybrydowych – mieszanki konwencjonalnych i niekonwencjonalnych metod walki, w których dezinformacja staje się równorzędnym narzędziem obok działań militarnych. Te taktyki, początkowo testowane w mniejszej skali, stały się globalnym zjawiskiem, wpływając na konflikty od Europy po Azję.

Współczesne konflikty hybrydowe ilustrują, jak dezinformacja staje się bronią równorzędną z siłami zbrojnymi. Poniżej omówiono kluczowe przykłady.



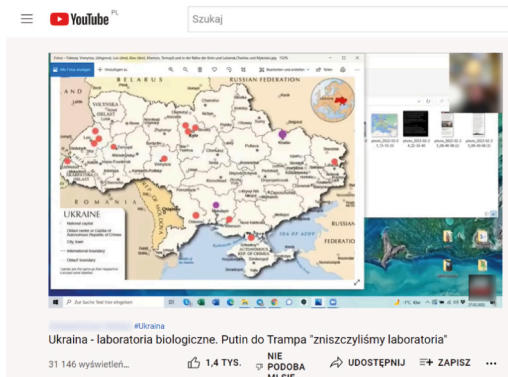
Wojna informacyjna to nie tylko rozpowszechnianie fałszywych informacji, ale kompleksowa strategia obejmująca:

- **Propagandę:** Celowe kształtowanie narracji, często poprzez media państwowe lub kontrolowane, by promować własną wizję wydarzeń i demonizować przeciwnika.
- **Fake newsy:** Fałszywe lub zmanipulowane treści, rozprzestrzeniane poprzez media społecznościowe, boty i fałszywe konta, by wywołać chaos i podziały społeczne.
- **Cyberataki:** Ataki na infrastrukturę cyfrową, takie jak hacking systemów rządowych, kradzież danych czy zakłócanie komunikacji, które wspierają dezinformację poprzez ujawnianie lub fabrykowanie informacji.

Te elementy łączą się w hybrydowe zagrożenia, gdzie działania w sferze informacyjnej uzupełniają operacje militarne, ekonomiczne czy polityczne. Według ekspertów, takie metody pozwalają na osiągnięcie celów wojennych przy minimalnym ryzyku eskalacji, wykorzystując szarą strefę między pokojem a wojną.

Konflikt rosyjsko-ukraiński: Od aneksji Krymu po pełnoskalową inwazję

Rosja jest pionierem w stosowaniu wojny informacyjnej w konfliktach hybrydowych. W 2014 r., podczas aneksji Krymu, Moskwa połączyła operacje militarne (w tym użycie „zielonych ludzików” – nieoznakowanych żołnierzy) z masową dezinformacją. Fałszywe narracje o „nazistach” w Kijowie i „ochronie mniejszości rosyjskojęzycznej” były rozpowszechniane poprzez media takie jak RT i Sputnik, wsparte botami na platformach społecznościowych. Cyberataki na ukraińską infrastrukturę, w tym ataki na sieć energetyczną, uzupełniały te działania, powodując chaos i osłabiając opór.



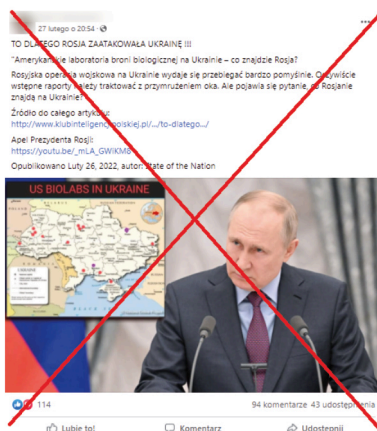
Film o "laboratoriach biologicznych" w Ukrainie
opublikowano na YouTube, źródło: cedmohub.eu

cyberataki, takie jak te na systemy bankowe i rządowe Ukrainy, wspierały ofensywę militarną, zakłócając logistykę i komunikację. Według raportów, Rosja wydała miliony na kampanie dezinformacyjne skierowane przeciwko sojusznikom Ukrainy, w tym NATO i UE, by osłabić wsparcie dla Kijowa. Przykładem jest wykorzystanie mediów społecznościowych do siania paniki wśród cywilów, co równolegle z bombardowaniami miast wzmacniało efekt psychologiczny.

Ingerencja Rosji w wybory i politykę

Rosyjska wojna informacyjna wykracza poza Ukrainę, celując w demokratyczne procesy na Zachodzie. W 2016 r., podczas wyborów prezydenckich w USA, Rosja przeprowadziła operację „Lakhta”, obejmującą hacking e-maili Demokratów i rozpowszechnianie fake newsów poprzez fałszywe konta na Facebooku i Twitterze. Te działania, wsparte przez Internet Research Agency (tzw. „fabrykę trolli”), miały na celu polaryzację społeczeństwa i osłabienie zaufania do instytucji.

W pełnoskalowej inwazji z 2022 r. dezinformacja osiągnęła nowy poziom. Rosyjskie trolle i boty rozpowszechniały fałszywe historie o „biolaboratoriach” w Ukrainie czy „nazistowskiej juncie” w Kijowie, co miało uzasadnić agresję i podzielić międzynarodową opinię publiczną. Jednocześnie



„Tajne laboratoria na Ukrainie” jako cel Putina? Fake news oparty na teorii spiskowej,
źródło: cedmohub.eu

Podobne taktyki zastosowano w wyborach we Francji i Niemczech.

W kontekście hybrydowym, te operacje łączą się z cyberatakami na infrastrukturę krytyczną, takimi jak ataki na sieci energetyczne czy systemy wyborcze, co tworzy wrażenie stałego zagrożenia. Na przykład, w 2024 r. Rosja nasiliła kampanie dezinformacyjne przeciwko NATO, wykorzystując drony nad krajami bałtyckimi i fałszywe narracje o „prowokacjach Zachodu”, co ma na celu osłabienie jedności Sojuszu.

Chińskie działania wobec Tajwanu i Morza Południowochińskiego

Chiny stosują wojnę informacyjną w konflikcie z Tajwanem, łącząc dezinformację z militarnymi pokazami siły. Kampanie propagandowe, rozpowszechniane poprzez Weibo i globalne media, promują narrację o „zjednoczeniu” i dyskredytują rząd w Tajpej określając go jako „separatystyczny”. Fake newsy o „korupcji” na Tajwanie czy „zagrożeniu dla pokoju” są amplifikowane przez boty, by podważyć międzynarodowe wsparcie dla wyspy.



5 sierpnia 2025, 21:38

Chiny i Rosja wspólnie zaatakują Tajwan? Hakerzy dotarli do dokumentów

Jak podają media, hakerzy z grupy Black Moon zdobyli tajne dokumenty potwierdzające bliską współpracę Rosji i Chin przy przygotowaniach do możliwej inwazji na Tajwan. Umowa między Moskwą a Pekinem ma obejmować m.in. dostawę rosyjskiego sprzętu wojennego oraz systemu dowodzenia dla chińskich sił powietrznodesantowych.

Hakerzy z międzynarodowej grupy Black Moon uzyskali dostęp do dokumentów wskazujących na bliską współpracę Moskwy i Pekinu w przygotowaniach do możliwej inwazji na Tajwan, źródło: wiadomosci.wp.pl

waniem połączone z dezinformacją o „ćwiczeniach obronnych”. Te działania mają na celu osłabienie woli walki bez bezpośredniej inwazji.

Analiza: Dezinformacja jako równorzędne narzędzie walki

W konfliktach hybrydowych dezinformacja nie jest dodatkiem, lecz

integralną częścią strategii. Pozwala na osiągnięcie celów militarnych przy niższych kosztach: osłabia morale przeciwnika, dzieli sojuszników i maskuje prawdziwe intencje. Na przykład, w Ukrainie rosyjska propaganda uzasadnia ataki, podczas gdy cyberataki zakłócają obronę. Media społecznościowe, z ich algorytmami rozpowszechniającymi kontrowersje, stały się polem bitwy, gdzie boty i trolle tworzą iluzję powszechnego poparcia.

Wyzwania jakie nam się prezentują to brak regulacji platform cyfrowych i trudności w weryfikacji informacji. Odpowiedzią są inicjatywy jak EUvsDisinfo czy NATO's Hybrid Threats Centre, promujące edukację medialną i współpracę międzynarodową.

Podsumujmy. Wojna informacyjna XXI w. redefiniuje konflikty, czyniąc dezinformację bronią masowego rażenia. Przykłady z Ukrainy, Tajwanu i Zachodu pokazują, że bez skutecznej obrony przed propagandą, fake newsami i cyberatakami, nawet najsilniejsze armie mogą zostać znacznie osłabione bez oddania jednego wystrzału. Przyszłość wymaga budowania odporności społeczeństw, regulacji cyfrowych i międzynarodowej solidarności, by chronić prawdę w erze post-prawdy.



Chińscy hakerzy nasilają ataki na Tajwan. Celem kluczowe obszary gospodarki

Opracowanie: Filip Waluszko
17 lipca 2025, 10:18

1 min czytania



Udostępnij artykuł



Hakerzy powiązani z Chinami nasilają ataki na tajwański przemysł półprzewodników i analityków inwestycyjnych z Tajwanu – przekazała w czwartek agencja Reutera, powołując się na wyniki analiz Proofpoint, firmy zajmującej się cyberbezpieczeństwem. Ambasada Chin w Waszyngtonie odparła te zarzuty.

źródło: businessinsider.com.pl

Jak rozpoznać dezinformację? – przykłady fake newsów, hoaxów, deepfake



W dobie Internetu i mediów społecznościowych informacje rozprzestrzeniają się błyskawicznie. Niestety, nie wszystkie z nich są prawdziwe. Dezinformacja stała się jednym z największych wyzwań współczesnego świata, wpływając na opinie publiczne, decyzje polityczne i codzienne życie. W tym artykule przyjrzymy się definicji dezinformacji, jej formom takim jak fake news, hoax i deepfake, oraz sposobom, jak je rozpoznać i się przed nimi chronić.

Dezinformacja to celowe rozpowszechnianie fałszywych, niedokładnych lub wprowadzających w błąd informacji, zazwyczaj w celu osiągnięcia korzyści finansowych, politycznych lub społecznych. W odróżnieniu od misinformacji, która może być wynikiem błędu lub nieświadomości, dezinformacja jest intencjonalna i manipulacyjna. Zjawisko to znane jest od starożytności, ale w erze cyfrowej nabrało nowego wymiaru dzięki szybkiemu rozprzestrzenianiu się treści w internecie. Komisja Europejska podkreśla, że dezinformacja wpływa na kluczowe wydarzenia, takie jak Brexit czy referenda niepodległościowe, i wymaga systemowych działań na poziomie państwowym.

Dezinformacja często wykorzystuje mechanizmy psychologiczne, takie jak efekt potwierdzenia (ludzie wierzą w to, co pasuje do ich poglądów) czy algorytmy mediów społecznościowych, które promują sensacyjne treści. W kontekście sztucznej inteligencji, dezinformacja ewoluuje, stając się bardziej wyrafinowana, np. poprzez generowanie fałszywych multimediów.

Dezinformacja przybiera różne formy. Poniżej omówimy trzy popularne: fake news, hoax i deepfake, z konkretnymi przykładami.

Fake news

Fake news to fałszywe lub celowo zmanipulowane informacje, które udają wiarygodne dziennikarstwo. Ich głównym celem jest wpływanie na opinię publiczną, kształtowanie nastrojów społecznych lub destabilizowanie zaufania do instytucji państwowych, naukowych i medialnych.



Zjawisko to nasiliło się wraz z rozwojem mediów społecznościowych, które umożliwiły szybkie i niekontrolowane rozprzestrzenianie się nieprawdziwych treści.

Fake newsy są szczególnie groźne w okresach wyborczych i kryzysowych, gdy emocje społeczne są silne, a zapotrzebowanie na informacje – wysokie. W takich momentach fałszywe przekazy mogą realnie wpływać na decyzje polityczne, zachowania społeczne i bezpieczeństwo informacyjne państwa.

W Polsce jednym z najbardziej jaskrawych przykładów fake newsów były zmanipulowane informacje dotyczące szczepionek przeciw COVID-19, które rzekomo miały powodować autyzm, bezpłodność lub zawierać mikroczipy do śledzenia obywateli. Fałszywe wiadomości tego typu rozprzestrzeniały się w mediach społecznościowych i komunikatorach, budząc lęk i nieufność wobec lekarzy, instytucji zdrowia publicznego oraz rządu.



Nie, chip ze szczepionki na COVID-19 nie został wykryty przez skaner dla zwierząt, 6.07.2021 r. źródło: fakenews.pl

Fake newsy często pochodzą z anonimowych lub pozornie neutralnych źródeł, które celowo naśladują język i formę profesjonalnych mediów. Używają chwytliwych nagłów-

ków, emocjonalnych zdjęć i prostych narracji, by zwiększyć zasięg i wiarygodność przekazu. Z czasem są powielane przez użytkowników sieci, którzy – działając w dobrej wierze – nieświadomie wzmacniają ich zasięg.

Ich skuteczność opiera się na psychologicznych mechanizmach percepcji i emocji: ludzie częściej wierzą w informacje zgodne z ich przekonaniami oraz te, które wywołują silne reakcje, takie jak strach, gniew czy poczucie niesprawiedliwości. W rezultacie fake newsy nie tylko dezinformują, ale polaryzują społeczeństwo, pogłębiając podziały i podważając fundamenty racjonalnej debaty publicznej.

Hoax

Hoax to forma fałszywej informacji, która udaje prawdziwą wiadomość lub ostrzeżenie, często rozpowszechnianą w postaci łańcuszków e-mailowych, wiadomości na komunikatorach lub postów w mediach społecznościowych. W przeciwieństwie do klasycznego fake newsa, hoax zazwyczaj nie ma bezpośredniego podtekstu politycznego czy ideologicznego — jego celem jest raczej wzbudzenie emocji, sensacji lub paniki. Mimo to stanowi istotny element ekosystemu dezinformacji, ponieważ wprowadza chaos informacyjny i podważa zaufanie do wiarygodnych źródeł.

XoXo



#AppleWave – nie daj się nabrać na ładowanie telefonu komórkowego w mikrofalówce!, 30.09.2014 r. Źródło .publik.pl

Jednym z najbardziej znanych przykładów hoaxów był popularny około 2010 r. internetowy „poradnik”, który rzekomo doradzał ładowanie telefonu w kuchence mikrofalowej. Fałszywa informacja, rozpowszechniana w mediach społecznościowych, doprowadziła do licznych



Użytkownicy serwisu 4chan brutalnie zażartowali z użytkowników telefonów marki Apple. Opublikowali informację, z której wynikało, że telefon można naładować szybciej... w kuchence mikrofalowej. Niektórzy uwierzyli i osiągnęli efekt, jakiego można było się spodziewać., 24.09.2014 r. Źródło tvn24.pl

przypadków uszkodzenia sprzętu, pokazując, jak łatwo można zmanipulować użytkowników, jeśli przekaz wygląda wiarygodnie.

Innym typowym przykładem są fałszywe ostrzeżenia o wirusach komputerowych, takie jak głośny hoax o wiadomości e-mail o tytule „Life is beautiful”, która miała rzekomo usuwać wszystkie dane z komputera. W rzeczywistości żadnego takiego wirusa nigdy nie było, ale rozesłane ostrzeżenia wywołały niepotrzebną panikę i przyczyniły się do roz-

przestrzeżenia dezinformacji na ogromną skalę.

