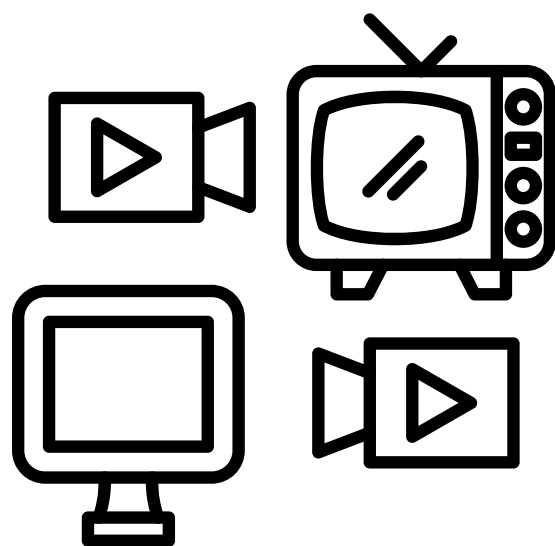


DEZINFORMACJA

I

WOJNA INFORMACYJNA

GENEZA, MECHANIZMY,
PRZECIWDZIAŁANIE



Co to jest wojna informacyjna?

Codziennie spotykamy się z pojęciami takimi jak „fake news”, „dezinformacja” czy „manipulacja w mediach”. Wszystkie one są częścią szerszego zjawiska, jakim jest wojna informacyjna, czyli celowe działania prowadzone po to, by wpływać na nasze myślenie, emocje i decyzje.

- **Walka informacyjna** – działania mające na celu osłabienia zdolności przeciwnika, np. ukrycie ataku, szerzenie dezinformacji w czasie kryzysu lub osłabienie morale przeciwnika.
- **Wojna informacyjna** – długotrwałe, zaplanowane działania, w których informacja i komunikacja są używane jako główne narzędzie w celu osiągnięcia przewagi politycznej, militarnej lub gospodarczej poprzez trwałe oddziaływanie na percepcję i zachowania przeciwnika.

Wojna informacyjna nie toczy się na polu bitwy, ale w naszych głowach, przez telewizję, media społecznościowe, internet.

Stosowane narzędzia to m.in.:

- **Dezinformacja** – celowe rozpowszechnianie fałszywych lub zmanipulowanych informacji, np. za pomocą memów czy fałszywych artykułów, aby wpłynąć na sposób myślenia, decyzje i emocje innych ludzi.
- **Propaganda** – promowanie określonych idei, często bez możliwości podważenia ich prawdziwości.
- **Cyberataki** – np. blokowanie stron internetowych, włamywanie się do systemów, zakłócanie komunikacji.
- **Deepfake** – realistyczne, ale całkowicie fałszywe nagrania wideo lub audio.
- **Spoofing i jamming** – zakłócanie sygnałów radiowych, GPS czy internetu.





Wojna informacyjna to celowe i zaplanowane działania mające na celu wpływanie na sposób myślenia, odczuwania i działania społeczeństw poprzez manipulację informacją. Jej celem nie jest zdobycie terytorium, lecz kontrola nad świadomością i postawami ludzi.

- Wojna informacyjna ma na celu zmanipulowanie opinii publicznej poprzez rozpowszechnianie treści służących interesom nadawcy.
- Jednym z głównych celów jest podważenie zaufania obywateli do instytucji państwowych, takich jak rząd, media czy wymiar sprawiedliwości.
- Działania informacyjne dążą do pogłębiania podziałów społecznych i wzmacniania konfliktów wewnętrznych w państwie.
- Ich efektem może być dezintegracja społeczeństwa, czyli rozbicie więzi wspólnotowych i osłabienie spójności narodowej.
- Wojna informacyjna służy także ukryciu rzeczywistych działań politycznych lub wojskowych i odwróceniu uwagi od kluczowych wydarzeń.
- Jednym z celów jest wywołanie chaosu informacyjnego, który utrudnia podejmowanie racjonalnych decyzji przez władze i obywateli.
- Przekazy dezinformacyjne często mają wzbudzać strach, niepewność i poczucie zagrożenia w społeczeństwie.
- Wreszcie, wojna informacyjna pozwala promować własną narrację i wzmacniać pozycję danego państwa lub organizacji na arenie międzynarodowej.



