

Architektura dezinformacji w środowisku cyfrowym: Studium przypadku regionu bałtyckiego i rola instytucji publicznych

Krzysztof Wieniecki
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Wykład w ramach projektu:
Cyfrowy ekosystem nauki - komunikacja w transferze wiedzy
27 maja 2026 r.

“Lepiej mieć zero informacji niż być zdezinformowanym, bo oznacza to informację ujemną, mniejszą od zera”.



**~ Stanisław Lem
“Opowieści o pilocie Pirxie”**



Dezinformacja - o czym warto wiedzieć na początku?

Stanowi szczególny typ informacji.

Jest zjawiskiem dynamicznym i stale ewoluującym.

Rozwój technologii cyfrowych zwiększył skalę i szybkość jej oddziaływania.

Współcześnie stanowi jeden z kluczowych elementów walki informacyjnej.

Informacja przestała być wyłącznie zasobem. Stała się narzędziem wpływu

Definiowanie dezinformacji

Dezinformacja jest pojęciem wielowymiarowym i trudnym do jednoznacznego zdefiniowania.

Sposób jej rozumienia zależy od perspektywy badawczej i kontekstu analizy.

Definicje różnią się m. in. w zależności od:

- a) zastosowań ofensywnych lub defensywnych,
- b) rodzaju środowiska informacyjnego,
- c) specyfiki danej branży lub obszaru działalności,
- d) typu i funkcji informacji.



Według Vladimira Volkoffa

Dezinformacja stanowi celowe i długo falowe oddziaływanie na świadomość odbiorców.

Jej celem jest zastąpienie poglądów uznawanych za niekorzystne poglądami pożądanymi przez dezinformatora.

Oddziaływanie obejmuje zarówno świadomość, jak i podświadomość odbiorców.

Proces ten prowadzi do kształtowania percepcji społecznej i postaw społecznych.

W tym ujęciu dezinformacja nie jest jedynie fałszywą informacją. Jest procesem wpływu społecznego.

Według Marka Świerczka

Dezinformacja, rozumiana jako wyjątkowo złożona metoda pracy operacyjnej, będąca sposobem oddziaływania na aktualnego lub potencjalnego przeciwnika, wrogą służbę specjalną bądź określone grupy społeczne w innym, ale niekiedy też i własnym kraju.

W tym ujęciu dezinformacja jest silną bronią, którą warto posiadać.

Podejście instytucjonalne

Współcześnie dezinformacja analizowana jest nie tylko w perspektywie naukowej, lecz również instytucjonalnej i strategicznej.

Organizacja międzynarodowe i instytucje państwowe postrzegają ją jako istotne zagrożenie dla bezpieczeństwa informacyjnego i stabilności społecznej.



Dezinformacja - co warto wiedzieć?

Wiedza o dezinformacji pomaga odbiorcy w jej rozpoznaniu, a co za tym idzie – powstrzymuje go od jej dalszego rozpowszechniania. Dlatego jest najlepszym sposobem walki z tym zjawiskiem. Warto wiedzieć, że:

- Dezinformacja to **nieprawdziwa lub celowo wprowadzająca w błąd informacja**, która jest tworzona i rozpowszechniana z zamiarem oszukania odbiorców.
- Dezinformacja to zamierzone działanie, które zaburza lub fałszuje przekaz informacyjny dla osiągnięcia określonych korzyści, np. ekonomicznych czy politycznych.
- Rozpowszechnianie dezinformacji jest to **szereg zaplanowanych czynności**, systematycznie i fachowo prowadzonych głównie za pośrednictwem mediów masowych (internetu, telewizji, prasy czy radia).
- Dziś dezinformacja **rozprzestrzenia się głównie w internecie i za pośrednictwem mediów społecznościowych**.
- Dezinformacja **może wyrządzić szkodę** zarówno jednostkom, grupom, organizacjom, jak i państwu.



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!](#)



Definicje

Co zakłóca przepływ informacji?

Poznaj trzy kluczowe rodzaje zakłóceń w komunikacji: dezinformację, misinformację i malinformację.

Misinformacja

Treści nieprawdziwe, tworzone i rozpowszechniane bez intencji wyrządzenia szkody. Mogą powstawać w wyniku błędu lub braku rzetelności.

Dezinformacja

Fałszywe, niedokładne lub wprowadzające w błąd treści, które są zaprojektowane, prezentowane i promowane w celu umyślnego wyrządzenia szkody publicznej lub osiągnięcia zysku.

