

# „DEZINFORMACJA MOŻE REALNIE DESTABILIZOWAĆ DEMOKRACJĘ”. FAKE NEWS JAKO ZAGROŻENIE DLA PAŃSTWA, SPOŁECZEŃSTWA I BIZNESU

„Dezinformacja może realnie destabilizować demokrację” – to główny wniosek płynący z raportu NASK „Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej”. Dokument zawiera kompleksowe opracowanie problemów, z którymi przyjdzie nam się zmierzyć obecnie lub w najbliższej przyszłości, zarówno w kontekście organizacji państwowych oraz społeczeństwa, jak i biznesu czy polityki. Czego możemy się obawiać?

24 września w siedzibie NASK odbyła się prezentacja raportu połączona z debatą z udziałem ekspertów, która została poświęcona zjawisku dezinformacji. W trakcie dyskusji oraz poprzedzającej jej prezentacji głównych tez dokumentu, wskazywano na liczne problemy związane z oddziaływaniem dezinformacji na organizację państwową. W raporcie zawarto stwierdzenie, że dezinformacja „może destabilizować sytuację w państwie, wywierać destrukcyjny wpływ na jego struktury administracyjne i decyzyjne a także podważać podstawy społeczne, ekonomiczne oraz kulturowe”.

Raport porusza skutki oddziaływania dezinformacji na cztery obszary – państwo, społeczeństwo, politykę i prawo. Każda z części składa się z treści przygotowanych przez kluczowe instytucje i podmioty współtworzące mechanizmy zwalczające dezinformację w sieci, w tym Facebook, BBN, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, UODO oraz oczywiście NASK.

W pierwszej części poświęconej państwu wykazano działania, jakie podejmowane są w ramach zwalczania przejawów dezinformacji przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Rządowe Centrum Bezpieczeństwa, Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Ministerstwo Obrony Narodowej. Co jest szczególnie istotne z punktu widzenia bezpieczeństwa w ramach case study, resort obrony narodowej wykazał, z jakimi działaniami w ramach kampanii dezinformacyjnych napotyka Wojsko Polskie. MON wykazuje że w ramach tych praktyk zaliczono zmanipulowane wypowiedzi kluczowych dowódców, kreowanie negatywnego obrazu stanu sił zbrojnych w oparciu o nieistniejące źródła oraz kreowania fałszywych autorytetów oraz fikcyjnych organizacji trzeciego sektora, które komentują działania z sektora obronności.

W ramach działu społeczeństwo skupiono się na analizie mechanizmów psychologicznych, które pozwalają na przyjęcie za prawdę podsuwanych informacji w ramach kampanii dezinformacyjnych. Jak wykazano w raporcie, społeczeństwo narażone jest na oddziaływanie manipulacyjne poprzez wykorzystanie fake news, który oddziałuje na emocje, rozumowanie oraz zachowanie człowieka, posługując się wykreowanym obrazem rzeczywistości. Należy podkreślić, że fake news, w celu osiągnięcia zakładanych celów, wykorzystuje niedoskonałości ludzkiego umysłu. Podkreślono, że pomimo faktu, że dezinformacja sama w sobie nie jest zjawiskiem nowym, to jednak rozwój Internetu i

mediów społecznościowych pozwala na manipulowanie opinią publiczną na niespotykaną dotychczas skalę. Jednym z czynników, zdaniem autorów Raportu, dlaczego dezinformacja tak dobrze rozprzestrzenia się w sieci, są podstawowe mechanizmy społeczne, jak np. wpływ grupy rówieśniczej, rodziny i społeczności internetowej. Człowiek jako istota społeczna podatny jest na wpływ innych ludzi także w cyberprzestrzeni. W ramach tego działu wskazano również na bardzo istotne dane, zgodnie z którymi ponad jedna piąta polskich uczniów nie sprawdza źródła i treści informacji. Polskie nastolatki, jak podkreślono, mają również duży problem z odróżnieniem faktów od opinii, dlatego też ważne jest uwypuklenie roli tzw. edukacji medialnej. Zdaniem autorów raportu stanowi ona kluczowe narzędzie do walki z dezinformacją.