Historia dezinformacji – jak kłamstwo zmieniało bieg historii?

Już tysiące lat temu wykorzystywano fałszywe informacje jako broń.

Chiński strateg i filozof Sun Tzu, autor klasycznego dzieła *Sztuka wojny*, już w VI wieku p.n.e. podkreślał, że skuteczne prowadzenie działań zbrojnych opiera się nie tylko na sile militarnej, lecz także na zdolności do wprowadzania przeciwnika w błąd. Jego słynne stwierdzenie: „Wojna to sztuka oszustwa” wskazuje, że dezinformacja była traktowana jako podstawowy element strategii wojennej. Sun Tzu zalecał udawanie słabości, by sprowokować przeciwnika do nieostrożnych ruchów, rozpowszechnianie fałszywych informacji o własnych planach i zasobach oraz manipulowanie nastrojami w szeregach wroga.

Radził, by gdy armia jest silna, sprawiać wrażenie słabości, a gdy znajduje się blisko, udawać oddalenie. Takie działania prowadzą przeciwnika do błędnych decyzji i utraty inicjatywy. Ważnym elementem jego koncepcji było również kontrolowanie przepływu informacji i morale, zarówno własnych wojsk, jak i ludności, oraz utrzymywanie przeciwnika w stanie niepewności i chaosu poznawczego. Szczególną rolę przypisywał szpiegom i agentom wpływu, uznając zdobywanie i manipulowanie informacjami za najtańszą i najskuteczniejszą formę walki. W tym ujęciu oszustwo było nie tylko dopuszczalne, ale wręcz konieczne, by odnieść zwycięstwo przy minimalnych stratach. Z tych względów Sun Tzu uważał, że największym triumfem jest pokonanie wroga bez konieczności prowadzenia bezpośredniej walki.



 Starożytność

Klasycznym i jednym z najstarszych archetypów oszustwa wojennego jest mit o koniu trojańskim. Grecy, po latach bezskutecznego oblężenia Troi, upozorowali odwrót, pozostawiając pod murami miasta ogromnego, drewnianego konia, rzekomo ofiarny dar dla bogini Ateny. W jego wnętrzu ukryli się wybrani wojownicy greccy. Kluczowe dla powodzenia tej mistyfikacji nie było jednak samo podstępne działanie, lecz psychologiczna podatność Trojan. Zlekceważyli oni ostrzeżenia Kasandry, obdarzonej darem proroczych wizji, oraz kapłana Laokoona, który ostrzegał przed niebezpieczeństwem. Zamiast tego ulegli emocjom: odczuli ulgę na wieść o rzekomym zakończeniu wojny i pysze wynikającej z przejęcia „daru” od wycofującego się wroga. Mit ten pokazuje, że już w starożytności skuteczność dezinformacji zależała od manipulowania emocjami i podważania wiarygodności niewygodnych źródeł, nawet jeśli mówiły prawdę.

Grecki historyk Tukidydes opisał, że już podczas wojny peloponeskiej w V wieku p.n.e. Ateny i Sparta wykorzystywały fałszywe pogłoski jako element strategii. Rozpowszechniano informacje o rzekomej sile militarnej, aby zastraszyć przeciwnika, obniżyć jego morale i wzmocnić własną pozycję w oczach sojuszników.

Podobne mechanizmy można dostrzec w starożytnym Rzymie. Oktawian August, walcząc o władzę po zabójstwie Juliusza Cezara, rozpowszechniał nieprawdziwe informacje na temat Marka Antoniusza. Przedstawiał go jako pijaka, moralnie słabego i całkowicie podporządkowanego królowej Egiptu, Kleopatrze.



 Średniowiecze

Przez wieki papieństwo powoływało się na sfałszowany dokument (tzw. Donacja Konstantyna), który rzekomo nadawał papieżowi liczne dobra i przywileje. Dokument legitymizował roszczenia polityczne i terytorialne wobec władców świeckich i dopiero w XV w. wykazano, że dokument jest fałszerstwem.

Z kolei Papież Urban II, by zmobilizować rycerzy do wypraw krzyżowych, odwoływał się do ich emocji i uczuć religijnych. W swoich kazaniach przedstawiał wyolbrzymione (a często zmyślane) okrucieństwa muzułmanów wobec pielgrzymów oraz profanacji miejsc świętych w Jerozolimie.

