

DEZINFORMACJA W DOBIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH (SCS 2017)

Podczas IV edycji Security Case Study 2017 Beata Biały z NATO STRATCOM w Rydze wystąpiła z referatem „Stare wino w nowych bukłakach. Dezinformacja w dobie mediów społecznościowych”. Mimo tego, że cele dezinformacji są od wieków podobne istotnie zmieniły się środki i metody ich realizacji.

Jak twierdzi ekspertka na Zachodzie klasyfikuje się cyberbezpieczeństwo w kategoriach twardych. Jest to daleko idące uproszczenie, które ignoruje szeroką sferę kognitywną. Na Wschodzie kwestie cyber postrzegane są znacznie szerzej.

Kwestie przenikania fałszywych informacji z mediów społecznościowych do mediów klasycznych jest poważnym wyzwaniem. Jak pokazuje szereg sytuacji, mainstream ma problem ze standardową weryfikacją informacji publikowanych w sieci. Trzeba podkreślić, iż jest granica pomiędzy niedbalstwem dziennikarza a dezinformacją. Ta ostatnia jest tym rodzajem manipulacji, za którym stoją konkretne cele w sferze politycznej.

Metody dezinformacji rozwijane są od tysięcy lat. Jedną z najbardziej znanych kampanii dezinformacyjnych była ta z XV wieku wymierzona wobec hospodara wołoskiego Władę III Palownika, znanego bardziej jako „Drakula”. Jego reputacja, narzucona przez króla Węgier przetrwała do dzisiaj. Analogiczne zabiegi prowadzone były podczas konfliktu na Donbasie, jak chociażby o rzekomych ukrzyżowaniach dzieci przez ukraińskich żołnierzy. Innymi słowy zmieniają się środki i metody, ale nie cele.

„Mamy do czynienia ze zmianą środowiska informacyjnego. Obecnie nie da się rozdzielić sfery informacyjnej od sfery cyber” – twierdzi Biały. Wydarzenia ze sfery informacyjnej mają realny wpływ na rzeczywistość. Zmieniają się warunki postrzegania świata, ale i konsumpcji informacji. Media społecznościowe to emocje i polaryzacja. Nie umożliwiają one merytorycznych dyskusji. Większość użytkowników funkcjonuje w różnych bańkach informacyjnych, które stanowią doskonałą pożywkę dla dezinformacji.

Jak wspomina ekspert, Ben Nimmo z Atlantic Council wyróżnia 4 podstawowe techniki walki informacyjnej (4D/P):

- Dismiss/pomniejszać,
- Distort/przekręcać,
- Distract/przykrywać,
- Dismay/przerażać.

Klasycznym przykładem takich działań z obszaru pomniejszania jest fakt, że każdy kto jakkolwiek krytykuje politykę Kremla, od razu dostaje łatkę „rusofoba”. Kolejnym jest tworzenie memów i grafik z wykorzystaniem humoru, m.in. zestawianie „męskich” zdjęć prezydenta Rosji z tymi „wrażliwymi”

prezydenta USA.

Przykładem z obszaru przekręcania jest sytuacja z budowaniem lęku przed potencjalnym polskim atakiem na terytorium ukraińskie i odwrotnie. Wspierane było to przez nieoficjalne przekazy rosyjskie. Innymi są filmy propagandowe Państwa Islamskiego, narracja o Krymie, który w wolnych wyborach powrócił do Rosji oraz kampania Kremla wymierzona przeciwko Polsce, związana z pomnikami radzieckimi na terytorium Polski.

Przykrywanie jest kolejnym zabiegiem manipulacyjnym, przenoszącym uwagę odbiorcy informacji w inne miejsce. Kiedy była aneksja Krymu, rosyjskie media i prorosyjskie konta udowadniały okrucieństwo, zbrodnie i agresywne działania NATO i USA.

Przerażanie polega na wzbudzaniu niepokoju. Rosja często straszy „adekwatną odpowiedzią” wobec działań Zachodu. Zaawansowane działania w tym obszarze prowadzi Państwo Islamskie. Wkraczając w sferę realnego świata można wspomnieć ataki nożowników w zachodniej Europie.

Techniki manipulacyjne przybierają różne formy. Główną z nich jest wideo – 70% aktywności Państwa Islamskiego to wideo. Kombinowanie obrazu z dźwiękiem oraz fotografie są również istotne w sferze mediów społecznościowych. Wykorzystywanie szerokiego podejścia do multimediów praktykowane jest też przez rosyjskie media – koordynacja działań w mediach społecznościowych w różnych językach i w różnych mediach społecznościowych. Warto zwrócić uwagę, iż Sputnik modyfikuje przekaz w różnych językach pod kątem konkretnego audytorium zagranicznego. Państwo Islamskie również wypuściło swoją aplikację połączoną z Twitterem.

Różne działania z tych obszarów koordynowane są z działaniami botów i trolli w mediach społecznościowych. Jak zauważa Biały mamy do czynienia z atakami na ekspertów, próbami przerywania merytorycznych dyskusji i wpuszczaniem fikcyjnych lub fałszywych informacji. Charakterystyczne jest też, że skoordynowane narracje są uruchamiane w kontekście konkretnych wydarzeń, jak np. ćwiczenia NATO. W mediach prorosyjskich polsko- i rosyjskojęzycznych najbardziej dominująca narracja o NATO dominuje, iż Sojusz jest agresywny i prowokuje, a na drugim miejscu jest przekaz o rusofobii Polaków.

Czytaj więcej: [Ekspert Centrum Komunikacji Strategicznej NATO: Naszą bronią jest konsekwentne mówienie prawdy \[WYWIAD\]](#)