Hoaxy często wykorzystują zaufanie między znajomymi — użytkownicy, chcąc ostrzec innych, nieświadomie przekazują dalej fałszywe informacje. W ten sposób stają się mimowolnymi ogniwami w łańcuchu dezinformacji. Choć mogą wydawać się nieszkodliwe, w dłuższej perspektywie przyczyniają się do erozji zaufania społecznego, banalizując problem fałszywych treści i osłabiając czujność odbiorców wobec rzeczywistych zagrożeń informacyjnych.

W epoce mediów społecznościowych hoax stał się jednym z najtrudniejszych do zwalczania zjawisk – jego siła nie tkwi w treści, lecz w emocjach, które wywołuje, oraz w szybkości, z jaką potrafi rozprzestrzeniać się w sieciach społecznych.

Deepfake

Technologia deepfake stanowi jedno z najbardziej niebezpiecznych narzędzi współczesnej dezinformacji, wykorzystując sztuczną inteligencję do generowania realistycznych, lecz całkowicie fałszywych materiałów wideo lub audio. Dzięki technikom generative AI możliwe

jest dziś precyzyjne podmienianie twarzy, mimiki i głosu, co sprawia, że odbiorca ma ogromną trudność w odróżnieniu fikcji od rzeczywistości.

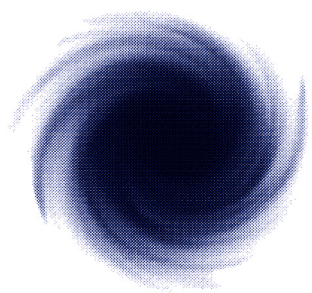
Pierwsze głośne przykłady pojawiły się już w 2018 r. – m.in. fałszywe video z Barackiem Obamą, w którym amerykański prezydent „wypowiadał słowa”, których nigdy nie powiedział. Materiał ten, stworzony przez badaczy z Uniwersytetu Stanforda i BuzzFeeda, miał zwrócić uwagę na zagrożenia wynikające z rozwoju tej technologii, ale jednocześnie zapoczątkował falę jej nadużyć.

W Polsce deepfake pojawiły się w przestrzeni publicznej w kampaniach politycznych, gdzie wykorzystywano spreparowane nagrania przedstawiające znanych polityków wypowiadających kontrowersyjne lub kompromitujące treści. Tego rodzaju manipulacje mogą realnie wpływać na przebieg debat publicznych, kształtowanie opinii społecznej, a nawet wyniki wyborów.

Niebezpieczeństwo deepfake'ów nie ogranicza się jednak do sfery politycznej. Coraz częściej wykorzystuje się je w reklamie, rozrywce czy pornografii, gdzie zniekształcone wizerunki osób publicznych lub prywatnych stają się narzędziem szantażu, kompromitacji lub naruszenia prawa do prywatności.

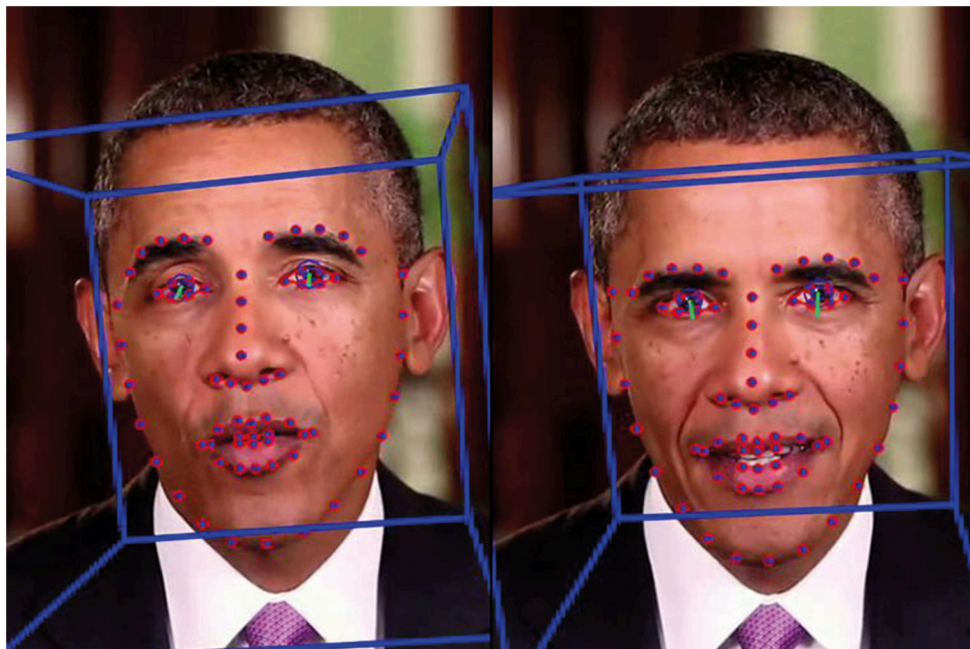


You Won't Believe What Obama Says In This Video! 😊, 2018 r., Źródło: youtube.com



Eksperti podkreślają, że deepfake jest szczególnie groźny, ponieważ tworzy iluzję prawdy, podważając zaufanie do przekazu audiowizualnego jako nośnika informacji. W sytuacji, gdy technologia staje się coraz bardziej dostępna i precyzyjna, jedynym skutecznym sposobem przeciwdziałania jest rozwój systemów weryfikacji cyfrowej oraz edukacja medialna, ucząca krytycznego odbioru treści.

Deepfake to zatem nie tylko zagrożenie technologiczne, lecz także nowa forma dywersji informacyjnej, która podważa fundamenty wiarygodności mediów i stawia przed społeczeństwami wyzwanie: jak bronić prawdy w epoce, w której obraz można sfałszować równie łatwo, jak napisać fałszywy nagłówek.



Oprogramowanie śledzące OpenFace analizuje prawdziwy film wideo przedstawiający prezydenta Obamę po lewej stronie i deepfake z synchronizacją ust po prawej stronie., 2018 r., źródło: news.berkeley.edu

Jak rozpoznać dezinformację?

Rozpoznawanie dezinformacji wymaga krytycznego myślenia i weryfikacji. Oto kr. i zalecane przez ekspertów:

- **Sprawdź źródło:** Czy strona jest wiarygodna? Szukaj znanych mediów, unikaj anonimowych blogów. Użyj narzędzi jak Who.is do sprawdzenia domeny.
- **Weryfikuj fakty:** Porównaj informację z innymi źródłami.
- **Analizuj emocje:** Jeśli treść budzi silne emocje (strach, gniew), może być manipulacją. Sprawdź datę publikacji – stare newsy bywają recyklingowane.
- **Dla informacji typu deepfake:** Szukaj anomalii jak nienaturalne mruganie oczu, cienie czy synchronizacja ust. Narzędzia jak Microsoft Video Authenticator mogą pomóc.
- **Używaj narzędzi:** Rozszerzenia przeglądarki jak NewsGuard oceniają wiarygodność stron. Dla mediów społecznościowych sprawdzaj kontekst postu.
- **Ministerstwo Cyfryzacji i NASK zalecają edukację medialną, zwłaszcza wśród młodzieży, by rozwijać umiejętności krytycznego myślenia.**

Dezinformacja, w formach fake news, hoaxów i informacji - deepfake, zagraża demokracji i społeczeństwu. Rozpoznawanie jej wymaga czujności i edukacji. Pamiętaj: nie wszystko, co widzisz w internecie, jest prawdą. Weryfikuj, zanim uwierzysz i udostępnisz.



Destabilizacja społeczeństwa przez dezinformację

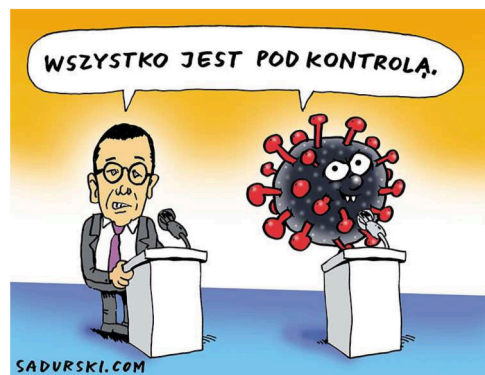
Współczesne społeczeństwa funkcjonują w warunkach nieustannego konfliktu informacyjnego, który coraz częściej przybiera charakter wojny o ludzką świadomość. Zjawisko dezinformacji, rozumiane jako celowe wprowadzanie w błąd w celu kształtowania opinii publicznej i zachowań społecznych, stało się jednym z najskuteczniejszych narzędzi destabilizacji państw i wspólnot. W dobie globalnych mediów i mediów społecznościowych walka o interpretację rzeczywistości przeniosła się do przestrzeni cyfrowej, gdzie emocje zastępują fakty, a informacje rozchodzą się szybciej niż jakikolwiek logiczny komentarz.

Dezinformacja nie polega wyłącznie na rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości. Jej istota tkwi w budowaniu chaosu poznawczego – stanu, w którym odbiorca traci zdolność rozróżniania prawdy od fałszu, a przez to staje się bezbronny wobec manipulacji. Systematyczne podważanie zaufania do instytucji publicznych, mediów, nauki czy autorytetów tworzy grunt pod społeczną destabilizację. Społeczeństwo pozbawione wspólnego układu odniesienia, w którym nie istnieje już jednolity zestaw wartości i norm interpretacyjnych, przestaje być zdolne do racjonalnej debaty.

Dezinformacja działa poprzez emocje. Człowiek reaguje silniej na treści wzbudzające strach, gniew czy poczucie zagrożenia niż na przekaz neutralny. Właśnie dlatego manipulacyjne treści są konstruowane tak, aby odwoływać się do najprostszych emocji, nie zaś do rozumu. Współczesne media społecznościowe wzmacniają ten mechanizm, gdyż algorytmy premiuje treści angażujące emocjonalnie – im większe wzburzenie odbiorców, tym większy zasięg przekazu. W efekcie emocja staje się nośnikiem informacji, a popularność treści nie świadczy już o jej wiarygodności, lecz o sile emocji, którą wywołuje.

W ten sposób tworzy się błędne koło. Użytkownicy sieci, kierowani emocjami, masowo powielają treści, które wzmacniają ich przekonania i uprzedzenia. Pojawia się zjawisko „baniek informacyjnych” – hermetycznych przestrzeni poznawczych, w których jednostka styka się niemal wyłącznie z przekazami potwierdzającymi jej poglądy. Dezinformacja staje się wtedy samowystarczalnym mechanizmem – odbiorcy nie potrzebują już zewnętrznego nadawcy, bo sami reprodukują i wzmacniają błędne treści. W ten sposób polaryzacja społeczna nie tylko się utrwała, ale i pogłębia, prowadząc do rozpadu wspólnego pola debaty publicznej.

Destabilizacja społeczeństwa przez dezinformację ma charakter długofalowy i systemowy. W początkowym etapie osłabia spójność aksjologiczną, podważając sens istnienia wspólnych wartości. Następnie doprowadza do chaosu instytucjonalnego – erozji autorytetów, nieufności wobec elit, prawa, sądów czy administracji. Gdy podstawowe mechanizmy zaufania społecznego ulegną rozkładowi, społeczeństwo staje się podatne na działania zewnętrzne, ponieważ traci zdolność do samoobrony informacyjnej. W tej sytuacji nawet fałszywe komunikaty mogą wywoływać realne skutki polityczne i gospodarcze.



Rysunki są ostrą, humorystyczną krytyką władzy: rysownik pokazuje, że polityczne deklaracje często odbiegają od faktów, a problemy – zamiast być rozwiązywane – bywają generowane lub ignorowane. To typowy przykład politycznej karykatury, która poprzez przesadę i ironię punktuje słabości rządzących, źródło: demotywatory.pl

Przykładem może być proces polaryzacji, w którym tożsamość obywateli zaczyna być definiowana przez przynależność do przeciwstawnych obozów światopoglądowych. Każdy z nich funkcjonuje we własnym świecie informacji, autorytetów i wartości, co sprawia, że dialog staje się praktycznie niemożliwy. Dla aktorów prowadzących operacje dezinformacyjne jest to sytuacja idealna – społeczeństwo wewnętrznie skonfliktowane nie jest w stanie prowadzić spójnej polityki ani skutecznie reagować na zagrożenia. W efekcie zamiast racjonalnej wymiany argumentów pojawia się emocjonalna walka symboliczna, w której fakty przestają mieć znaczenie.

Dezinformacja wykorzystuje także zjawisko tzw. logomachii – walki na pojęcia. Zamiast dyskusji o treści problemu, toczy się spór o słowa, który skutecznie odciąga uwagę od rzeczywistych zagadnień. Manipulacja językiem prowadzi do sytuacji, w której te same pojęcia oznaczają coś innego dla różnych grup, co dodatkowo utrudnia komunikację. Kiedy słowa przestają mieć wspólne znaczenie, społeczeństwo traci zdolność do porozumienia i wspólnego działania.

Długotrwała ekspozycja na dezinformację wywołuje zjawisko zmęczenia informacyjnego. Odbiorcy, bombardowani nadmiarem danych, tracą zdolność selekcji i interpretacji. Zamiast analizować, zaczynają unikać informacji, a obojętność staje się formą ucieczki przed poznawczym przeciążeniem. Ten stan pasywności jest jednym z głównych celów działań destabilizacyjnych – społeczeństwo obojętne, zniechęcone i pozbawione zaufania łatwiej poddaje się zewnętrznym wpływom.



Kontrowersyjne nagłówki artykułów często są źródłem rozpowszechnianych plotek, źródło: tatawpracy.pl

Dezinformacja może również podważać zaufanie do samego pojęcia prawdy. Gdy każda opinia wydaje się równoważna, a wszystkie źródła – jednakowo podejrzane, wytwarza się atmosfera relatywizmu poznawczego. W takim otoczeniu racjonalna dyskusja staje się niemożliwa, ponieważ brakuje wspólnego punk-



Na stronach rządowych możemy upewnić się, czy podsyłane nam treści są prawdziwe, źródło: gov.pl

tu odniesienia. Utrata zdolności do odróżniania wiedzy od opinii, faktu od komentarza, jest jedną z najgroźniejszych konsekwencji destabilizacji informacyjnej.

Zjawisko to ma także wymiar geopolityczny. Dezinformacja może być narzędziem prowadzenia działań hybrydowych, służących osłabieniu potencjału obronnego państwa bez użycia siły militarnej. Jej celem jest podważenie woli oporu, rozbicie sojuszy, wywołanie nieufności wobec władz i zniechęcenie obywateli do zaangażowania społecznego. W ten sposób destabilizacja informacyjna staje się elementem strategii wpływu – wojny prowadzonej środkami niemilitarnymi, ale przynoszącej skutki równie destrukcyjne jak tradycyjny konflikt.

Ostatecznym celem dezinformacji jest nie tyle przekonanie społeczeństwa do określonego stanowiska, ile zniszczenie jego zdolności do racjonalnego myślenia i oceny rzeczywistości. Społeczeństwo podzielone, zdezorientowane i zmęczone staje się podatne na dowolne formy kontroli. Zniszczenie zaufania, zastąpienie wiedzy emocją i wytworzenie poczucia bezsilności to trzy podstawowe filary destabilizacji. W tym sensie dezinformacja jest współczesną formą agresji – ciłą, rozproszoną, ale niezwykle skuteczną.

Obrona przed nią wymaga przede wszystkim świadomości i czujności. Społeczeństwo, które rozumie mechanizmy manipulacji i potrafi rozpoznać jej przejawy, ma większą szansę zachować spójność i odporność. W epoce, w której informacja stała się narzędziem walki, stabilność wspólnoty zależy już nie tylko od instytucji i prawa, ale od zbiorowej zdolności do rozumienia świata takim, jaki jest, a nie takim, jakim ktoś próbuje go przedstawić.