Fałszywe oskarżenie, że Żydzi mordują chrześcijańskie dzieci w czasie święta Paschy, aby użyć ich krwi do rytuałów religijnych, to jedno z najbardziej szkodliwych i nieprawdziwych oskarżeń w historii antysemityzmu. Najwcześniejszy udokumentowany przypadek miał miejsce w 1144 roku w Norwich (Anglia), kiedy zmarł chłopiec o imieniu William. Miejscowy duchowny oskarżył Żydów o jego rytualne zabójstwo. Choć nie było żadnych dowodów, plotka szybko się rozprzestrzeniła. Wkrótce zaczęto twierdzić, że Żydzi co roku mordują chrześcijańskie dzieci na Wielkanoc. Kłamstwa te powtarzano przez wieki w różnych krajach, m.in. w Niemczech, Francji, na Węgrzech i w Rosji. Doprowadziło to do licznych prześladowań, tortur, niesprawiedliwych procesów i egzekucji Żydów, a także do utrwalenia antysemickich stereotypów, które przez stulecia zatruwały stosunki społeczne i prowadziły do aktów przemocy wobec społeczności żydowskich.



 Wynalezienie druku

Wynalezienie druku przez Gutenberga w XV wieku zrewolucjonizowało komunikację społeczną. Wcześniej rozpowszechnianie fałszywych wiadomości było trudne i ograniczone geograficznie, jednak druk umożliwił szybkie i masowe powielanie książek i broszur. Z jednej strony przyczynił się do rozwoju edukacji i upowszechnienia wiedzy, z drugiej jednak stworzył nowe możliwości szerzenia fałszywych treści, paszkwili i propagandy. Informacje mogły teraz docierać do szerokiego grona odbiorców, co znacznie zwiększało ich wpływ społeczny i polityczny.

Jednym z pierwszych przykładów wykorzystania druku w walce ideologicznej była reformacja. Marcin Luter publikował ulotki i pamflety krytykujące Kościół katolicki, posługując się prostym językiem i ostrymi oskarżeniami. Odpowiedzią była kontrpropaganda, która przedstawiała Lutra jako heretyka i narzędzie diabła. Obie strony wykorzystywały druk jako skuteczne narzędzie perswazji i manipulacji.

Podobne mechanizmy można dostrzec po trzęsieniu ziemi w Lizbonie w 1755 roku. Wydarzenie to interpretowano w kazaniach i broszurach jako „karę Bożą”, a w niektórych publikacjach pojawiały się historie o cudownym ocaleniu za sprawą Matki Boskiej. Choć miały one podnosić na duchu wiernych, często były całkowicie zmyślane. Myśliciele oświecenia, tacy jak Voltaire, krytykowali te religijne narracje jako irracjonalne i sprzeczne z rozumowym podejściem do rzeczywistości.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

XIX wiek: narodziny prasy

W XIX wieku prasa stała się jednym z najważniejszych narzędzi kształtowania opinii publicznej, a wraz z jej rozwojem pojawiły się także nowe formy manipulacji i dezinformacji. W czasie wojen gazety pełniły rolę narzędzia propagandowego. Publikowały często przesadzone lub wręcz zmyślane relacje z frontu. Podczas wojny krymskiej (1853–1856) brytyjska prasa, zwłaszcza The Times, drukowała dramatyczne opisy bitew, których celem było wzbudzenie patriotyzmu i poparcia społecznego dla działań wojennych. Podobnie w czasie wojny francusko-pruskiej (1870–1871) obie strony posługiwały się fałszywymi doniesieniami o zwycięstwach, aby utrzymać morale własnego społeczeństwa i jednocześnie zniechęcić przeciwnika.

