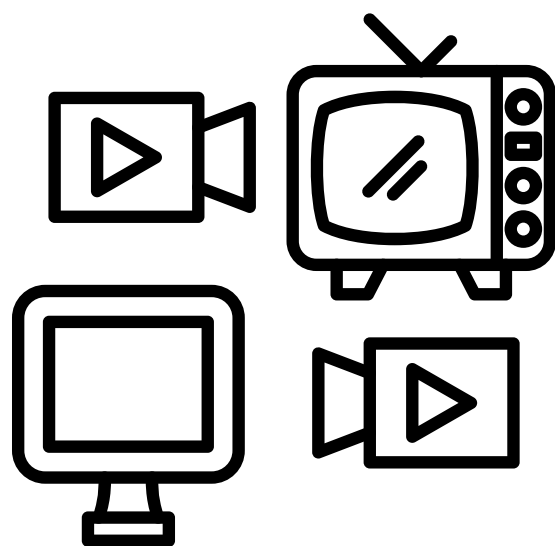


DEZINFORMACJA I CZARNA PROPAGANDA

ŁUKASZ KAMINSKI



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Czym jest czarna propaganda?

Wyobraź sobie, że natrafiasz w sieci na materiał podpisany jako:

- „Wyciek z tajnego raportu NATO”
- „Wojskowy z Ukrainy ujawnia prawdę o froncie”
- „Nagranie z żołnierzem przyznającym się do zbrodni wojennej”.

Brzmi poważnie. Problem w tym, że taki raport nie istnieje, „wojskowy” to podstawiona osoba lub aktor, a nagranie zostało zmanipulowane, zmontowane lub w całości wygenerowane.

To właśnie przykład czarnej propagandy, jednej z najbardziej niebezpiecznych form manipulacji informacyjnej. Jej celem nie jest przekonanie, lecz oszukanie. Polega na tworzeniu fałszywego przekazu i przypisywaniu go fałszywemu lub rzekomo „wiarygodnemu” źródłu, którego w rzeczywistości nie ma.

W przeciwieństwie do:

- białej propagandy, w której źródło jest jawne i otwarcie reprezentuje swoje interesy,
- propagandy szarej, gdzie źródło jest częściowo ukryte lub niejednoznaczne,
- czarna propaganda celowo podszywa się pod kogoś innego: przeciwnika, niezależnego eksperta, czy „anonimowego sygnalistę”.

W praktyce czarna propaganda przyjmuje różne formy:

- spreparowane dokumenty i raporty,
- konta w mediach społecznościowych, które podszywają się pod ekspertów lub naocznych świadków,
- zmanipulowane memy z logotypami znanych mediów,
- fałszywe nagrania i „przecieki”, które wzbudzają szok, złość, strach lub inne silne emocje.



Jak działa spreparowany przekaz?

Czarna propaganda to nie tylko kłamstwo, to starannie przygotowana broń. Jej skuteczność polega na tym, że fałszywe informacje są prezentowane jako przecieki, niezależne opinie lub materiały „z drugiej strony”, a odbiorca nie ma świadomości, że został oszukany.

W praktyce wygląda to tak:

- powstaje sensacyjna informacja, często podszywająca się pod uznane źródło (np. „tajny dokument ONZ”, „były pracownik służb” czy „nagranie z frontu”),
- treść jest zaprojektowana tak, by wzbudzić silne emocje: oburzenie, strach, nieufność,
- materiał zostaje opublikowany w sposób sugerujący, że „ktoś nie chciał, by to ujrzało światło dzienne”, co zwiększa jego wiarygodność.

Natomiast odbiorca ma wrażenie, że odkrył coś „ukrywanego” i zamiast kwestionować źródło, chętnie dzieli się materiałem dalej. Im bardziej kontrowersyjna treść, tym szybciej się rozprzestrzenia.

Z psychologicznego punktu jest to mechanizm tzw. *efektu ujawnienia tajemnicy*, tj. przypisywania większej wiarygodności informacji wyłącznie dlatego, że sprawia wrażenie zakazanej lub niewygodnej.

Dla autorów czarnej propagandy to doskonałe narzędzie:

- do podważania zaufania do instytucji,
- do osłabiania morale społeczeństwa,
- do wzbudzania podziałów i zamętu informacyjnego.



**NAUKA DLA
SPOŁECZEŃSTWA****Studium przypadku: Wojna Rosji z Ukrainą
Manipulacja w praktyce**

Wojna informacyjna toczy się równolegle z wojną kinetyczną. Przypadek rosyjskiej agresji na Ukrainę pokazał, jak ogromną rolę odgrywa czarna propaganda w kształtowaniu opinii publicznej, podważaniu zaufania i rozbijaniu wspólnoty informacyjnej.