Dywersja kulturowa

Współczesny świat jest przestrzenią nieustannej rywalizacji idei, wartości i narracji. W dobie globalizacji, powszechnego dostępu do informacji i rozwoju mediów cyfrowych walka o wpływ na sposób myślenia społeczeństw stała się jednym z kluczowych wymiarów polityki i bezpieczeństwa. Coraz częściej konflikty nie rozgrywają się już na polach bitew, lecz w sferze informacyjnej, gdzie kształtuje się ludzką percepcję rzeczywistości. Jednym z pojęć opisujących ten typ oddziaływania jest dywersja kulturowa – subtelna, długotrwała forma ingerencji w świadomość społeczną, mająca na celu osłabienie tożsamości wspólnotowej, dezorganizację instytucji oraz wytworzenie chaosu poznawczego.

Dywersja kulturowa polega na celowym wpływaniu na postawy i przekonania określonych grup w taki sposób, by doprowadzić do ich wewnętrznego podziału i utraty zdolności do spójnego działania. Jej istota nie opiera się na otwartym ataku, lecz na stopniowym kształtowaniu środowiska informacyjnego przeciwnika. W długiej perspektywie prowadzi to do sytuacji, w której społeczeństwo zaczyna samo przyjmować rozwiązania sprzyjające zewnętrznym interesom, postrzegając je jako naturalne i racjonalne. W odróżnieniu od klasycznej propagandy, dywersja kulturowa działa powoli i systemowo, wykorzystując emocje, autorytety, trendy kulturowe, a także nowoczesne technologie komunikacyjne.

Historia pokazuje, że walka o świadomość człowieka towarzyszy ludzkości od zarania dziejów. W starożytności i średniowieczu o kształcie idei decydowały jednostki – władcy, duchowni, filozofowie – których osobista charyzma i autorytet były głównym narzędziem oddziaływania. Zmiana nastąpiła wraz z wynalezieniem druku, który umożliwił trwałe utrwalanie poglądów i ich masowe rozpowszechnianie. Odtąd

idee zaczęły żyć własnym życiem, niezależnie od swoich twórców, a konflikt ideologiczny przestał być domeną elit. Rewolucja przemysłowa i rozwój mediów masowych – prasy, radia, telewizji – otworzyły nowy rozdział w tej historii. W XX w. propaganda stała się narzędziem państwowej polityki i jednym z filarów wojen totalnych.

W epoce cyfrowej walka o rząd dusz osiągnęła jednak zupełnie inny wymiar. Internet i media społecznościowe zniósły granicę między nadawcą a odbiorcą – każdy użytkownik stał się potencjalnym twórcą treści, a więc uczestnikiem ideologicznego pola walki. Szybkość przepływu informacji, możliwość natychmiastowego reagowania oraz pozorną równość w dostępie do przestrzeni publicznej sprawiły, że kontrola nad przekazem stała się znacznie trudniejsza. Jednocześnie pojawiły się nowe mechanizmy wpływu, oparte na algorytmach, mikrotargetowaniu i analizie danych behawioralnych. To właśnie one umożliwiają precyzyjne kształtowanie emocji i postaw użytkowników, często bez ich świadomości.

Dywersja kulturowa opiera się na kilku powtarzalnych mechanizmach. Pierwszym z nich jest systematyczne podważanie autorytetów oraz instytucji publicznych. W ten sposób osłabiane jest zaufanie społeczne, które stanowi fundament funkcjonowania wspólnoty politycznej. Kolejnym elementem jest polaryzacja – dzielenie społeczeństwa na wzajemnie wrogie obozy, które przestają ze sobą rozmawiać, a zaczynają walczyć o symboliczne potwierdzenie swoich racji. Trzecim narzędziem jest manipulacja językiem. Spory o definicje pojęć – takich jak wolność, równość czy demokracja – zastępują rzeczywistą debatę o problemach, tworząc pozór dialogu. Wreszcie, nieodzownym elementem dywersji jest zarządzanie emocjami poprzez selektywne przedstawianie informacji. Treści nacechowane negatywnie – wzbudzające gniew, lęk lub oburzenie – rozprzestrzeniają się szybciej niż komunikaty neutralne, co czyni z emocji niezwykle skuteczne narzędzie wpływu.

Zjawisko to wzmacnia tzw. cywilizacja obrazkowa, w której odbiorca przyzwyczajony jest do krótkich, intensywnych bodźców, a nie do pogłębionej analizy. Dominacja mediów wizualnych i skróconych form prze-



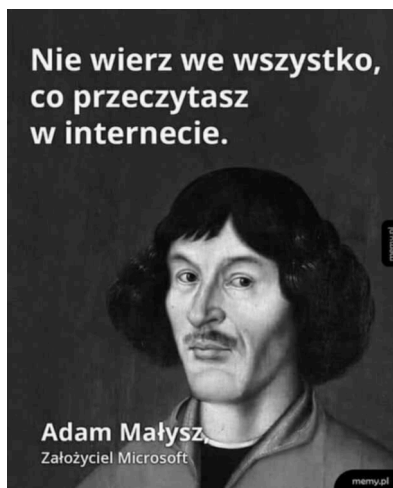
kazu osłabia zdolność krytycznego myślenia, a przez to zwiększa podatność na manipulację. Współczesny człowiek nieustannie wystawiony jest na strumień informacji, które często pozostają niesprawdzone, niepełne lub sprzeczne. W efekcie trudniej mu odróżnić fakt od opinii, a wiedzę od emocjonalnego wrażenia. W takiej sytuacji nawet najbardziej racjonalne społeczeństwa mogą stać się podatne na działania dezinformacyjne.

Sabotaż kulturowy jest szczególnie groźna tam, gdzie słabnie poczucie wspólnoty i gdzie brakuje jednolitego układu odniesienia w sferze wartości. Społeczeństwa o niskim poziomie zaufania instytucjonalnego i wysokiej polaryzacji są naturalnym celem operacji informacyjnych. W takich warunkach łatwiej jest wzmacniać konflikty i prowokować napięcia, wykorzystując istniejące różnice światopoglądowe, kulturowe czy ekonomiczne. Zamiast otwartego ataku, podmiot prowadzący dywersję może po prostu „nakierowywać” debatę publiczną w pożądanym kierunku, finansując określone kampanie medialne, wspierając wybrane organizacje czy tworząc sieci powiązań ekspertów i komentatorów. Efekt bywa trudny do wykrycia, ponieważ działania te przybierają formę spontanicznej aktywności obywatelskiej lub oddolnych inicjatyw społecznych.



Wolność słowa i łatwość dystrybucji wywołania internetowych twórców prezentujących swoje poglądy. Komiksy autorstwa Iskry (rysownik publikujący na Facebooku), często poruszają drażliwe kwestie polityczne i społeczne, źródło: „Smutne historie spisane na kacy i tanim papierze”

W odpowiedzi na te zjawiska coraz więcej państw i organizacji międzynarodowych rozwija strategie przeciwdziałania dezinformacji i manipulacji. Obejmują one zarówno sferę bezpieczeństwa informacyjnego, jak i edukacji medialnej. Kluczowym elementem takich działań jest wzmacnianie odporności poznawczej obywateli, rozumianej jako zdolność do samodzielnej oceny wiarygodności przekazów i rozpoznawania prób manipulacji. Edukacja w tym zakresie nie ogranicza się do przekazywania wiedzy technicznej o funkcjonowaniu mediów, ale obejmuje także kształtowanie umiejętności krytycznego myślenia, logicznego rozumowania i odpowiedzialnego korzystania z informacji.



Źródło: domena publiczna

Budowanie odporności społecznej na dywersję kulturową wymaga także wspólnotowego wymiaru działania. W świecie pluralizmu ideowego i różnorodności światopoglądów potrzebne są spójne narracje integrujące, które pozwalają zachować poczucie tożsamości i ciągłości. Nie chodzi tu o narzucanie jednolitej wizji świata, lecz o tworzenie przestrzeni do rozmowy o wartościach, historii i celach wspólnoty politycznej. Społeczeństwo, które potrafi rozumieć swoje doświadczenia i rozmawiać o nich w sposób racjonalny, jest mniej podatne na próby zewnętrznej ingerencji w jego świadomość.

Dywersja kulturowa stanowi jedno z kluczowych wyzwań XXI w. W epoce informacyjnej granice między sferą militarno-polityczną a kulturowo-medialną uległy zatarciu. Siła państwa czy narodu zależy nie tylko od jego gospodarki i armii, ale także od spójności aksjologicznej i zdolności do obrony własnych narracji. W tym sensie walka z dywersją kulturową nie polega na cenzurze czy ograniczaniu wolności słowa, lecz na podnoszeniu jakości debaty publicznej i budowaniu świadomego społeczeństwa, które potrafi odróżnić informację od manipulacji. Ostatecznie bowiem to nie technologia, lecz człowiek – jego wiedza, świadomość i zdolność refleksji – pozostaje najważniejszym gwarantem bezpieczeństwa w świecie, w którym wojna o umysły stała się wojną o przyszłość.



Spółeczeństwo w bańkach: *echo chambers* filtracja informacji

Jak algorytmy i media społecznościowe zamykają użytkowników w informacyjnych bańkach, ograniczając pluralizm poglądów.

Współczesne społeczeństwa coraz częściej funkcjonują w rzeczywistości, w której dostęp do informacji nie oznacza już automatycznie ich różnorodności. Choć Internet miał być przestrzenią demokratyzacji wiedzy i wolnej wymiany poglądów, w praktyce stał się mechanizmem selekcji, segmentacji i zamykania użytkowników w tzw. bańkach informacyjnych (*filter bubbles*) i komorach echa (*echo chambers*). To właśnie one w dużym stopniu determinują dziś sposób, w jaki myślimy o świecie, kształtujemy opinie i podejmujemy decyzje.

Jednym z najważniejszych czynników prowadzących do zjawiska zamknięcia informacyjnego są algorytmy – niewidzialne mechanizmy zarządzające naszymi interakcjami w sieci. Platformy takie jak Facebook, YouTube, TikTok czy X (dawny Twitter) gromadzą ogromne ilości danych o użytkownikach – o tym, co oglądają, jakie treści komentują, z czym się zgadzają i co ignorują. Na tej podstawie tworzone są spersonalizowane profile, które mają maksymalizować zaangażowanie odbiorcy.

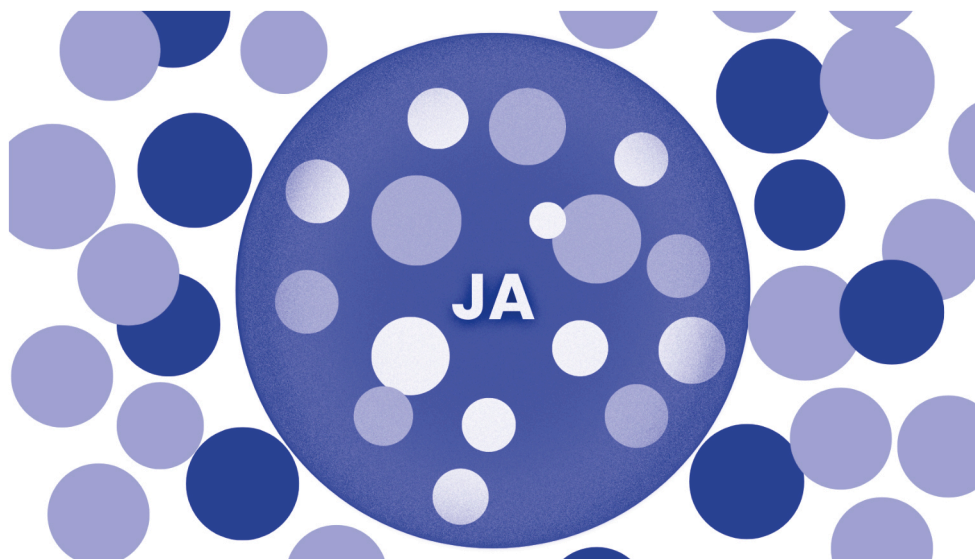
W praktyce oznacza to, że użytkownik coraz częściej widzi wyłącznie te treści, które odpowiadają jego wcześniejszym preferencjom. Algorytm działa jak filtr – eliminuje informacje sprzeczne z naszym światopoglądem lub po prostu takie, które uznaje za mniej angażujące. Z czasem odbiorca zaczyna żyć w cyfrowej rzeczywistości dopasowanej do własnych przekonań. Nieświadomie przestaje mieć kontakt z odmiennymi poglądami, a jego obraz świata staje się coraz bardziej jednowymiarowy.

Zjawisko *echo chamber* (komory echa) odnosi się do sytuacji, w której użytkownicy mediów społecznościowych otaczają się osobami o podobnych poglądach, a ich opinie są nieustannie wzmacniane przez grupę. To środowisko sprzyja powstawaniu błędnego koła wzajemnego potwierdzania przekonań – każda kolejna informacja utwierdza nas w tym, co już wiemy lub wierzymy, a wszystko, co temu przeczy, zostaje zignorowane lub odrzucone jako „fałszywe”.

Zjawisko to ma głęboki wpływ społeczny i polityczny. Badania przeprowadzone m.in. przez Eli Parisera (2011), który spopularyzował termin *filter bubble*, pokazują, że użytkownicy mediów cyfrowych stają się coraz bardziej spolaryzowani. W efekcie dyskurs publiczny traci charakter wymiany argumentów, a zyskuje wymiar plemienny – oparty na emocjach, tożsamości i przynależności grupowej.

W praktyce prowadzi to do zaniku debaty i rosnącej wrogości wobec „innych”. Wystarczy kilka lat funkcjonowania w informacyjnej bańce, aby użytkownik zaczął traktować odmienne poglądy nie jako alternatywny punkt widzenia, lecz jako zagrożenie.

Psychologia poznawcza wyjaśnia to zjawisko przez pryzmat tzw. efekt potwierdzenia (*confirmation bias*). Ludzie z natury wolą informacje, które potwierdzają ich dotychczasowe przekonania, i unikają tych,



Co to jest **echo chamber** (komora echa)?

Przykład: Użytkownik Facebooka, który regularnie lajkuje treści lewicowe lub prawicowe, zaczyna widzieć coraz więcej podobnych postów. Algorytm uznaje, że to jego zainteresowania, więc wzmacnia przekaz — w efekcie użytkownik ma wrażenie, że wszyscy wokół myślą tak samo.

Skutek: Powstaje zniekształcony obraz rzeczywistości i rośnie przekonanie o jedynym słusznym poglądzie.

które mogłyby je podważyć. Algorytmy mediów społecznościowych wykorzystują tę skłonność, dostarczając treści, które wywołują pozytywne emocje i utrzymują użytkownika w stanie zaangażowania.

W połączeniu z mechanizmami natychmiastowej gratyfikacji (polubienia, udostępnienia, komentarze) media społecznościowe stają się swoistym uzależnieniem emocjonalnym. Każde kliknięcie „lubię to” to mikro-nagroda, wzmacniająca przekonanie, że nasze poglądy są słuszne i podzielane przez innych. Z biegiem czasu tworzy się środowisko, w którym różnorodność opinii jest postrzegana jako dysonans, a konfrontacja z odmiennymi ideami – jako nieprzyjemne doświadczenie, którego należy unikać.

Efektem życia w bańkach informacyjnych jest rosnąca polaryzacja społeczeństwa, rozpad wspólnej przestrzeni debaty publicznej i utrata zaufania do instytucji oraz mediów tradycyjnych. Społeczeństwa zaczynają funkcjonować jak równoległe światy – grupy o odmiennych poglądach politycznych czy światopoglądowych przestają się nawzajem rozumieć, a nawet słyszeć.