Silne związki prasy z polityką widoczne były również w działalności gazet partyjnych, które w Europie i USA nie tylko prezentowały jednostronne komentarze, ale też kreowały zmyślane fakty w celu zdyskredytowania rywali. Pod koniec XIX wieku w Stanach Zjednoczonych rozwinęła się tzw. żółta prasa, czyli styl dziennikarstwa nastawiony na emocje, sensację i skandal kosztem faktów. Dzienniki należące do Williama Randolpha Hearsta i Josepha Pulitzerza rywalizowały o czytelników i często publikowały wyolbrzymione lub całkowicie zmyślane relacje na temat rzekomych okrucieństw Hiszpanów wobec Kubańczyków w czasie walk o niepodległość Kuby. Sensacyjne nagłówki i drastyczne ilustracje miały na celu wzbudzenie oburzenia społecznego, podsycenie antyhiszpańskich nastrojów oraz zwiększenie nakładów gazet. Według wielu historyków propaganda ta odegrała istotną rolę w wywołaniu wojny amerykańsko-hiszpańskiej w 1898 roku.

XX wiek

W XX wieku, wraz z rozwojem radia i telewizji, propaganda uległa centralizacji. Media te pozwalały na scentralizowane nadawanie jednego, kontrolowanego przekazu do milionów odbiorców jednocześnie.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Joseph Goebbels i propaganda nazistowska

Joseph Goebbels, minister propagandy III Rzeszy, stworzył system masowej manipulacji, który podporządkował całe społeczeństwo nazistowskiej ideologii. Wszystkie media znalazły się pod kontrolą państwa. Gazety musiały drukować tylko treści zgodne z linią partii, radio było w pełni cenzurowane, a tanie odbiorniki Volksempfänger i głośniki uliczne zapewniały, że propaganda docierała do każdego domu i na każdą ulicę. Podsycano nienawiść wobec wrogów wewnętrznych i zewnętrznych: Żydów, komunistów, socjalistów, katolików, Romów, Polaków, aliantów zachodnich i ZSRR. Po wybuchu wojny zakazano słuchania zagranicznych audycji, a za ich rozpowszechnianie groziła kara śmierci. W praktyce oznaczało to monopol informacyjny i całkowity brak alternatywnych źródeł. Kluczowym narzędziem była cenzura. Wszystkie gazety musiały publikować treści zgodne z linią partii, a radio podlegało pełnej kontroli. Dzięki tanim odbiornikom Volksempfänger propaganda docierała do niemal każdego domu, a w przestrzeni publicznej ustawiano głośniki z obowiązkowym przekazem.

Propaganda opierała się na prostych zasadach: odwoływała się do emocji, unikała złożonych argumentów, powtarzała wciąż te same hasła i stale wskazywała wrogów: Żydów, komunistów, Romów, Polaków czy aliantów. Treści dopasowywano do odbiorców. Robotnikom obiecywano „Chleb i pracę”, a kobietom przedstawiano ideał „Matki i dziecka”. Jednocześnie kreowano obraz Hitlera jako silnego przywódcy, tzw. „mit Hitlera”, co legitymizowało władzę nazistów.

Doświadczenie III Rzeszy pokazuje, że propaganda jest niezwykle skuteczną bronią. Goebbels udowodnił, że podsycanie nienawiści działa, a wskazanie wroga zewnętrznego pozwala ukryć własne słabości i mobilizować społeczeństwo. Gniew można wywołać łatwo, lecz zatrzymać – niezwykle trudno. Masy karmione mową nienawiści łatwo schodzą na drogę, która niemal zawsze kończy się przemocą.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

 XX wiek

Alianci i dezinformacja strategiczna

W czasie II wojny światowej działania dezinformacyjne prowadzone były zarówno przez państwa Osi, jak i przez aliantów. Winston Churchill trafnie zauważył, że „w czasie wojny prawda jest tak cenna, że zawsze powinna jej towarzyszyć obstawa kłamstw”. Wprowadzanie przeciwnika w błąd stanowiło kluczowy element strategii. Alianci stosowali różnorodne metody. Maskowali obiekty wojskowe, budowali fikcyjne lotniska i tworzyli pozorowane jednostki, aby skierować uwagę wroga w niewłaściwym kierunku.

Najbardziej znanym przykładem była skoordynowana operacja mistyfikacyjna, której celem było przekonanie Niemców, że lądowanie Aliantów nastąpi w Grecji, a nie na Sycylii. W ramach tej akcji wykorzystano ciało mężczyzny ucharakteryzowanego na brytyjskiego oficera, przy którym umieszczono fałszywe dokumenty. Zmyślane informacje zmyliły niemieckie dowództwo, które przerzuciło część swoich sił, osłabiając obronę Sycylii i torując aliantom drogę do sukcesu w 1943 roku.