Poniżej przedstawiamy wybrane przykłady działań o charakterze czarnej propagandy:

1. Fałszywe relacje „świadków”

Już w pierwszych tygodniach wojny pojawiły się nagrania rzekomych „cywilów z Ukrainy”, którzy obwiniali własny rząd za wybuch konfliktu. Materiały były rozpowszechniane przez konta podszywające się pod ukraińskich użytkowników, a ich źródła okazywały się powiązane z rosyjskimi ośrodkami propagandowymi. W rzeczywistości nagrania były inscenizowane.

2. Spreparowane dokumenty i „przecieki”

W sieci krążyły sfałszowane dokumenty, mające rzekomo potwierdzać plany Ukrainy ataku na Donbas, czy domniemane powiązania ukraińskich władz z neonazistami. Ich forma imitowała autentyczne komunikaty służb czy organizacji międzynarodowych, co utrudniało przeciętnemu odbiorcy ich weryfikację.



3. Wykorzystanie deepfake'ów

W marcu 2022 roku pojawił się deepfake przedstawiający prezydenta Wołodymyra Zełenskiego, w którym „wzywał” ukraińskich żołnierzy do złożenia broni. Nagranie było krótkie, nienaturalnie zmontowane, ale wystarczające, by wzbudzić niepokój i chwilowe zamieszanie, zwłaszcza wśród użytkowników platform, gdzie materiał rozprzestrzeniał się błyskawicznie.

4. Podszywanie się pod wiarygodne media

Tworzono fałszywe strony internetowe, stylizowane na znane portale informacyjne (np. BBC, The Guardian), które publikowały spreparowane artykuły w językach lokalnych. Linki do nich były rozsyłane przez media społecznościowe lub przez zainfekowane boty komentujące popularne posty.

Wszystkie te działania łączy jedna cecha: ukrycie tożsamości nadawcy oraz budowanie zaufania przez podszywanie się pod neutralne lub „sojusznicze” (z punktu widzenia obiektu oddziaływania) źródło. To właśnie definiuje czarną propagandę – nie tylko manipulowanie faktami, ale także tworzenie ich od podstaw.



Psychologia manipulacji, czyli jak inni myślą za ciebie

Iluzja kontroli

Największy paradoks manipulacji? „Mnie to nie dotyczy.” Jeśli tak myślisz, właśnie wtedy jesteś najbardziej podatny. Jedną z najskuteczniejszych technik manipulacyjnych jest wywołanie złudzenia autonomii, czyli wzbudzenie przekonania, że decyzja należy wyłącznie do Ciebie. Psychologia nazywa to iluzją kontroli. Ludzie lubią wierzyć, że są odporni na wpływ, a to właśnie poczucie niezależności otwiera drzwi do manipulacji.

Przykład: myślisz, że coś kupiłeś „spontanicznie” albo masz „własne zdanie”? Zanim to zrobisz, zastanów się: kto wcześniej dostarczył Ci obrazy, emocje i informacje, które ułatwiły tę decyzję?

W internecie manipulacja nie przypomina hipnozy. To drobne elementy: co wyświetli algorytm, kto skomentuje Twój post, jakie słowa zobaczysz w nagłówku. To tzw. architektura wyboru, czyli zestaw opcji przygotowanych przez kogoś innego, które sprawiają wrażenie Twojej własnej decyzji.

Świadomość tego to pierwszy krok do cyfrowej odporności. Wolność myślenia zaczyna się tam, gdzie kończy się naiwność.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Psychologia manipulacji, czyli jak inni myślą za ciebie

Efekt autorytetu i influencerzy

„Ona wie, co mówi. Przecież ma 200k obserwujących.”

Brzmi znajomo? To mechanizm, który działa, nawet jeśli sądzisz, że jesteś na niego odporny.

Psychologia nazywa to efektem autorytetu, czyli skłonnością do uznawania cudzych opinii za prawdziwe tylko dlatego, że osoba, która je wypowiada, wydaje się kompetentna. A „wydaje się” nie znaczy jeszcze „jest”.

Efekt autorytetu działa nawet wtedy, gdy temat nie ma nic wspólnego z osobą, która się wypowiada:

- influencerka od makijażu reklamująca suplementy,
- streamer komentujący politykę międzynarodową,
- aktor zachęcający do „zdrowego stylu życia”.

Czasem wystarczy pewny ton głosu, profesjonalna grafika albo sama liczba subskrypcji, żeby nasz mózg wyłączył krytyczne myślenie. Badania pokazują, że ludzie częściej ufają osobom atrakcyjnym, znanym lub pewnym siebie, nawet jeśli to, co mówią, nie ma żadnych podstaw. To tzw. heurystyka autorytetu, czyli skrót myślowy: „skoro wygląda na eksperta, to pewnie ma rację”.