Zjawisko to obserwowane jest nie tylko w kontekście politycznym, lecz także w kwestiach społecznych i kulturowych – od szczepień i zmian klimatycznych po migrację i prawa człowieka. Każda z grup informacyjnych wytwarza własne „prawdy”, źródła i autorytety, a wspólny punkt odniesienia zanika. Taka fragmentacja sprzyja również rozprzestrzenianiu dezinformacji, ponieważ fałszywe wiadomości szybciej rozchodzą się w środowiskach zamkniętych, gdzie nie są konfrontowane z faktami.

Rozwiązanie problemu nie jest proste, ponieważ dotyczy nie tylko technologii, ale też zachowań społecznych i kulturowych. Kluczowym kierunkiem jest edukacja medialna i cyfrowa, ucząca krytycznego myślenia, weryfikacji źródeł i świadomego korzystania z sieci. Niezbędne jest również zwiększenie transparentności algorytmów, które decydują o tym, jakie treści widzimy. Coraz częściej mówi się też o potrzebie wprowadzenia „prawa do różnorodności informacyjnej” – rozwiązania, które wymagałoby od platform prezentowania użytkownikom szerszego spektrum poglądów.

Ważnym elementem przeciwdziałania zamknięciu informacyjnemu jest także odpowiedzialność mediów i dziennikarzy. W świecie zdominowanym przez media społecznościowe, rzetelne dziennikarstwo – oparte na faktach i pluralizmie opinii – staje się jednym z ostatnich bastionów obrony przed polaryzacją i dezinformacją.

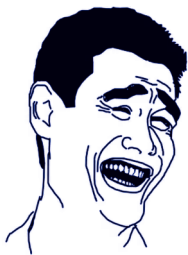
Zjawisko baniek informacyjnych to nie chwilowa moda ani efekt uboczny rozwoju technologii, lecz strukturalny problem współczesnej komunikacji. Algorytmy, które miały pomagać w porządkowaniu informacji, zaczęły nią manipulować, dopasowując rzeczywistość do naszych preferencji. W konsekwencji coraz częściej żyjemy w świecie, w którym każdy ma swoją „prawdę” – a wspólna przestrzeń dialogu kurczy się do minimum.

Przyszłość pluralizmu informacyjnego zależy więc od tego, czy uda się nam – jako społeczeństwu – odzyskać kontrolę nad tym, jak i z kim rozmawiamy w przestrzeni cyfrowej. Bo jeśli nie, ryzykujemy, że zamiast wspólnoty komunikacyjnej, pozostanie nam tylko echo własnych przekonań.

Co to jest **filter bubble** (filtracja informacji) ?

Przykład: Dwie osoby wpisują w Google to samo hasło: „zmiana klimatu”. Jedna osoba czyta portale prawicowe, druga – strony lewicowe. Google pokaże im zupełnie różne wyniki, dostosowane do ich „profilu”.

Skutek: Użytkownicy żyją w różnych informacyjnych rzeczywistościach, co utrudnia porozumienie i wspólne rozumienie faktów.



Wizualna siła manipulacji, czyli infografiki, memy i obrazy w kampaniach dezinformacyjnych

W erze cyfrowej, gdzie uwaga odbiorców jest krótka, a informacje rywalizują o naszą percepcję, przekaz graficzny stał się potężnym narzędziem dezinformacji. Infografiki, memy i obrazy oddziałują na emocje i kształtują opinię publiczną szybciej niż słowa, wykorzystując prostotę, chwytliwość i wizualną atrakcyjność. Dlaczego te formy przekazu są tak skuteczne i jak manipulują naszym postrzeganiem rzeczywistości?

Przekaz graficzny działa na ludzką psychikę z niezwykłą siłą. Obrazy i grafiki są przetwarzane przez mózg znacznie szybciej niż tekst – badania wskazują, że informacje wizualne docierają do nas nawet 60 000 razy szybciej niż słowa. Proste memy czy infografiki, często nasycone emocjami, zapadają w pamięć i są łatwiejsze do udostępniania w mediach społecznościowych. Ich viralowy charakter sprawia, że fałszywe narracje rozprzestrzeniają się błyskawicznie, zanim ktokolwiek zdąży je zweryfikować.

Infografiki, choć pozornie oparte na danych, są szczególnie podatne na manipulację. Fałszywe statystyki, wyrwane z kontekstu liczby czy zniekształcone wykresy mogą tworzyć iluzję wiarygodności. Użycie kolorów, dużych cyfr czy dramatycznych strzałek wzmacnia przekaz, wywołując wrażenie, że przedstawione informacje są obiektywne. W rzeczywistości takie grafiki często pomijają kluczowe dane lub manipulują skalą, by potwierdzić z góry założoną tezę. Odbiorcy, którzy rzadko weryfikują źródła, przyjmują te wizualizacje jako fakt, ulegając ich sugestywnej sile.

Memy, choć wydają się niewinne, są jednym z najskuteczniejszych narzędzi dezinformacji. Łącząc humor, ironię lub oburzenie z chwytliwym obrazem, trafiają wprost do emocji odbiorcy. Ich prostota spra-

wia, że są łatwe do zrozumienia i udostępniania, co zwiększa ich zasięg. Fałszywe memy często wykorzystują stereotypy, uproszczenia lub emocjonalne skróty, by polaryzować społeczeństwo. Mechanizm ten opiera się na efekcie iluzji prawdy – wielokrotne oglądanie mema, nawet fałszywego, buduje poczucie, że zawiera on ziarno prawdy.

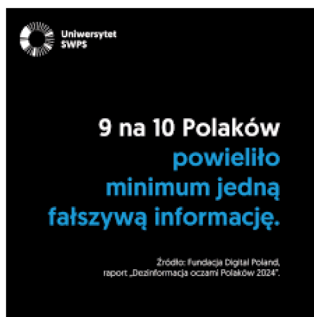
Obrazy, takie jak zmanipulowane zdjęcia czy deepfake, potęgują problem. Fałszywe fotografie, które wyglądają autentycznie, mogą wywoływać silne reakcje emocjonalne, takie jak strach czy złość, co czyni je idealnym narzędziem manipulacji. Rozwój technologii, w tym sztucznej inteligencji, umożliwia tworzenie coraz bardziej przekonujących falsyfikatów, które trudno odróżnić od rzeczywistości. Takie obrazy, rozpowszechniane w mediach społecznościowych, wzmacniają fałszywe narracje, zanim fact-checking zdąży je obalić.

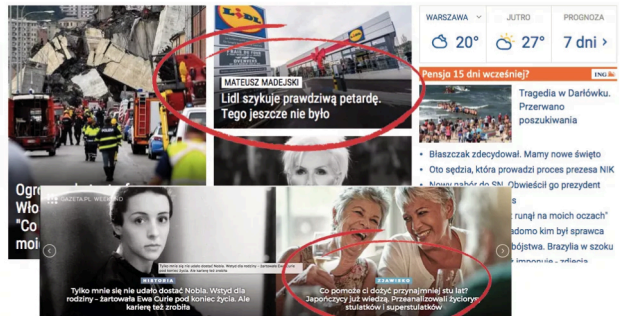
Wyzwaniem w walce z wizualną dezinformacją jest szybkość jej rozprzestrzeniania. Memy i infografiki docierają do milionów odbiorców w ciągu godzin, podczas gdy weryfikacja wymaga czasu i zasobów. Dodatkowo, emocjonalny charakter tych przekazów sprawia, że nawet obalenie fake newsa może nie cofnąć jego wpływu – odbiorcy zapamiętują obraz, a nie sprostowanie.

Skuteczność wizualnej dezinformacji wynika także z ograniczonego krytycyzmu odbiorców wobec grafik. Ludzie rzadziej kwestionują obrazy niż tekst, zakładając ich autentyczność. Bańki informacyjne, tworzone przez algorytmy platform internetowych, wzmacniają ten efekt, dostarczając użytkownikom treści zgodne z ich poglądami, co ogranicza szansę na kontakt z alternatywnymi perspektywami. W rezultacie fałszywe memy czy infografiki mogą utrwalać błędne przekonania i polaryzować społeczeństwo.

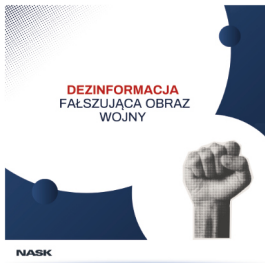
Jak przeciwdziałać wizualnej manipulacji? Kluczowe jest rozwijanie krytycznego myślenia i weryfikowanie źródeł.

Według badania „Dezinformacja oczami Polaków” (edycja 2024) przygotowanego przez Fundację Digital Poland, Polacy bardzo często powielają fałszywe informacje bez sprawdzania ich źródeł. Według raportu, 84% respondentów deklaruowało, że zetknęło się z fake newsem. „9 na 10 badanych potwierdziło prawdziwość choć jednej z fałszywych informacji” – czyli 90% deklaruowało zgodę („zdecydowanie się zgadzam” lub „raczej się zgadzam”) z co najmniej jednym z tych 30 stwierdzeń. W innym źródle (Press.pl) jest mowa, że 91% osób zgodziło się z przynajmniej jednym stwierdzeniem fałszywym





RZĄD przeciw DEZINFORMACJI



NASK

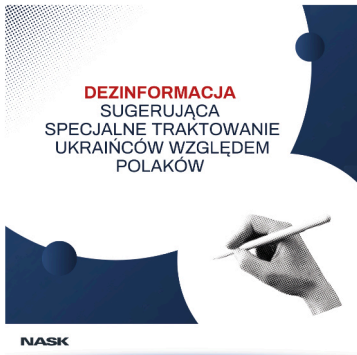
Ministerstwo
Cyfryzacji



Chroń się przed dezinformacją

Jak rozpoznać dezinformację i chronić się przed manipulacją? Odkryj techniki i mechanizmy związane z rozpowszechnianiem fałszywych treści z pomocą ekspertów z Ośrodka Analizy Dezinformacji Instytutu NASK.

Widzisz dezinformację? Zgłoś ją!



NIE BĄDŹ INTERNETOWYM TROLLEM

SPRAWDŹ INFORMACJĘ,
ZANIM PRZEKAŻESZ
JĄ DALEJ

Ministerstwo
Cyfryzacji

NASK

NASK (Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa) prowadzi kampanie mające na celu walkę z dezinformacją, takie jak np. kampania „Nie bądź internetowym trollem” Ministerstwa Cyfryzacji czy „SPRAWDZAM!”. Instytut prowadzi też kampanie skierowane do specyficznych grup, np. rodziców („Dzieci w sieci. Wyzwania cyfrowego świata”), a także reaguje na konkretne zagrożenia, identyfikując i zgłaszając próby ingerencji w wybory

Rozprzestrzenianie fałszywych informacji o Elonie Musku związanych z rzekomym przejęciem firm McDonald's oraz CNN:



Co twierdzono:

- Pojawiła się wiadomość, że Elon Musk miał powiedzieć: „I am officially buying McDonald's” („Oficjalnie kupuję McDonald's”).
- Równolegle krążył przekaz, że Musk kupił CNN za około 3 miliardy USD, aby „naprawić media” i zmienić linię redakcyjną.

Co ustalono – fakty:

- W przypadku McDonald's: nie ma żadnych wiarygodnych dowodów ani publicznej deklaracji Muska ani firmy McDonald's, które potwierdzałyby jakąkolwiek akwizycję. Dodatkowo zdjęcia i materiały promujące tę informację zostały poddane analizie – wykazano, że zawierały elementy sztucznie wygenerowane przez AI.
- W przypadku CNN: wiadomość pochodziła z ser-

- W przypadku CNN: wiadomość pochodziła z serwisu, który wprost deklaruje, że publikuje satyrę oraz fałszywe wiadomości. Źródła CNN zaprzeczyły, jakoby miały miejsce negocjacje lub zawarta transakcja z Muskem.

Dlaczego tak się działo:

- W obu przypadkach mamy do czynienia z efektem, wywoływania sensacji” — atrakcyjne nagłówki („Elon Musk kupuje McDonald’s”, „Musk kupuje CNN”) przyciągają uwagę i szybko rozchodzą się w mediach społecznościowych.
- W przypadku McDonald’s dodatkowo zastosowano elementy wizualne (np. zdjęcia, kolaże z Muskem w kontekście restauracji) które, jak wykazano, były prawdopodobnie generowane lub manipulowane przy użyciu AI.
- W przypadku CNN informacja opierała się wprost na satyrycznej stronie internetowej, która nie zamierzała być traktowana poważnie — ale została przez wiele osób podana jako fakt.



Rzecznik CNN natychmiast zdementował pogłoski, jakoby Elon Musk zgodził się kupić media za 3mln dol. Informacje te szeroko udostępniane w sieciach społecznościowych, pochodzą ze znanego z publikowania treści satyrycznych serwisu SpaceXMania i nie mają podstaw faktycznych. **To fake news a młodzież kiedyś mówiła na to ściema do kwadratu.**, źródło satkurier.pl

Dlaczego warto to wiedzieć:

- Pokazuje to, jak łatwo mogą powstać fałszywe informacje — nawet o wąsko wyspecjalizowanych tematach, jak wielkie przejęcia korporacyjne — i jak łatwo mogą być rozprzestrzeniane.
- Uczy krytycznego podejścia do nagłówków i treści w internecie oraz weryfikowania informacji w kilku wiarygodnych źródłach.
- Pomaga rozróżniać rzeczywiste działania publicznych osób i firm od plotek, manipulacji wizualnych czy żartobliwych/satyrycznych treści, które zostały potraktowane jako fakty.



Internet powielat wiele wygenerowanych obrazów, które miały przedstawiać zadowolonego właściciela fastfoodowej sieciówki

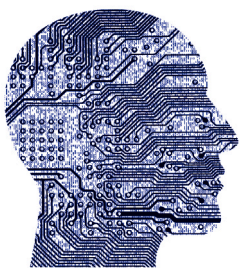


Po pierwsze, rzut ekranu z Twittera nie wygląda realistycznie, ponieważ czcionka tekstu jest większa niż nazwa użytkownika i pseudonim. Zazwyczaj czcionka w zwykłych tweetach jest mniejsza i nie jest pogrubiona. Tekst we wszystkich tweetach jest zazwyczaj wyrównany do lewej strony, ale na rzucie ekranu z Twittera, który obalamy, jest nieregularny, nie ma również daty i godziny, źródło: pesacheck.org

Obrazy towarzyszące oświadczeniu wygenerowano przy użyciu sztucznej inteligencji, źródło: inc.com



Przykład grafiki, które zalewały media internetowe w związku ze skamem wokół Elona Muska., źródło: inc.com



Psychologia dezinformacji. Dlaczego wierzymy w fake newsy?

W dobie powszechnego dostępu do informacji dezinformacja stała się poważnym wyzwaniem, wpływając na nasze decyzje, przekonania i postrzeganie rzeczywistości. Fałszywe informacje rozprzestrzeniają się szybko, wykorzystując mechanizmy psychologiczne, takie jak efekt potwierdzenia, bańki informacyjne oraz bias emocjonalny. Zrozumienie tych procesów pozwala wyjaśnić, dlaczego ludzie są podatni na manipulację i jak można się przed nią chronić.