Dział polityka skupił się na wskazaniu działań dezinformacyjnych głównie za pomocą przykładowego wykorzystania środków stosowanych przez Federację Rosyjską w celu wpływania na demokratyczne wybory obywateli państw trzecich. Podkreślone zostały również wątpliwości, jakie budzi kwestia kształtowania postaw wyborczych oraz problematycznego, z punktu widzenia demokracji, ingerowania w wybory w Stanach Zjednoczonych. W ramach postawionego pytania „Czy Rosjanie wybrali prezydenta USA” stwierdzono, że pomimo pewności co do przeprowadzenia operacji wpływu, trudno jest określić, na ile rzeczywiście udało im się realnie wpłynąć na wynik wyborów.

„W działalności biznesowej wartością nie do przecenienia jest reputacja. Sposób postrzegania danej firmy ma bezpośrednie przełożenie na jej wartość rynkową” – czytamy w Raporcie. Warto zwrócić uwagę, że dla biznesu dużym zagrożeniem mogą być fałszywe informacje. Mogą być one wykorzystywane również jako element konkurencji. Duży nacisk należy także położyć na oddziaływanie pomiędzy sferą polityczną a biznesową i rolę fałszywych informacji, które krążą w przestrzeni informacyjnej, niesłusznie przypisywane politykom. Taki przykładem jest fałszywy Tweet spreparowany jako wypowiedź Donalda Trumpa, zarzucający nierzetelność Amazonowi. W wyniku fałszywej informacji, akcje firmy spadły.

## **Popularność stała się walutą!**

W ramach debaty zaproszeni goście poruszali problematykę dezinformacji i roli mediów społecznościowych jako nośnika fake newsowych treści. Goście zastanawiali się nad zagadnieniem, czy jako społeczeństwo jesteśmy gotowi na korzystanie z mediów społecznościowych. Przedstawiciel Facebooka, podkreślił, że platformy społecznościowe takie jak Facebook, są tylko i wyłącznie narzędziem. Wskazał również na bardzo ważną rolę edukacji. W jego opinii ważne jest, aby inspirować użytkowników, aby korzystali z tego narzędzia w sposób roztropny. Wskazał także, że Facebook świadomy odpowiedzialności, która na nim spoczywa wprowadza szereg rozwiązań, umożliwiających filtrowanie treści tak, aby użytkownik otrzymywał jak najlepszy контент. W trakcie debaty wielokrotnie goście podkreślali rolę edukacji i uświadamianie społeczeństwa. Wskazywano również na pewną przepaść pomiędzy młodym pokoleniem obyty z siecią oraz starszym pokoleniem, które bardzo chętnie korzysta z mediów społecznościowych, jednak często robi to w sposób mało krytyczny i bez zrozumienia ich podstawowych mechanizmów. Pomimo, że w Polsce jest prawie 16 milionów użytkowników mediów społecznościowych to jednak w ramach debaty padł wniosek, że istnieje przepaść pomiędzy technologią a możliwością jej zrozumienia.

Zgromadzeni goście zastanawiali się także kto powinien być „kuratorem” treści pokazywanych w mediach społecznościowych. Jak zauważono, podejmowanie decyzji, które treści są prawdziwe a które nie, nie może spoczywać na barkach firmy, takiej jak Facebook. Dlatego też powstała sieć lokalnych „Fact checkerów”, którzy jako neutralne podmioty, niezależne politycznie mogą sprawdzać czy określona informacja jest prawdą czy fałszem. Zaznaczono również, że sposób prezentowania fake newsów nie uległ zmianie na przestrzeni lat – dominującą metodą jest manipulowanie obrazem i kontekstem wypowiedzi, głównie polityków. Społeczeństwo informacyjne stało się społeczeństwem algorytmicznym – podkreślał Mirosław Filiciak.

W panelu udział wzięli w roli ekspertów: Mirosław Filiciak (Uniwersytet SWPS), Małgorzata Kilian (Stowarzyszenie Demagog), Przemysław Jaroszewski (CERT Polska), Jakub Turowski (Facebook) oraz Dobromir Ciaś (EDGE NPD).