Podobne działania podjęto przed inwazją w Normandii w czerwcu 1944 roku. W ramach Operacji Fortitude alianci stworzyli fikcyjną 1. Grupę Armii pod dowództwem generała George’a Pattona, rzekomo przygotowującą się do ataku na Pas-de-Calais. Wykorzystano atrapy czołgów, fałszywe radiogramy i spreparowane informacje przekazywane niemieckim agentom, aby utrzymać przeciwnika w przekonaniu, że główne uderzenie nastąpi właśnie tam. Skutkiem było opóźnione przerzucenie niemieckich jednostek do Normandii, co znacząco ułatwiło powodzenie operacji.

Uzupełnieniem tych działań była także dezinformacja dyplomatyczna, przekazywanie nieprawdziwych danych przez podwójnych agentów oraz wywoływanie zamętu na Bałkanach.



 XX wiek**Zimna wojna**

Po 1945 roku rozpoczęła się zimna wojna, czyli konflikt między Związkiem Radzieckim a krajami Zachodu. Choć nie doszło do bezpośrednich walk, trwała intensywna wojna informacyjna. ZSRR traktował dezinformację jako ważne narzędzie walki politycznej. Powstały specjalne biura i całe urzędy zajmujące się fabrykowaniem fałszywych informacji. Stalin nawet specjalnie nadał rosyjskiemu słowu „dezinformatsiya” francuskie brzmienie, żeby wyglądało na zachodni wynalazek.

W latach 80. ZSRR przeprowadził jedną z najśłynniejszych operacji dezinformacyjnych, Operację INFJEKTION. Jej celem było przekonanie opinii publicznej, że wirus HIV/AIDS został stworzony w laboratoriach wojskowych USA w Fort Detrick jako broń biologiczna. Kampania rozpowszechniana poprzez media w Indiach, a następnie w krajach afrykańskich i w prasie radzieckiej, podważała zaufanie do instytucji zdrowia publicznego i podkopywała wizerunek Stanów Zjednoczonych.

Szczególnie istotnym obszarem radzieckich działań było wykorzystywanie napięć rasowych w Stanach Zjednoczonych. KGB fabrykował listy, organizował prowokacje i eksponował brutalność wobec ruchu praw obywatelskich, aby pogłębiać polaryzację i erozję zaufania do rządu. Jak podkreślali sami oficerowie KGB, skuteczna dezinformacja nie musiała opierać się na „wielkim kłamstwie”, lecz na wzmacnianiu realnych problemów i istniejących uprzedzeń.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Deinformacja w erze cyfrowej

Rozwój nowych mediów spowodował gwałtowny wzrost kampanii dezinformacyjnych. Łatwość publikacji, szeroki zasięg i brak skutecznych mechanizmów selekcji treści sprawiają, że fake newsy rozprzestrzeniają się błyskawicznie. Algorytmy mediów społecznościowych wzmacniają dezinformację. Promują one treści budzące silne emocje, ponieważ generują one większe zaangażowanie użytkowników. W efekcie fałszywe wiadomości rozprzestrzeniają się szybciej niż treści rzetelne, co tworzy sprzyjające warunki do manipulacji opinią publiczną. Dodatkowo algorytmy rekomendacyjne, które odpowiadają za personalizację treści wyświetlanych użytkownikowi, dopasowują informacje do zainteresowań odbiorcy. Prowadzą one do powstawania tzw. baniek informacyjnych, czyli sytuacji, w których użytkownik widzi tylko te wiadomości, które potwierdzają jego poglądy. Tworzą się komory pogłosowe, czyli zamknięte środowiska informacyjne, w których powtarzane są te same opinie, często nieprawdziwe. Zjawisko to wzmacnia polaryzację społeczną i utrudnia prowadzenie rzeczowego dialogu.

Istotną rolę odgrywają również boty, czyli programy automatycznie publikujące wpisy, oraz trolle, osoby prowokujące i szerzące fałszywe informacje. Razem tworzą tzw. farmy trolli, które zakładają fałszywe konta, budują pozory autentyczności i prowadzą skoordynowane kampanie wpływu. Jedną z najczęściej stosowanych technik jest astroturfing, czyli sztuczne kreowanie wrażenia szerokiego poparcia dla określonych narracji. Nowym narzędziem dezinformacji stała się także technologia deepfake, która pozwala na tworzenie realistycznych, lecz całkowicie fałszywych obrazów, nagrań i filmów. W erze cyfrowej nie możemy mieć zaufania do tego, co widzimy i słyszymy.