EFEKT POTWIERDZENIA: PRZYJMUJE
INFORMACJE POTWIERDZAJĄCE MOJE
PRZEKONANIA



UNIKAMY INFORMACJI, KTÓRE MOGĄ ZAPRZECZAĆ NASZYM PRZEKONANIOM
LEPIEJ ZAPAMIĘTUJEMY INFORMACJE ZBIEŻNE Z NASZYM
IGNORUJEMY ARGUMENTY, KTÓRE NIE POTWIERDZAJĄ NASZYCH OPINII

Efekt potwierdzenia polega na skłonności do akceptowania informacji, które zgadzają się z naszymi istniejącymi przekonaniami, przy jednoczesnym ignorowaniu dowodów przeciwnych. Ludzie naturalnie poszukują treści, które utwierdzają ich w posiadanych poglądach, co sprawia, że fałszywe informacje zgodne z ich światopoglą-

dem wydają się bardziej wiarygodne. Mechanizm ten działa szczególnie silnie w sytuacjach niepewności, gdy potrzeba jasnych odpowiedzi jest duża. Dezinformacja oferuje proste wyjaśnienia, które zaspokajają tę potrzebę, nawet jeśli mijają się z prawdą, utrudniając obiektywną ocenę faktów.



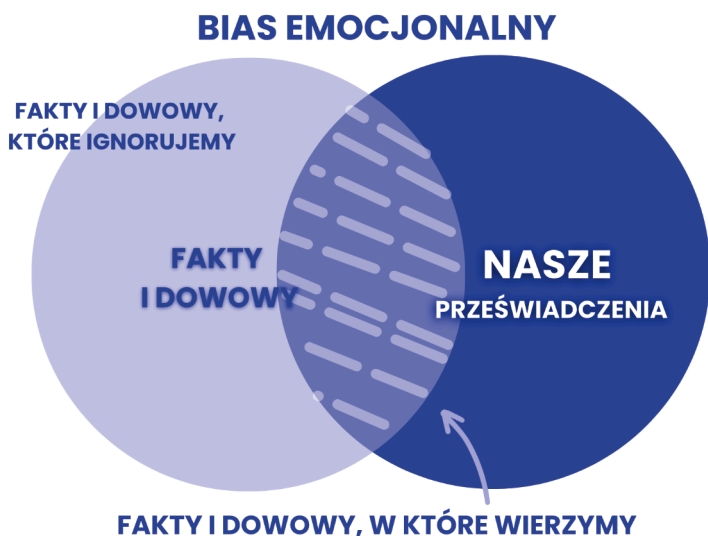
Bańki informacyjne dodatkowo wzmacniają podatność na manipulację. Algorytmy platform internetowych dobierają treści na podstawie wcześniejszych wyborów użytkownika, ograniczając kontakt z różnorodnymi perspektywami. W efekcie ludzie funkcjonują w tzw. echo komorach, gdzie otaczają ich informacje wzmacniające istniejące przekonania. Brak ekspozycji na odmienne punkty widzenia sprawia, że fałszywe narracje rzadziej są kwestionowane, a użytkownicy przyjmują je bez weryfikacji. To zjawisko sprzyja polaryzacji społecznej i utrudnia budowanie wspólnego obrazu rzeczywistości.

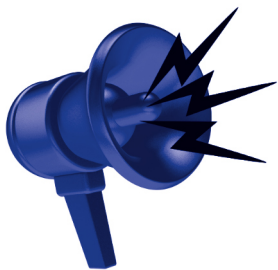
Bias emocjonalny odgrywa kluczową rolę w rozprzestrzenianiu dezinformacji. Fałszywe informacje są często projektowane tak, by wywoływać silne emocje – strach, złość czy oburzenie – które osłabiają zdolność do krytycznego myślenia. Treści wywołujące natychmiastowe reakcje emocjonalne są bardziej angażujące i częściej udostępniane, co zwiększa ich zasięg. W sytuacjach chaosu lub presji czasowej ludzie rzadziej analizują informacje, dając się ponieść impulsom, co czyni ich łatwiejszym celem dla manipulatorów.

Dodatkowym mechanizmem jest efekt iluzji prawdy, który sprawia, że wielokrotnie powtarzane informacje, nawet fałszywe, zaczynają wydawać się wiarygodne. Powtarzanie buduje poczucie familiarności, co obniża naszą czujność. Presja społeczna również odgrywa rolę – gdy osoby z naszego otoczenia, zwłaszcza w mediach społecznościowych, dzielą pewne narracje, czujemy się skłonni je zaakceptować, by nie zostać wykluczonym z grupy.

Jak chronić się przed dezinformacją? Kluczowe jest świadome weryfikowanie źródeł i poszukiwanie informacji z różnych perspektyw, co pozwala przełamywać bańki informacyjne. Unikanie pochopnych reakcji emocjonalnych oraz rozwijanie krytycznego myślenia pomagają w ocenie wiarygodności treści. Edukacja medialna, promowana przez instytucje takie jak NASK, stanowi istotne narzędzie w budowaniu odporności na manipulację.

Dezinformacja wykorzystuje naturalne mechanizmy ludzkiego umysłu, takie jak potrzeba potwierdzenia, ograniczenia bańki informacyjnej czy podatność na emocje. Zrozumienie tych procesów pozwala lepiej rozpoznawać fałszywe informacje i podejmować świadome decyzje. W świecie, gdzie informacja bywa narzędziem manipulacji, krytyczne myślenie staje się niezbędną umiejętnością.





Propaganda przez rozrywkę: seriale, gry i filmy jako narzędzia wpływu

Analiza zjawiska „soft power” i wplecenia przekazów politycznych w popkulturę.

Współczesna popkultura stała się jednym z najpotężniejszych narzędzi kształtowania opinii publicznej i wpływania na postawy społeczne. W epoce mediów cyfrowych i globalnych platform streamingowych filmy, seriale, muzyka i gry komputerowe nie tylko bawią i angażują, ale coraz częściej pełnią funkcję narzędzi politycznych – subtelnych, ale skutecznych elementów tzw. „soft power”. Propaganda przestała mieć formę bezpośredniego przekazu – dziś przyjmuje postać emocji, narracji i symboli ukrytych w kulturze masowej, która kształtuje sposób postrzegania świata przez miliony odbiorców.

Termin soft power został spopularyzowany przez Josepha Nye’a, amerykańskiego politologa, który zdefiniował go jako zdolność państwa do osiągania celów poprzez atrakcyjność kulturową, a nie przymus czy siłę militarną. W XXI w. to właśnie kultura popularna – a nie propaganda w klasycznym rozumieniu – stała się głównym nośnikiem tej miękkiej siły.

Filmy, seriale czy gry komputerowe budują wizerunek państw i społeczeństw w sposób bardziej subtelny niż tradycyjne komunikaty medialne. To one pokazują, „jak żyją ludzie w Ameryce”, „jak wygląda heroizm w Rosji” czy „jakie wartości promuje współczesne Chiny”. Odbiorcy nie są świadomi, że uczestniczą w procesie kształtowania narracji politycznej – zamiast ideologii widzą emocje, akcję i rozrywkę.

Najbardziej znanym przykładem wykorzystywania popkultury do realizacji celów politycznych pozostaje Hollywood. Od czasów II wojny światowej amerykańska kinematografia była narzędziem promocji wartości takich jak wolność, indywidualizm, demokracja czy odwaga. Filmy takie jak *Top Gun* (1986) czy jego współczesna kontynuacja *Top*

Gun: Maverick (2022) nie tylko przyczyniły się do wzrostu zainteresowania służbą wojskową, ale także umacniały pozytywny wizerunek amerykańskiej armii. Pentagon regularnie współpracuje z producentami filmowymi, udostępniając sprzęt wojskowy w zamian za wpływ na scenariusz i sposób prezentowania sił zbrojnych.

Z kolei w filmach Marvela czy DC Comics Stany Zjednoczone ukazwane są jako obrońca porządku światowego, a ich bohaterowie często symbolizują moralną przewagę Zachodu. Nawet gdy fabuła nie ma bezpośredniego wymiaru politycznego, przekaz ideowy – oparty na kulcie jednostki, wolności i poświęcenia dla dobra wspólnego – stanowi fundament amerykańskiej tożsamości kulturowej.

W ostatnich latach również Rosja coraz intensywniej wykorzystuje kulturę popularną do budowania własnej narracji geopolitycznej. Filmy takie jak T-34 (2018), Sobibór (2018) czy Krym (2017) służą nie tylko rozrywce, ale także umacnianiu mitologii „wielkiej ojczyzny” i heroizmu rosyjskiego żołnierza. Produkcje te często prezentują świat w czarno-białych kategoriach – Rosja jako bastion dobra i tradycji kontra Zachód jako źródło dekadencji, fałszu i agresji.

„Top Gun” (1986) to nie tylko kultowy obraz akcji, ale też ważny przykład popkulturowej propagandy militarnej z okresu zimnej wojny. Uzbrojenie wojskowe w filmie odgrywało bardzo istotną rolę – zarówno wizualną, jak i ideologiczną. Celem Top Gun (świadomie lub nie) było odbudowanie prestiżu armii USA, pokazanie jej jako miejsca heroizmu, technologicznej potęgi i dumy narodowej. Nieprzypadkowo film powstał przy ścisłej współpracy z Departamentem Obrony USA i marynarką wojenną.



Źródło: filmweb.pl



Copyright: Paramount Picture

W grach wideo, takich jak Caliber czy Escape from Tarkov, pojawia się podobna narracja – rosyjscy bohaterowie są profesjonalni, lojalni i moralnie czysti, podczas gdy przeciwnicy (zazwyczaj inspirowani postaciami z NATO lub USA) są przedstawiani jako bezwzględni i skorumpowani. To właśnie w ten sposób Rosja prowadzi współczesną wojnę informacyjną, opartą nie na propagandzie wprost, lecz na emocjonalnym wzmocnieniu własnej tożsamości kulturowej.

Chińska strategia soft power opiera się na długofalowej i dobrze skoordynowanej polityce kulturalnej. Państwo Środka konsekwentnie promuje własne wartości i narracje poprzez film, muzykę, literaturę i gry. Produkcje takie jak The Wandering Earth (2019) czy Wolf Warrior II (2017) nie tylko osiągnęły ogromny sukces kasowy, ale również prezentują chińskich bohaterów jako odpowiedzialnych, odważnych i działających dla dobra ludzkości. W przeciwieństwie do hollywoodzkich wzorców, chińskie kino koncentruje się na zbiorowym wysiłku i harmonii społecznej, co odzwierciedla ideologiczne fundamenty państwa komunistycznego.

Wiele zagranicznych produkcji, chcąc wejść na rynek chiński, poddaje się autocenzurze – zmieniając wątki, lokalizacje lub sposób przedstawienia Chin. W ten sposób Pekin zyskał nieformalny wpływ na globalny przemysł filmowy, wykorzystując ekonomiczną siłę swojego rynku do kontrolowania przekazu kulturowego.

We współczesnej popkulturze granica między rozrywką a przekazem politycznym staje



Escape from Tarkov to pierwszoosobowa strzelanka sieciowa z elementami RPG, która największy nacisk kładzie na realizm zachowania i wyglądu broni, elementy survivalu oraz gry taktycznej, źródło: techsetter.pl



The Wandering Earth. W filmie Pojawiają się symbole, które można odczytać jako manifestacja dumy narodowej – choć czasem subtelnie. Przykładowo: „chiński zespół ratuje Ziemię” lub akcenty wskazujące na postęp technologiczny Chin, źródło: theworldofchinese.com

się coraz trudniejsza do uchwycenia. Produkcje filmowe i growe, choć często tworzone z myślą o zysku, są równocześnie narzędziami kształtowania tożsamości, postaw i opinii. Odbiorca, zanurzony w emocjonalnym przekazie, rzadko dostrzega, że przekazywane mu treści są częścią większej narracji politycznej lub kulturowej.

Zjawisko to nie musi jednak oznaczać wyłącznie zagrożenia. Soft power może być również źródłem dialogu i wymiany kulturowej, jeśli towarzyszy mu świadomość odbiorców i krytyczne podejście do treści. Problem pojawia się wtedy, gdy popkultura staje się jedynym kanałem przekazu politycznego, a rozrywka zastępuje refleksję.

Propaganda XXI w. nie potrzebuje już manifestów, gazet ani megafoonów – wystarczy film, serial lub gra, w której bohater reprezentuje „nasze wartości”. Kultura masowa, dzięki globalnym platformom dystrybucji, stała się potężnym narzędziem wpływu geopolitycznego. Hollywood, Moskwa i Pekin prowadzą dziś równoległe narracje o świecie, rywalizując nie tylko o rynki, ale o umysły odbiorców.

W erze globalnej komunikacji to właśnie narracja staje się nową bronią, a popkultura – polem walki o świadomość społeczną. W świecie, w którym każdy film może być ideologicznym komunikatem, a każda gra – interaktywnym manifestem, kluczowym wyzwaniem pozostaje zachowanie zdolności do krytycznego myślenia i świadomości, że nawet najbardziej atrakcyjna rozrywka może być formą wpływu.



Ranking filmów o tematyce politycznej, źródło: film.org.pl

Trolle, boty i farmy kont: kto naprawdę stoi za falą dezinformacji w Internecie?

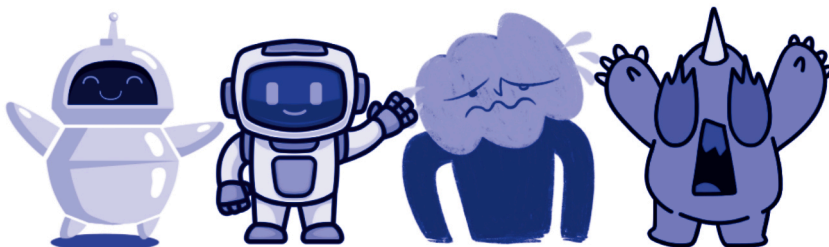


W cyfrowym świecie, gdzie informacje rozprzestrzeniają się w mgnieniu oka, dezinformacja stała się globalnym wyzwaniem. Za falą fałszywych treści, polaryzujących narracji i chaosu w sieci stoją trolle, boty i farmy kont – narzędzia wykorzystywane zarówno przez państwa, jak i prywatne podmioty. Kim są sprawcy tych operacji i jakie są ich motywacje? Jakie mechanizmy pozwalają im manipulować opinią publiczną na masową skalę?

Trolle, boty i farmy kont. Kto jest kim? Definicje i rola

Trolle: Osoby lub grupy celowo publikujące prowokacyjne, obraźliwe lub fałszywe treści, by wywołać emocje, podziały lub odwrócić uwagę od ważnych tematów. Trolle mogą działać indywidualnie, ale często są częścią zorganizowanych kampanii.

Boty: Zautomatyzowane konta w mediach społecznościowych, sterowane algorytmami AI, które masowo publikują, lajkują lub udostępniają treści. Są zaprojektowane, by naśladować ludzkie zachowania i amplifikować wybrane narracje.



Farmy kont: Organizacje, często działające komercyjnie lub na zlecenie państw, które zarządzają tysiącami fałszywych profili w mediach społecznościowych. Farmy te produkują i dystrybuują dezinformację na zlecenie.

Te trzy elementy tworzą ekosystem dezinformacji, w którym trolle dostarczają emocjonalny ładunek, boty zapewniają skalę, a farmy kont koordynują działania, by osiągnąć maksymalny efekt.

Kto stoi za dezinformacją?

Aktorzy państwowi



Jewgienij Prigożyn - twórca „Fabryki Trolli”, źródło: Getty Images

Państwa takie jak Rosja, Chiny, Iran czy Korea Północna od lat wykorzystują trolle, boty i farmy kont jako narzędzia wojny informacyjnej. Ich cele to destabilizacja przeciwników, wpływ na wybory, osłabianie sojuszy międzynarodowych i promowanie własnych interesów.