Jak się bronić? Zadaj sobie trzy proste pytania:

1. Czy ta osoba naprawdę zna się na tym temacie?
2. Czy ma interes w tym, żeby mnie przekonać?
3. Czy gdyby powiedział to ktoś nieznany, też bym w to uwierzył?

Manipulacja zaczyna się tam, gdzie kończy się pytanie: „Dlaczego mam jej/mu ufać?”



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Psychologia manipulacji, czyli jak inni myślą za ciebie

Emocje jako narzędzie wpływu

Internet nie sprzedaje Ci informacji. Sprzedaje emocje, i to te najmocniejsze: oburzenie, strach, złość czy szok. Twój mózg reaguje na nie szybciej niż na spokojne fakty, a platformy społecznościowe doskonale to wykorzystują. Algorytmy promują treści, które wywołują silne reakcje, bo właśnie one najlepiej się klikają.

Mechanizm jest prosty:

silna emocja → większe zaangażowanie → więcej kliknięć i udostępnień → większy zysk dla platformy.

Dlatego nagłówki w stylu „Zobacz, co oni zrobili!” czy filmy typu „To Cię przerazi!” rozchodzą się szybciej niż rzetelne analizy.

Co to ma wspólnego z manipulacją? W emocjach łatwiej ulegasz wpływowi – nie sprawdzasz źródeł, nie analizujesz, tylko od razu dzielisz się treścią, bo czujesz, że musisz.

Pamiętaj: emocje są naturalne, ale to, że coś Cię porusza, nie oznacza jeszcze, że jest prawdziwe.

Jak się bronić?

- Zatrzymaj się, zanim klikniesz „udostępnij”.
- Zapytaj: Czy to informuje, czy tylko podsycza emocje?
- Sprawdź źródło. Liczba lajków nie równa się wiarygodność.

Kto kontroluje Twoje emocje, ten kontroluje Twój sposób myślenia.



Jak się bronić: Odporność informacyjna w praktyce

Nie da się całkowicie wyeliminować manipulacji z przestrzeni informacyjnej. Ale można znacząco ograniczyć jej wpływ, zwłaszcza wtedy, gdy rozumiemy, jak działa i czego od nas oczekuje. Czarna propaganda nie potrzebuje naszej zgody, wystarczy jej nasza bierność.

Poniżej pięć podstawowych zasad, które pomagają nie stać się ogniwem w łańcuchu dezinformacji:

1. Zatrzymaj się, zanim udostępnisz.

Czarna propaganda działa na emocjach: szoku, gniewie, strachu. Właśnie wtedy, gdy odruchowo chcesz „podzielić się” czymś dalej, powinieneś zadać sobie pytanie: dlaczego ta treść ma dla mnie aż taki ładunek emocjonalny?

2. Szukaj źródła, a nie tylko logo.

Wiele fałszywych materiałów wykorzystuje logotypy znanych mediów lub instytucji. Sprawdź, czy dany materiał rzeczywiście pochodzi z oficjalnego źródła. Wpisanie nagłówka w wyszukiwarkę lub odwiedzenie strony domowej może od razu ujawnić manipulację.

3. Weryfikuj treść, nie tylko formę.

Profesjonalna grafika, poważny ton wypowiedzi czy też montaż w stylu reportażu to nie dowód prawdziwości. Czarna propaganda często opiera się właśnie na estetyce przekazu, która ma zbudować zaufanie i uśpić czujność.



Jak się bronić: Odporność informacyjna w praktyce

4. Zastanów się: komu to służy? Jeśli przekaz podważa zaufanie do jednej strony konfliktu, wzmacnia skrajne emocje i sugeruje, że „wszyscy kłamią, ale to nagranie mówi prawdę”, zatrzymaj się. Klasyczna czarna propaganda niemal zawsze ma jasny cel strategiczny.

5. Korzystaj z narzędzi OSINT i weryfikacji Istnieją bezpłatne narzędzia umożliwiające sprawdzenie zdjęć i filmów (np. InVID, Google Reverse Image Search). Możesz też śledzić strony zajmujące się weryfikacją faktów (FactCheck.org, StopFake.org, Demagog.pl), które analizują aktualne narracje i dezinformacje.

Odporność informacyjna nie polega na tym, że „nie dajemy się zmanipulować”. Polega na tym, że nie reagujemy impulsywnie. Świadome, chłodne spojrzenie to najlepsza obrona przed tym, co zostało zaprojektowane, by wykorzystać naszą uwagę.