W erze cyfrowej dezinformacja stała się szybka, tania i trudna do zatrzymania. Jej skuteczność opiera się nie tylko na technologiach, ale też na ludzkiej podatności na manipulację, emocje i uproszczenia. Dlatego kluczowe znaczenie mają dziś edukacja medialna, umiejętność krytycznego myślenia i rozwijanie narzędzi, które pomogą chronić społeczeństwo przed zalewem fałszywych informacji.



Przeciwdziałanie dezinformacji

Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w walce z dezinformacją

Sztuczna inteligencja odgrywa dziś podwójną rolę w zjawisku dezinformacji. Z jednej strony umożliwia tworzenie zaawansowanych treści manipulacyjnych (deepfake'i, boty, targetowane kampanie), z drugiej strony oferuje narzędzia do ich wykrywania i neutralizacji. Kluczowym zadaniem jest więc skierowanie potencjału AI na rzecz obrony informacyjnej społeczeństwa.

Jednym z najbardziej obiecujących zastosowań AI jest automatyczna detekcja dezinformacji. Modele uczenia maszynowego (np. NLP – przetwarzanie języka naturalnego) mogą analizować strukturę, semantykę i emocjonalny ton tekstów publikowanych online oraz identyfikować anomalie wskazujące na manipulację lub fałsz. Algorytmy te uczą się na podstawie zweryfikowanych danych, co pozwala im wykrywać subtelne formy dezinformacji, takie jak sugestywne nagłówki czy zmanipulowany kontekst wypowiedzi. Przykładem są systemy rozpoznające clickbaity, treści click-to-convert lub narracje spiskowe.



AI może również wspierać tzw. fact-checking, tj. proces weryfikacji faktów, przez przeszukiwanie zasobów sieciowych i porównywanie twierdzeń z wiarygodnymi źródłami. Umożliwia to szybką reakcję na pojawiające się fałszywe informacje, zanim osiągną one duży zasięg. W praktyce AI wspomaga redakcje, organizacje fact-checkingowe i platformy cyfrowe, np. poprzez oznaczanie treści jako „potencjalnie nieprawdziwych”.

Warto również zwrócić uwagę na tzw. cyfrowe ślady (digital footprints), które AI potrafi analizować w celu identyfikacji zautomatyzowanych kont (botów) uczestniczących w operacjach wpływu. Dzięki analizie wzorców publikacji, stylu językowego i relacji sieciowych można odróżnić profile autentyczne od sztucznie generowanych. AI może także wspierać monitorowanie mediów społecznościowych identyfikując nagły wzrost popularności określonych treści, analizując sieci powiązań między kontami, a także wykrywając boty i trolle. Takie działania pozwalają wykrywać i blokować kampanie dezinformacyjne zanim osiągną masowy zasięg.

Jednak wykorzystanie AI w walce z dezinformacją musi uwzględniać także kwestie etyczne, takie jak przejrzystość działania algorytmów, ochrona prywatności użytkowników i unikanie cenzury prewencyjnej. Algorytmy nie są wolne od błędów. Mogą faworyzować pewne źródła, pomijać niuanse kontekstu czy nawet wzmacniać stereotypy. Dlatego w procesie przeciwdziałania dezinformacji AI powinna być traktowana jako narzędzie wspierające, a nie zastępujące ludzką ocenę i odpowiedzialność.



Legislacja i regulacje jako narzędzie ograniczania dezinformacji

Skuteczna walka z dezinformacją wymaga jasnych i spójnych ram prawnych, które równoważą wolność słowa z potrzebą ochrony porządku informacyjnego. Obecne przepisy są często rozproszone i koncentrują się na zniesławieniu czy naruszeniu dóbr osobistych, a nie na systemowym przeciwdziałaniu dezinformacji.

W Unii Europejskiej istotnym narzędziem jest Akt o Usługach Cyfrowych (DSA), który nakłada na platformy obowiązki usuwania szkodliwych treści i promuje przejrzystość algorytmów. Szczególną odpowiedzialność ponoszą duże platformy (VLOPs), które muszą wdrażać systemy oceny ryzyka i przejrzystości algorytmów rekomendacyjnych. Przewiduje się także obowiązek współpracy z zewnętrznymi fact-checkerami.