Rosja: Najbardziej znanym przykładem jest Internet Research Agency (IRA), tzw. „fabryka trolli” z Petersburga. W 2016 r. IRA koordynowała kampanie w USA, wykorzystując tysiące fałszywych kont na Facebooku i Twitterze (obecnie X), by polaryzować społeczeństwo w kwestiach rasowych, imigracyjnych i politycznych. W 2022 r. rosyjskie boty masowo promowały fake newsy o wojnie w Ukrainie, np. o „biolaboratoriach” czy „nazistach” w Kijowie, rozpowszechniając informacje na platformach takich jak Telegram i X.

Amerykańskie Federalne Biuro Śledcze (FBI) informowało również, że Agencja Studiów Internetowych i Prigożyn stali za kradzieżą danych osobowych obywateli USA i utworzeniem setek fałszywych kont w mediach społecznościowych.

Odpowiedź redakcji tygodnika „Der Spiegel”

W odpowiedzi na pytanie niemieckiego tygodnika „Der Spiegel” Prigożyn przyznał, że stworzył Agencję Studiów Internetowych. „Nigdy nie byłem jedynie sponsorem Agencji Studiów Internetowych. Wymyśliłem ją, stworzyłem ją, zarządzałem nią przez długi czas” - odpowiedział. Jego wypowiedź cytują w poniedziałek także niezależne rosyjskie media.

Prokremlowski przedsiębiorca, objęty zachodnimi sankcjami, dodał, że stworzył Agencję Studiów Internetowych, by „chronić rosyjską przestrzeń informacyjną przed chamską agresywną propagandą antyrosyjskich tez z Zachodu”.

źródło: demagog.org.pl

Chiny: Chiny wykorzystują „armię 50 centów” – sieć trolli i botów, które promują propagandę Komunistycznej Partii Chin. W 2024 r. chińskie farmy kont rozpowszechniały dezinformację o protestach w

Hongkongu i Tajwanie, dyskredytując ruchy prodemokratyczne. Platformy jak Weibo i TikTok są wykorzystywane do targetowania międzynarodowej publiczności.

Iran: Iran prowadzi operacje dezinformacyjne przeciwko Izraelowi i USA, wykorzystując farmy kont do szerzenia propagandy o „syjonistycznych spiskach” czy „amerykańskim imperializmie”. W 2023 r. irańskie boty próbowały wpłynąć na opinię publiczną w USA, promując fałszywe narracje o konfliktach na Bliskim Wschodzie.

Akcja powszechnych szczepień przeciwko COVID-19 wzbudza wiele podejrzeń, które wielokrotnie były przyczyną powstawania fałszywych treści na ich temat. Taką informacją jest również post opublikowany na facebookowej grupie Forum Polska.

Udostępnia on grafikę z pytaniem: „Skoro rząd daje »darmowe« szczepionki na Covid 19, aby ocalić ludzkość To dlaczego nie dają darmowej insuliny dla cukrzyków, albo innych darmowych leków dla ludzi ciężko chorych?”. Przekazuje w ten sposób fałszywą informację, że państwo nie refunduje innych preparatów medycznych i sugeruje, że w darmowej dystrybucji szczepionek przeciwko COVID-19 jest jakiś ukryty cel.

*Tematy podejmowane podczas pandemii Covid-19,
źródło: demagog.org.pl*

źródło: kocham.wielun.pl



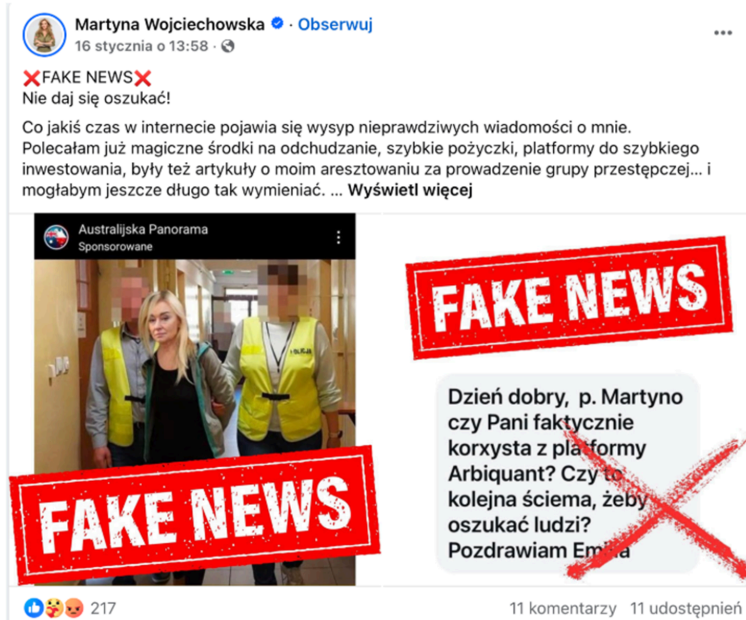
Podmioty prywatne i komercyjne

Nie tylko państwa angażują się w dezinformację. Prywatne firmy, grupy hakerskie i indywidualni aktorzy również odgrywają istotną rolę:

Farmy kliknięć: Komercyjne farmy kont, działające np. w Indiach, Bangladeszu czy na Filipinach, oferują usługi masowego generowania fałszywych lajków, komentarzy i udostępnień. Są wynajmowane przez firmy, celebrytów, a nawet polityków do manipulowania opinią publiczną. W 2024 r. ujawniono, że farmy kliknięć w Azji Południowo-Wschodniej wspierały kampanie polityczne w Ameryce Łacińskiej.

Hakerzy na zlecenie: Grupy hakerskie, takie jak te powiązane z operacjami ransomware, sprzedają skradzione dane lub tworzą fałszywe treści na zlecenie. Często współpracują z państwami, np. rosyjskie grupy hakerskie wspierają operacje Kremla.

Indywidualne trolle: Niektórzy działają dla zysku lub ideologii, np. promując teorie spiskowe o szczepionkach czy zmianach klimatycznych, by zyskać popularność lub zarabiać na reklamach.



*Dezinformacja podszytej hejtem na podstawie osoby publicznej - Martyny Wojciechowskiej, 2025
r., Źródło: aniakubica.com*

Hybrydowe sieci: współpraca państw i podmiotów prywatnych

Często granica między aktorami państwowymi a prywatnymi zaciera się. Na przykład Rosja wynajmuje prywatne farmy kont do realizacji swoich celów, co pozwala na zachowanie pozornej niezależności. W 2024 r. ujawniono, że chińskie firmy technologiczne współpracowały z rządem w Pekinie, dostarczając boty do operacji dezinformacyjnych przeciwko Tajwanowi.



Chiny coraz częściej wykorzystują sztuczną inteligencję do prowadzenia ataków cybernetycznych i operacji dezinformacyjnych wymierzonych w Tajpej – ostrzega Ministerstwo Obrony Tajwanu, czytamy na stronie: android.com.pl

Mechanizmy działania

Masowa skala i automatyzacja: Boty i farmy kont działają 24/7, generując tysiące postów dziennie. Algorytmy AI pozwalają na dostosowanie treści do konkretnych grup odbiorców, zwiększając ich skuteczność.

Targetowanie emocji: Trolle i boty wykorzystują algorytmy mediów społecznościowych, które promują treści wywołujące silne emocje – gniew, strach czy oburzenie – by zwiększyć ich viralność.

Fałszywe tożsamości: Farmy kont tworzą profile, które udają lokalnych mieszkańców, np. Amerykanów czy Europejczyków, by zwiększyć wiarygodność. W 2023 r. odkryto sieć fałszywych kont na X, które udawały Brytyjczyków i krytkowały wsparcie dla Ukrainy.

1. Wykrywanie botów i trolli

Narzędzia takie jak Botometer czy Hoaxy analizują wzorce aktywności, np. nienaturalnie wysoką częstotliwość publikacji czy powtarzalność fraz, by identyfikować boty. Jednak rozwój AI sprawia, że boty coraz lepiej naśladują ludzi, co wymaga bardziej zaawansowanych metod, takich jak analiza behawioralna.

2. Edukacja i weryfikacja

Edukacja medialna jest kluczowa. Ważne jest, by użytkownicy weryfikowali autorstwo treści, daty publikacji i źródła finansowania.

3. Regulacje i działania platform

Platformy społecznościowe, takie jak X czy Meta, pod presją rządów i opinii publicznej, usuwają fałszywe konta i ograniczają zasięg dezinformacji. W 2024 r. X zablokował ponad 2 miliony kont powiązanych z farmami trolli. Unia Europejska, poprzez Digital Services Act, nakłada na platformy obowiązek walki z dezinformacją.

NIE DAJ SIĘ TROLOWAĆ

**NIE DAJ SIĘ
SPROWOKOWAĆ**

BLOKUJ

**NIE WCHODŹ
W DYSKUSJE**

**NIE POZWAŁAJ
NA PONIŻANIE**



ZAPISZ, ZGŁOŚ I UZUSKAJ POMOC

Wyzwania i przyszłość

Walka z trollami, botami i farmami kont napotyka trudności: rozwój AI czyni je coraz trudniejszymi do wykrycia, a globalny charakter Internetu utrudnia koordynację działań. Państwa autorytarne, takie jak Rosja czy Chiny, inwestują miliardy w technologie dezinformacyjne, podczas gdy demokratyczne kraje zmagają się z ograniczeniami prawnymi i etycznymi. Co więcej, dezinformacja podkopuje zaufanie do instytucji, mediów i technologii, tworząc długoterminowe skutki społeczne.

23.06.2025, źródło: money.pl

Konflikt izraelsko-irański i fala dezinformacji. Oto jak wykorzystują sztuczną inteligencję

Konflikt między Izraelem a Iranem wywołał falę dezinformacji w internecie. Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia fałszywych treści stało się powszechne, co potwierdza analiza przeprowadzona przez BBC Verify.



Źródło zdjęć: © East News / JACX GUEZ

Konflikt Izraela z Iranem. Rośnie fala dezinformacji (odjęcie ilustracyjne)

Podsumujmy. Za falą dezinformacji w Internecie stoją zarówno potężne państwa, jak i prywatne podmioty, które wykorzystują trolle, boty i farmy kont do manipulowania opinią publiczną. Od rosyjskich „fabryk trolli” po chińskie „armie 50 centów”, te operacje są coraz bardziej wyrafinowane dzięki AI. Walka z nimi wymaga współpracy technologicznej, regulacyjnej i społecznej – od zaawansowanych narzędzi

wykrywania po edukację i odpowiedzialność platform. W świecie, gdzie prawda staje się polem bitwy, świadomość i krytyczne myślenie są naszą pierwszą linią obrony.



17.06.2025, źródło: pl.euronews.com

Zrzut ekranu wideo wygenerowanego przez sztuczną inteligencję. - Euronews 2025

Oburzające oszustwa („scam”) z udziałem Omeny Mensah w 2024 r.:



PUODO miał wydać postanowienie ws. zakazu publikowania reklam z wizerunkiem i danymi Omeny Mensah w serwisach Mety

Autor: Omena Mensah/ LinkedIn/ screen Facebook

*Dziennikarka i prezeska fundacji oraz jej partner i prezes InPost Rafał Brzóska stanowczo reagują na oszukańcze treści, wykorzystujące ich wizerunek,
źródło: cyberdefence24.pl*

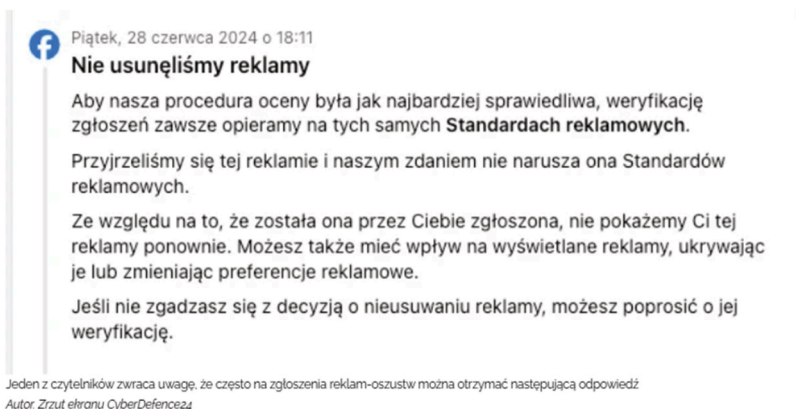
Co się stało

- W połowie 2024 r. na platformach społecznościowych pojawiły się (m.in. w postaci sponsorowanych reklam na Facebook/Instagram) fałszywe informacje wykorzystujące wizerunek Omeny Mensah. Reklamy te zawierały m.in. fałszywe stwierdzenia, że, została pobita przez męża” albo że „zmarła”, lub że, została aresztowana”.
- W jednym z przypadków organ Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO) wydał postanowienie nakazujące koncernowi Meta Platforms Ireland Limited wstrzymanie emisji reklam wykorzystujących wizerunek Omeny Mensah oraz jej męża Rafałem Brzóska – na 3 miesiące w Polsce.

- W reakcji na te wydarzenia Omenaa Mensah oraz Rafał Brzóska podjęli działania prawne — m.in. złożyli pozew przeciwko firmie Meta oraz wystąpili o zabezpieczenie roszczeń.

Dlaczego to oszustwo – „scam”

- Reklamy były **sponsorowane** i wykorzystywały znane osoby bez ich zgody, co wprowadzało odbiorców w błąd co do tego, czy informacje są prawdziwe lub związane z rzeczywistą działalnością tych osób.
- Wykorzystano lub prawdopodobnie zmodyfikowano wizerunek, by nadać reklamie wiarygodność — co może być odczytane jako technika manipulacji („deep-fake” lub przeróbki zdjęć) lub wykorzystanie czyjegoś wizerunku w celach komercyjnych/marketingowych bez uprawnienia.
- Działania te miały potencjał finansowy — reklamy sponsorowane, których celem było najpewniej nakłonienie odbiorców do kliknięcia, odwiedzenia strony lub wejścia w jakąś pułapkę (np. inwestycyjną, finansową) — co stanowi klasyczny model scamu.



Na raportowanie scamu czytelnicy dostają odpowiedź, że treść „nie narusza standardów Społeczności”, źródło: cyberdefence24.pl

Camaïen Nouvelle-Calédonie
Sponsorowane

To bardzo smutny dzień dla całej Polski! Żegnaj, Omenaa Mensah!
Zobacz tłumaczenie



GAZETA.PL
Życie Omenaa Mensah nigdy nie będzie takie samo.

Dowiedz się więcej

Lubię to! Komentarz Udostępnij

Falszywa reklama na jednej z platform społecznościowych, kierująca do artykułu promującego oszustwo
Autor: Zrzuć ekran CyberDefensy

Ominaa Beer
1 min

To bardzo smutny dzień dla całej Polski! Żegnaj, Omenaa Mensah!



GAZETA.PL
Omenaa Mensah pożegnała się z normalnym życiem
it's the hard fibrous substance consisting basically of sylem that ...

Dowiedz się więcej



UODO: Meta z tymczasowym zakazem wyświetlania reklam z wizerunkiem Omeny Mensah oraz Rafała Brzosińskiego na terenie Polski

Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych (UODO) podjął precedensową decyzję, wydając postanowienie tymczasowo zakazujące firmie Meta wyświetlania reklam z wizerunkiem oraz danymi osobowymi Omeny Mensah na Facebooku i Instagramie w Polsce.

NowyMarketing - Where's the beef?

Falszywe reklamy z Rafałem Brzosińskim i Omeną Mensah. Jest decyzja WSA

Warszawski WSA nie wstrzymał wykonywania postanowienia Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych ws. zakazu wyświetlania fałszywych reklam z wykorzystaniem wizerunku Rafała Brzosińskiego i jego żony Omeny Mensah na portalach spółki Meta (Facebook i Instagram).