W Polsce kwestia przeciwdziałania dezinformacji regulowana jest m.in. przez prawo prasowe, Kodeks karny (art. 212, 216 – zniesławienie i znieważenie) oraz przepisy o ochronie danych osobowych. Problemem pozostaje jednak brak spójnej ustawy definiującej dezinformację jako zjawisko oraz niedostateczna współpraca między organami państwowymi, platformami internetowymi i społeczeństwem obywatelskim.

Działania wspierają inicjatywy samoregulacyjne, np. Kodeks postępowania ws. dezinformacji, podpisany przez m.in. Google, Meta czy TikTok. Jego celem jest większa przejrzystość reklam politycznych, ograniczenie botów oraz promocja rzetelnych źródeł informacji. Ważną rolę odgrywa też obowiązek oznaczania treści sponsorowanych i politycznych.



NAUKA DLA SPOŁECZEŃSTWA

Edukacja medialna i budowanie świadomości społecznej

Najskuteczniejszym narzędziem długofalowego przeciwdziałania dezinformacji jest podnoszenie kompetencji społecznych, czyli edukacja medialna. To właśnie niska świadomość użytkowników i brak umiejętności krytycznego myślenia sprawiają, że społeczeństwo staje się podatne na manipulacje.

Edukacja medialna powinna być włączona do programów szkolnych jako osobna ścieżka dydaktyczna nie tylko w ramach języka polskiego czy wiedzy o społeczeństwie, ale jako interdyscyplinarne podejście, które łączy analizę treści, etykę komunikacji, znajomość źródeł i mechanizmów działania algorytmów. Uczniowie i studenci powinni uczyć się, jak rozpoznawać fałszywe treści, analizować intencje nadawców i weryfikować informacje za pomocą platform fact-checkingowych (np. Demagog, EUvsDisinfo).

Kluczowym celem edukacji medialnej jest rozwijanie myślenia krytycznego, czyli zadawania pytań, weryfikowania źródeł, rozpoznawania manipulacji i stereotypów. Uczniowie powinni odróżniać fakty od opinii, sprawdzać autorów i rozumieć działanie mediów społecznościowych i ich algorytmów. Ważna jest też edukacja cyfrowa: rozpoznawanie podejrzanych linków, unikanie niesprawdzonych informacji, znajomość metod fact-checkingu i zgłaszanie dezinformacji. Programy edukacyjne mogą wykorzystywać gry symulacyjne i kampanie społeczne oraz pokazywać, jak łatwo paść ofiarą manipulacji.

Równolegle warto rozwijać kampanie obywatelskie, które wzmacniają odporność dorosłych użytkowników. Przykładem są działania NASK, Fundacji Panoptykon czy organizacji fact-checkingowych. Takie inicjatywy powinny być wspierane przez państwo i samorządy.





Jak się bronić?

W świecie, w którym informacja rozchodzi się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, najważniejszą obroną jest świadomość. Musimy zrozumieć, że informacja może być nie tylko narzędziem wiedzy, ale też bronią wpływu, manipulacji i dezinformacji. Tylko wtedy będziemy w stanie świadomie reagować, zamiast bezrefleksyjnie powielać szkodliwe treści. Dlatego warto znać podstawowe zasady, które pomogą chronić siebie i innych przed fałszywymi przekazami.

Oto kilka zasad:

- Zawsze sprawdzaj źródło. Zastanów się: kto stworzył tę treść? Czy ta osoba lub instytucja ma wiedzę i kompetencje? Czy wcześniej publikowała rzetelne informacje? Dlaczego ta informacja została opublikowana właśnie teraz? Jakie reakcje próbuje wywołać?
- Myśl krytycznie. Pamiętaj, że to, co wzbudza silne emocje (strach, złość, entuzjazm), może być celowo zaprojektowane, by Tobą manipulować.
- Nie udostępniaj treści bez zastanowienia. Nawet niewinny mem lub zdjęcie może być częścią kampanii dezinformacyjnej.
- Szukaj drugiej strony medalu. Sprawdź, czy inne, niezależne źródła potwierdzają daną informację.