Publikacja: 10.12.2023 14:48



Rafał Brzosiński i Omenaa Mensah
Foto: Michał Kozłowski

Skutki i znaczenie

- Dla Omeny Mensah: naruszenie wizerunku, potrzeba podjęcia działań prawnych, ochrona własnych dóbr osobistych.
- Dla szerszego kontekstu: przykład, jak osoby publiczne mogą stać się celem wykorzystania w kampaniach fałszywych reklam w mediach społecznościowych, co stawia pytania o odpowiedzialność platform, reklamodawców i regulacje prawne.
- Dla odbiorców: przypomnienie, że nawet jeśli reklama wygląda na „oficjalną” lub wykorzystuje znaną twarz — nie jest to gwarancją, że jest legalna lub prawdziwa. Warto sprawdzać źródła i powściągnąć emocje.

Edukacja medialna w szkołach: tarcza przeciw dezinformacji



W świecie, w którym codziennie powstają miliardy nowych informacji, umiejętność ich krytycznego odbioru stała się jedną z najważniejszych kompetencji XXI w. Edukacja medialna – jeszcze kilka lat temu traktowana jako uzupełnienie programu nauczania – dziś urasta do rangi narzędzia obrony demokratycznego społeczeństwa. W dobie fake newsów, manipulacji, dezinformacji i algorytmicznej selekcji treści, szkoła powinna nie w tylko przekazywać wiedzę, ale także uczyć, jak myśleć krytycznie i jak rozpoznawać prawdę od fałszu.

Dezinformacja działa najskuteczniej tam, gdzie brakuje wiedzy o tym, jak funkcjonują media. Współczesny uczeń jest stale zanurzony w przekazie cyfrowym – codziennie korzysta z mediów społecznościowych, ogląda filmy w sieci, czyta newsy, słucha podcastów. Każde z tych źródeł może być zarówno narzędziem wiedzy, jak i manipulacji.

Według badań NASK z 2023 r., ponad 70% młodych ludzi w Polsce przyznaje, że często spotyka się w Internecie z informacjami, które uznaje za wątpliwe lub sprzeczne. Jednocześnie mniej niż połowa potrafi samodzielnie zweryfikować źródło wiadomości. Brak umiejętności oceny wiarygodności przekazów medialnych sprawia, że młodzi ludzie są szczególnie narażeni na wpływ fake newsów, mowy nienawiści czy propagandy.

Edukacja medialna jest więc nie tylko narzędziem rozwoju intelektualnego, lecz również elementem bezpieczeństwa informacyjnego państwa. Społeczeństwo, które potrafi krytycznie analizować informacje, jest mniej podatne na manipulację i bardziej odporne na dezinformację.

Nowoczesna edukacja medialna powinna rozwijać wśród uczniów zestaw umiejętności pozwalających na świadome uczestnictwo w życiu informacyjnym i społecznym. Do najważniejszych należą:

- **krytyczna analiza przekazów medialnych** – umiejętność rozpoznawania emocjonalnych i manipulacyjnych technik narracyjnych,
- **ocena wiarygodności źródeł** – weryfikacja autorów, dat publikacji, intencji nadawcy i kontekstu treści,
- **rozumienie działania algorytmów** – świadomość, że treści wyświetlane w mediach społecznościowych są filtrowane i personalizowane,
- **rozpoznawanie dezinformacji i fake newsów** – znajomość źródeł rzetelnej informacji oraz tej wymagającej weryfikacji,
- **bezpieczne korzystanie z Internetu** – ochrona prywatności, danych osobowych i wizerunku w sieci,
- **kompetencje komunikacyjne** – umiejętność prowadzenia dyskusji i argumentowania w sposób kulturalny i rzeczowy.

W polskim systemie edukacji tematykę edukacji medialnej wprowadzono jedynie częściowo – pojawia się ona w ramach przedmiotów takich jak język polski, wiedza o społeczeństwie czy informatyka. W praktyce jednak zagadnienia te są traktowane marginalnie. Brakuje systemowego podejścia, aktualnych materiałów dydaktycznych oraz szkoleń dla nauczycieli.

Aby edukacja medialna stała się realnym narzędziem przeciwdziałania dezinformacji, konieczne jest jej włączenie do podstawy programowej jako odrębnego modułu lub ścieżki międzyprzedmiotowej. Uczniowie powinni uczyć się, jak analizować przekaz medialny, jak rozpoznawać manipulację w nagłówkach i grafikach, oraz jak korzystać z Internetu w sposób bezpieczny i odpowiedzialny.

Ważnym krokiem byłoby również szkolenie nauczycieli – to oni są pośrednikami między uczniem a informacją. Wspieranie ich w zdobywaniu kompetencji cyfrowych i medialnych powinno stać się priorytetem polityki edukacyjnej.

Poza szkołą ogromną rolę w rozwijaniu kompetencji medialnych odgrywają organizacje pozarządowe, biblioteki, media publiczne i samorządy. Projekty takie jak „Kliknij. Sprawdź. Zrozum” realizowany przez NASK uczą młodzież rozpoznawania fake newsów i krytycznego myślenia.

Edukacja nieformalna pozwala dotrzeć do młodych w ich naturalnym środowisku – poprzez media społecznościowe, warsztaty, gry edukacyjne czy kampanie informacyjne. W ten sposób nauka o mediach przestaje być suchą teorią, a staje się praktyką, którą uczniowie mogą wykorzystać w codziennym życiu.

Nowoczesna edukacja medialna nie powinna ograniczać się do obrony przed dezinformacją. Jej celem jest także kształtowanie postawy aktywnego uczestnika przestrzeni cyfrowej – osoby, która potrafi tworzyć treści odpowiedzialnie, etycznie i zgodnie z zasadami rzetelnej komunikacji.

Uczniowie powinni uczyć się, jak działa proces powstawania informacji, jak redagować teksty, tworzyć materiały audiowizualne czy prowadzić dyskusje w Internecie. Takie podejście rozwija nie tylko świadomość medialną, ale również empatię, odpowiedzialność i zdolność współpracy.

Edukacja medialna to dziś nie luksus, lecz konieczność w społeczeństwie informacyjnym. W świecie, gdzie granica między prawdą a manipulacją jest coraz trudniejsza do uchwycenia, szkoła musi przygotować młodych ludzi do odpowiedzialnego uczestnictwa w przestrzeni publicznej.

To nie tylko kwestia wiedzy, ale także bezpieczeństwa narodowego i społecznego. Krytyczne myślenie, świadomość medialna i odporność na manipulację są tarczą chroniącą demokrację przed dezinformacją. A szkoła – jeśli zrozumie swoją nową rolę – może stać się pierwszą linią obrony w tej cichej, lecz realnej wojnie o prawdę.



Algorytmy kłamstwa, czyli jak sztuczna inteligencja wzmacnia dezinformację w sieci

W erze cyfrowej sztuczna inteligencja (AI) stała się potężnym narzędziem, które może zarówno wspierać innowacje, jak i służyć jako broń w wojnie informacyjnej. Od treści deepfake po zautomatyzowane boty i manipulacje w mediach społecznościowych, AI napędza dezinformację na niespotykaną wcześniej skalę. Jednocześnie technologia ta oferuje rozwiązania do wykrywania fałszywych treści. Jak AI zmienia krajobraz dezinformacji i jak możemy ją rozpoznać?

Sztuczna inteligencja rewolucjonizuje sposób tworzenia i rozpowszechniania dezinformacji, czyniąc ją bardziej wyrafinowaną i trudniejszą do wykrycia. Kluczowe obszary jej wpływu to:

1. Deepfake: Iluzja rzeczywistości

Deepfake, czyli syntetyczne materiały wideo i audio generowane przez algorytmy AI, pozwalają na tworzenie fałszywych nagrań, które wyglądają i brzmią jak prawdziwe. Wykorzystując sieci neuronowe, takie jak GAN (Generative Adversarial Networks), technologie te umożliwiają manipulację wizerunkiem polityków, celebrytów czy zwykłych ludzi, by przekazywać fałszywe oświadczenia lub prowokować skandale. Przykładem jest deepfake Elona Muska promujący fałszywe inwestycje kryptowalutowe, który w 2024 r. zyskał viralową popularność. Treści deepfake są szczególnie groźne w kontekście politycznym – fałszywe nagranie lidera państwa może wywołać panikę lub wpłynąć na wyniki wyborów.

2. Boty i automatyzacja propagandy

AI napędza armie botów w mediach społecznościowych, które automatycznie generują i amplifikują fałszywe treści. Algorytmy uczenia

CO SPRAWIA, ŻE BOT JEST INTELIGENTNY?

6 PODSTAWOWYCH ZASAD

Chatbot to nowe słowo w biznesie i wciąż nie jest prawidłowo zdefiniowane i wymaga doprecyzowania. Od prostych botów typu Q&A odpowiadających na proste pytania po inteligentne rozwiązania dostarczające konwersacje na wysokim poziomie.

ZROZUMIENIE KONTEKSTU

Aby dobrze zrozumieć kontekst, bot musi analizować dane wejściowe, takie jak czas, dzień, data, historia rozmowy, ton, struktura zdania.

SPÓJNA KOMUNIKACJA

Aby wykonać rozmowę podobną do ludzkiej, bot potrzebuje przygotowanej osobowości i cech, myślę tu choćby o tonie wypowiedzi, dialekcie czy akcentu.

PREDEFINIOWANE SCENARIUSZE

Większość prowadzonej przez chatbotów rozmowy opiera się zwykle na takich predefiniowanych skryptach.

UCZENIE

Zatem Bot powinien przede wszystkim rozpoznać użytkownika, uczyć się go i zapamiętywać historię rozmów ze wszystkimi jej parametrami.

DOPASOWANIE DO POTRZEB

Jeśli twój chatbot ma rozwiązać konkretny problem, lepiej jest wybrać predefiniowane scenariusze dla tych konkretnych problemów.

TEST AND LEARN

Metoda stosowana w start-up, czyli „product development” jest idealna w tym przypadku. Testuj najprostsze, funkcjonalne rozwiązania na najprostszych problemach. Ucz się razem z botem i zwiększaj jego poziom inteligencji.

PODSUMOWANIE

Boty i chatboty nie są proste w prawidłowej implementacji. Nie są jak standardowe media, gdzie wystarczy stagerować klienta, wydać budżet i czekać na efekty. Potrzebują uwagi i ciągłej optymalizacji. Działają zgodnie z efektem kuli śnieżnej.



Marcin Kordowski to doświadczony ekspert w dziedzinie SEO, SEM, SXO i strategii digital marketingu z ponad 20-letnim stażem w branży, który w powyższy sposób przedstawia analizę zachowań botów, źródło: marcinkordowski.com

maszynowego pozwalają botom naśladować ludzkie zachowania, publikując komentarze, lajkując posty czy tworząc fałszywe profile. W 2022 r. podczas wojny w Ukrainie rosyjskie boty masowo rozpowszechniały fake newsy o „nazistach” w Kijowie, generując tysiące po-stów na platformach takich jak X czy Telegram. Zaawansowane modele językowe, takie jak te oparte na GPT, mogą tworzyć przekonujące teksty, które trudno odróżnić od ludzkich, co czyni je idealnym narzędziem do siania dezinformacji.

3. Manipulacje w mediach społecznościowych

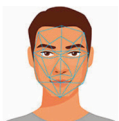
Algorytmy AI wykorzystywane przez platformy społecznościowe, takie jak rekomendacje treści czy targetowanie reklam, są podatne na manipulacje. Dezinformatorzy wykorzystują te mechanizmy, by promować fałszywe narracje do określonych grup odbiorców. Na przykład w 2016 r. rosyjska operacja „Lakhta” użyła precyzyjnego targetowania na Facebooku, by polaryzować amerykańskie społeczeństwo przed wyborami. AI optymalizuje viralność treści, wzmacniając emocjonalne i kontrowersyjne fake newsy, które szybciej się rozprzestrzeniają niż prawda – badania pokazują, że fałszywe informacje rozchodzą się sześć razy szybciej.

Skala problemu

W 2025 r. rozwój AI przyspieszył produkcję dezinformacji. Według raportu MIT, generatywne modele AI mogą wygenerować miliony fałszywych postów dziennie, a deepfake stają się coraz tańsze i łatwiejsze do stworzenia. W Chinach i Rosji państwowe agencje wykorzystują AI do tworzenia propagandy na globalną skalę, np. fałszywych narracji o „upadku Zachodu” czy „słabości NATO”. Co więcej, AI umożliwia mikro-targetowanie, gdzie treści są dostosowane do indywidualnych preferencji, co zwiększa ich skuteczność w manipulowaniu opinią publiczną.

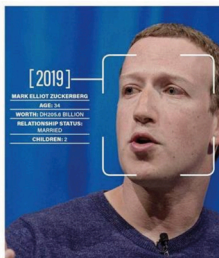
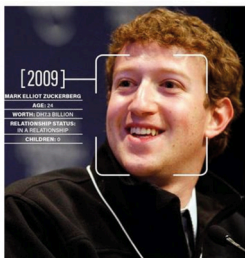
Narzędzia do wykrywania Deepfake'ów są wciąż mało skuteczne

Dominik Wiśniewski | 15-06-2020 09:00 | Nauka i technika



Sztuczna inteligencja sztucznej inteligencji nierówna. Okazuje się mianowicie, że tworzone przez jedne algorytmy materiały Deepfake, nie są odróżniane od rzeczywistości, przez inne algorytmy SI tak dobrze, jakbyśmy sobie tego życzyli. Wskazują na to ostatnie wyniki konkursu zrealizowanego przez portal społecznościowy Facebook. Aby jednak przejść do rzeczy, dla pewności przypomnijmy czym jest rzeczona technika Deepfake. Otóż polega ona na wygenerowaniu nowego materiału wideo lub przetworzenia istniejącego tak, aby stworzyć fałszywą rzeczywistość. Tworząc deepfake'a z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, na podstawie zdjęć lub kilku zdjęć, nanosi twarz jednego człowieka na miejsce innego.

Prace nad stworzeniem algorytmów, które rozpoznawałyby wygenerowane przez sztuczną inteligencję Deepfake'i, wciąż trwają. Obecne wyniki nie są jednak póki co przesadnie zadowalające.



To, że systemy SI potrafią generować materiały coraz trudniejsze do odróżnienia od prawdziwych, a jednocześnie inne algorytmy mają problem z ich wykrywaniem, pokazuje pewien, że istnieje rywalizacja w ograbie tworzenia tej technologii.
źródło: purepc.pl

Choć AI napędza dezinformację, oferuje też narzędzia do jej zwalczania. Rozpoznawanie fałszywych treści wymaga połączenia technologii, edukacji i czujności. Oto kluczowe metody:

1. Technologie wykrywania informacji typu deepfake

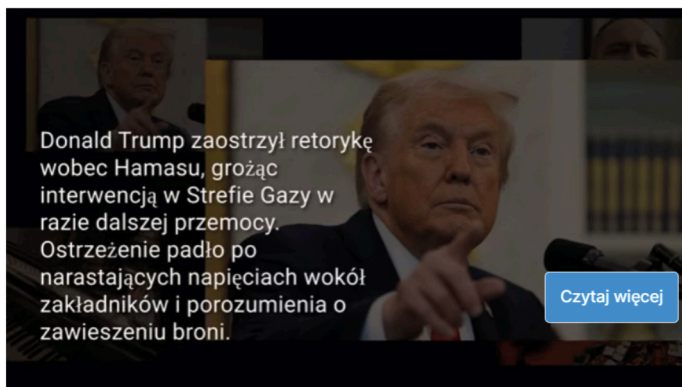
Algorytmy AI, takie jak te oparte na analizie wzorców pikseli czy niespójności w ruchu warg, mogą wykrywać deepfake. Firmy jak Deepware Scanner czy Microsoft rozwijają narzędzia do identyfikacji syntetycznych mediów, osiągając skuteczność na poziomie 90% w wykrywaniu zaawansowanych deepfake'ów. Blockchain i technologie uwierzytelniania treści (np. Content Authenticity Initiative) pomagają w weryfikacji autentyczności nagrań.

2. Analiza zachowań botów

Boty można rozpoznać po schematach aktywności, takich jak nienaturalnie szybkie publikowanie postów czy powtarzalne wzorce językowe. Narzędzia jak Botometer analizują konta na platformach takich jak X, oceniając ich prawdopodobieństwo bycia botami. Jednak roz-

Fałszywe nagrania stworzone przez sztuczną inteligencję

W Internecie krążą filmy wygenerowane przy użyciu sztucznej inteligencji, które mają sugerować zniszczenia spowodowane izraelskimi lub irańskimi atakami. Przykładem jest wideo, które zdobyło setki tysięcy wyświetleń na TikToku i rzekomo pokazuje skutki izraelskich nalotów na Iran.



*17.06.2025 r. Izrael i Iran wymieniają ataki, a w sieci pojawia się wiele fałszywych nagrań. Euroverify weryfikuje faktyczne zdarzenia i obala zmanipulowane filmy oraz stare materiały.
Źródło: pl.euronews.com*

wój AI sprawia, że boty stają się coraz trudniejsze do odróżnienia od prawdziwych użytkowników.

3. Edukacja medialna i fact-checking

Edukacja społeczeństwa w zakresie rozpoznawania dezinformacji jest kluczowa. Organizacje takie jak EUvsDisinfo uczą jak weryfikować źródła i rozpoznawać manipulacje. Sprawdzanie faktów (fact-checking) przez platformy jak Snopes czy Bellingcat pozwala obalać fake newsy, choć często z opóźnieniem. Ważne jest, by użytkownicy zwracali uwagę na źródła, daty publikacji i niespójności w treściach.

4. Regulacje i odpowiedzialność platform

Platformy społecznościowe, pod presją rządów i opinii publicznej, wprowadzają algorytmy do moderacji treści. Na przykład X w 2024 r. zaostrzył politykę wobec fałszywych kont, usuwając miliony botów.

Wyzwania i przyszłość

Mimo postępu w wykrywaniu dezinformacji, AI rozwija się szybciej, niż zdolności do jej zwalczania. Deepfake stają się niemal niewykrywalne, a boty coraz lepiej naśladują ludzi. Brak globalnych regulacji i różnice w podejściu państw (np. cenzura w Chinach kontra wolność słowa w USA) komplikują walkę z dezinformacją. Co więcej, psychologiczny efekt dezinformacji – utrata zaufania do mediów i instytucji – utrzymuje się nawet po zdemaskowaniu fałszywych treści.

Podsumujmy. Sztuczna inteligencja jest mieczem obosiecznym w wojnie informacyjnej: napędza dezinformację, ale też pomaga ją zwalczać. Deepfake, boty i manipulacje w mediach społecznościowych zmieniają sposób, w jaki postrzegamy rzeczywistość, czyniąc prawdę coraz trudniejszą do uchwycenia. Walka z „algorytmami kłamstwa” wymaga współpracy technologów, rządów i społeczeństwa, by rozwijać narzędzia wykrywania, edukować użytkowników i regulować platformy. W świecie, gdzie prawda jest na wagę złota, czujność i krytyczne myślenie stają się naszą najlepszą obroną.

Streszczenie publikacji

Dezinformacja, definiowana jako celowe rozpowszechnianie fałszywych treści, nie jest zjawiskiem nowym, lecz w erze cyfrowej, napędzana przez media społecznościowe i sztuczną inteligencję (AI), stała się bronią o bezprecedensowej skali i skuteczności.

Kluczowe wnioski:

- 1. Dezinformacja jako broń w wojnie hybrydowej:** Państwa takie jak Rosja i Chiny zintegrowały dezinformację jako kluczowy element swoich strategii wojennych i geopolitycznych. Operacje te, łączące propagandę, fake newsy i cyberataki, mają na celu destabilizację demokracji zachodnich, osłabienie sojuszy (NATO, UE) i manipulowanie procesami wyborczymi.
- 2. Destabilizujący wpływ na społeczeństwo:** Dezinformacja uderza w fundamenty państwa, podważając zaufanie do instytucji, wojska i mediów. Prowadzi do polaryzacji społecznej, erozji morale, a w sytuacjach kryzysowych (np. pandemia COVID-19) wywołuje panikę i chaos.
- 3. Zaawansowane narzędzia i mechanizmy:** Współczesna dezinformacja opiera się na zaawansowanych technologiach, w tym AI do generowania trudnych do wykrycia deepfake'ów, zautomatyzowanych botach do masowego rozpowszechniania treści oraz algorytmach tworzących "bańki informacyjne" i "komory echa", które zamykają użytkowników w jednowymiarowej wizji świata.
- 4. Psychologia manipulacji:** Skuteczność dezinformacji wynika z wykorzystywania ludzkich skłonności poznawczych, takich jak efekt potwierdzenia (wiara w informacje zgodne z własnymi poglądami) i podatność na treści nacechowane emocjonalnie (strach, gniew).

5. Konieczność wielowymiarowej odpowiedzi: Skuteczne przeciwdziałanie dezinformacji wymaga zintegrowanego podejścia, obejmującego edukację medialną w szkołach, rozwój technologii do wykrywania fałszywych treści, wprowadzanie regulacji prawnych (np. Digital Services Act UE) oraz promowanie krytycznego myślenia i weryfikacji źródeł przez obywateli.

Wojna informacyjna toczy się nieustannie w sferze cyfrowej. Zrozumienie jej mechanizmów i budowanie społecznej odporności jest kluczowym wyzwaniem dla zachowania demokracji i stabilności państwa w XXI w.

1. Ewolucja dezinformacji – perspektywa historyczna

Dezinformacja, jako celowe wprowadzanie w błąd, towarzyszy ludzkości od wieków, adaptując swoje metody do dostępnych technologii. Jej celem pozostaje manipulacja dla osiągnięcia władzy, zysku lub chaosu.

- **Starożytność:** Władcy manipulowali informacją w celach politycznych. Faraon Ramzes II przedstawiał remis w bitwie pod Kadesz (1274 p.n.e.) jako wielkie zwycięstwo. W Rzymie Oktawian August używał sztuki i poezji do dyskredytacji rywali, np. Marka Antoniusza.

- **Średniowiecze:** Dezinformacja przybierała formę fałszywych dokumentów. Przykładem jest „Donacja Konstantyna” (VIII w.), sfałszowany dokument rzekomo nadający Kościołowi władzę nad Zachodem, wykorzystywany politycznie przez wieki.

- **Era druku (od XV w.):** Wynalazek Gutenberga zrewolucjonizował propagandę. Ulotki i pamflety stały się narzędziem wojen religijnych (reformacja) i politycznych (wojna trzydziestoletnia). Brak regulacji sprzyjał manipulacji tłumami, co doprowadziło m.in. do pogromów żydowskich w Trydencie w 1475 r. po fałszywych oskarżeniach o mord rytualny.

- **Prasa masowa (XIX w.):** Rozwój gazet doprowadził do powstania tzw. „yellow journalism” w USA, gdzie magnaci prasowi jak William Randolph Hearst celowo wyolbrzymiali konflikty (np. wojnę hiszpańsko-amerykańską), by zwiększyć sprzedaż.

- **Wiek XX – media masowe:** Totalitarne reżimy, takie jak nazistowskie Niemcy i ZSRR, mistrzowsko wykorzystywały radio i film do szerzenia propagandy. Joseph Goebbels manipulował mediami, by gloryfikować Hitlera, a film Leni Riefenstahl „Triumf woli” (1935) stał się

propagandowym arcydziełem. W ZSRR Stalin cenzurował media i retuszował zdjęcia, usuwając z nich przeciwników politycznych.

- **Zimna wojna:** Zarówno USA, jak i ZSRR prowadziły operacje dezinformacyjne, czego przykładem jest sowiecka **Operacja INFEKCJA**, fałszywie sugerująca, że wirus AIDS został stworzony w laboratoriach CIA.

- **Era cyfrowa i AI (XXI w.):** Internet i media społecznościowe umożliwiły błyskawiczne rozprzestrzenianie się fałszywych treści. Sztuczna inteligencja wprowadziła dezinformację na nowy poziom poprzez **deepfake** (fałszywe wideo i audio) oraz zautomatyzowane **boty**. Raporty MIT wskazują, że fałszywe treści rozprzestrzeniają się sześć razy szybciej niż prawdziwe.

2. Wojna informacyjna w XXI w.

Wojna informacyjna stała się kluczowym elementem współczesnych konfliktów hybrydowych, gdzie dezinformacja jest bronią równorzędną z działaniami militarnymi. Obejmuje ona kompleksowe strategie łączące propagandę, fake newsy i cyberataki w celu destabilizacji przeciwnika.

Kluczowe elementy wojny informacyjnej:

- **Propaganda:** Kształtowanie narracji przez media państwowe w celu promowania własnej wizji i demonizacji wroga.

- **Fake newsy:** Rozprzestrzenianie fałszywych treści za pomocą botów i fałszywych kont w celu wywołania chaosu i podziałów.

- **Cyberataki:** Ataki na infrastrukturę cyfrową (hacking, kradzież danych) wspierające operacje dezinformacyjne.

Przykłady zastosowania

Konflikt rosyjsko-ukraiński:

- **Aneksja Krymu (2014):** Rosja połączyła działania militarne („zielone ludziki”) z masową dezinformacją. Narracje o „nazistach w Kijowie” i „ochronie mniejszości rosyjskojęzycznej” były rozpowszechniane przez media takie jak RT i Sputnik.

- **Inwazja (2022):** Dezinformacja osiągnęła nowy poziom. Rosyjskie trolle i boty amplifikowały fałszywe narracje o rzekomych „tajnych laboratoriach biologicznych” na Ukrainie, by uzasadnić agresję. Równocześnie cyberataki na ukraińskie systemy bankowe i rządowe wspierały ofensywę militarną.

Interferencja Rosji w politykę Zachodu:

- **Wybory w USA (2016):** W ramach operacji „Lakhta”, rosyjska **Internet Research Agency** („fabryka trolli”) przeprowadziła hacking e-maili Demokratów i rozpowszechniała fake newsy w celu polaryzacji społeczeństwa.
- **Działania przeciwko NATO:** Rosja nasiliła kampanie dezinformacyjne, wykorzystując fałszywe narracje o „prowokacjach Zachodu”, by osłabić jedność Sojuszu.

Działania Chin wobec Tajwanu:

- Chiny łączą pokazy siły militarnej z kampaniami dezinformacyjnymi. Narracje o „zjednoczeniu” i dyskredytacji rządu w Tajpej są promowane przez media społecznościowe (np. Weibo) i wspierane przez boty oraz cyberataki na tajwańską infrastrukturę.

3. Skutki dezinformacji: zagrożenie dla państwa i społeczeństwa

Dezinformacja stanowi systemowe wyzwanie dla bezpieczeństwa narodowego, demokracji i stabilności społecznej, prowadząc do długofalowych i trudnych do odwrócenia skutków.

Główne obszary wpływu:

- **Oslabienie morale i wywołanie paniki:** Narracje o niekompetencji władz, korupcji czy zagrożeniach zewnętrznych prowadzą do apatii i poczucia chaosu. W warunkach kryzysu, dezinformacja staje się katalizatorem paniki, co było widoczne podczas pandemii COVID-19 w Polsce, gdzie fałszywe informacje o niedoborach doprowadziły do tzw. „paniki zakupowej” (np. wykupowanie papieru toaletowego).

- **Erozja zaufania do instytucji:**

Ataki na wiarygodność rządu, wojska, sądów i mediów prowadzą do rozkładu zaufania społecznego. Społeczeństwo pozbawione autorytetów staje się podatne na zewnętrzne manipulacje.

- **Ingerencja w procesy demokratyczne:**

Kampanie dezinformacyjne wpływają na wyniki wyborów poprzez demobilizację elektoratu lub promowanie określonych kandydatów. Narzędzia takie jak fałszywe konta, finansowane reklamy polityczne i deepfake są używane do manipulowania opinią publiczną.

- **Polaryzacja i destabilizacja społeczna:**

Dezinformacja tworzy „**chaos poznawczy**”, w którym odbiorca traci zdolność odróżniania prawdy od fałszu. Prowadzi to do powstawania „**baniek informacyjnych**” i „**komór echa**”, gdzie jednostki stykają się wyłącznie z treściami potwierdzającymi ich poglądy. W efekcie społeczeństwo ulega podziałom, a dialog staje się niemożliwy.

- **Dywersja kulturowa:**

Jest to subtelna, długofalowa forma ingerencji, która osłabia tożsamość wspólnotową przez podważanie autorytetów, manipulację językiem i zarządzanie emocjami. W epoce cyfrowej staje się narzędziem geopolitycznym, realizowanym m.in. poprzez popkulturę.

4. Strategie Przeciwdziałania Dezinformacji

Walka z dezinformacją wymaga kompleksowych działań na poziomie indywidualnym, społecznym, technologicznym i państwowym.

1. Edukacja medialna:

- Jest kluczową tarczą przeciwko manipulacji. Należy rozwijać w szkołach umiejętności krytycznego myślenia, weryfikacji źródeł i rozumienia działania algorytmów.

- Instytucje takie jak **NASK** w Polsce prowadzą programy edukacyjne (np. „Lekcja o fake newsach”), wspierając młodzież w rozpoznawaniu manipulacji.

2. Fact-Checking i weryfikacja:

- Korzystanie z wiedzy ekspertów do obalania fałszywych narracji.
- Indywidualni użytkownicy powinni weryfikować źródła, sprawdzać daty publikacji i porównywać informacje w różnych mediach.

3. Rozwiązania technologiczne:

- Wykorzystanie narzędzi opartych na AI do wykrywania dezinformacji, np. **Microsoft Video Authenticator** do identyfikacji informacji typu deepfake.
- Narzędzia analityczne, takie jak **Botometer**, pomagają identyfikować zautomatyzowane konta w mediach społecznościowych.

4. Regulacje prawne i odpowiedzialność platform:

- Wprowadzanie przepisów prawnych, takich jak **art. 130 § 9 polskiego Kodeksu karnego** czy unijny **Digital Services Act**, które nakładają na platformy cyfrowe obowiązek walki z dezinformacją.
- Zwiększanie presji na platformy społecznościowe (Meta, X), aby skuteczniej usuwały fałszywe konta i ograniczały zasięg szkodliwych treści.

Ostatecznie, najskuteczniejszą obroną przed dezinformacją jest świadome i odporne społeczeństwo, w którym obywatele potrafią odróżnić fakt od manipulacji, a prawda pozostaje najważniejszym zasobem bezpieczeństwa narodowego.

Dezinformacja nie musi być spektakularna, by była skuteczna. Często przyjmuje formę pozornie wiarygodnych wiadomości, które grają na emocjach, lękach i uprzedzeniach odbiorców. Wystarczy odpowiednio spreparowany przekaz o rzekomym zagrożeniu, spisku czy zdradzie elit, by wzbudzić nieufność wobec instytucji państwa. W ten sposób społeczeństwo zaczyna podważać fundamenty własnego systemu politycznego, co prowadzi do erozji bezpieczeństwa narodowego bez konieczności użycia siły militarnej.



Ministerstwo
Edukacji Narodowej

ZADANIE PUBLICZNE FINANSOWANE
JEST ZE ŚRODKÓW MINISTRA EDUKACJI