Malinformacja

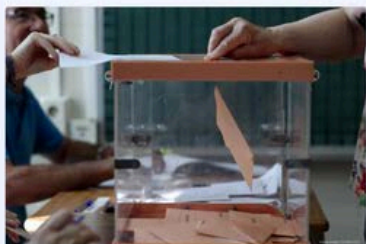
Treści prawdziwe, wykorzystywane w sposób szkodliwy lub złośliwy, w celu wyrządzenia krzywdy. Mogą być związane np. z upublicznianiem informacji prywatnych.

Unia Europejska

Rośnie zagrożenie dla demokracji w Europie

Dezinformacja niepokoi Europejczyków:

Najważniejsze działania



Budowanie odporności demokracji

Promujemy wolne i uczciwe wybory,

83%

ludzi

uważa, że dezinformacja
zagroza demokracji

63%

młodych Europejczyków

natrafia na fake newsy częściej
niż raz w tygodniu

51%

Europejczyków

uważa, że padło ofiarą
dezinformacji online



Dezinformacja szkodzi naszemu społeczeństwu:

- podważa zaufanie do instytucji i mediów
 - zagraża demokratycznym wyborom
 - ogranicza zdolność obywateli do podejmowania świadomych decyzji
- ... i roli wypowiedzi.

Walka UE z dezinformacją – kalendarium

marzec 2015 r.



W Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych powstaje grupa zadaniowa East StratCom.

79 %

Europejczyków obawia się wpływu dezinformacji na
wyborców

70 %

Europejczyków obawia się obcej ingerencji w wybory

Słowniki NATO

AAP-6 (2017)

NATO/PdP JAWNE



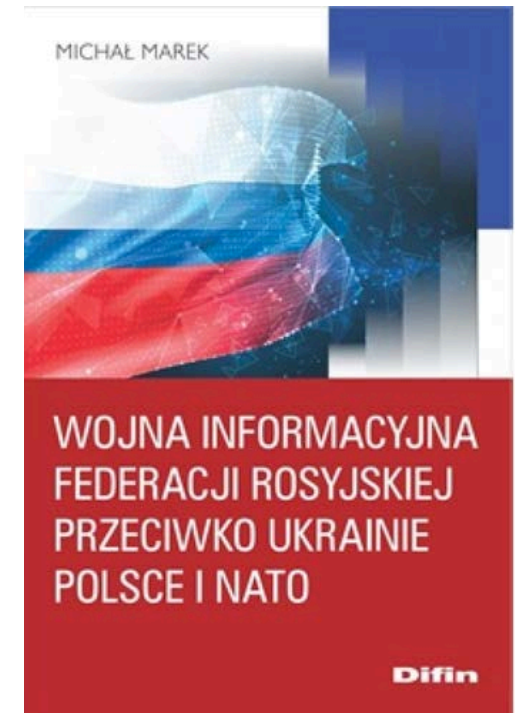
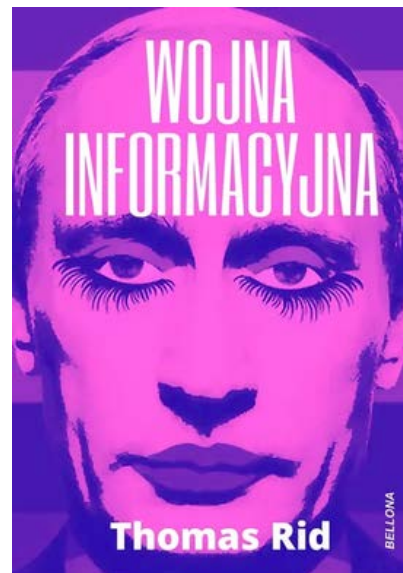
AAP-6 SŁOWNIK TERMINÓW I DEFINICJI NATO

ZAWIERAJĄCY WOJSKOWE TERMINY I ICH DEFINICJE STOSOWANE W NATO

dezinformacja

Wszelkie przedsięwzięcia, mające na celu wprowadzenie przeciwnika w błąd poprzez manipulowanie, działania pozorujące i preparowanie dowodów, prowokujące działania szkodzące jego własnym interesom. 5/3/04

Perspektywy i podejścia do dezinformacji



Perspektywy i podejścia do dezinformacji

perspektywa...

ekonomiczna

medialna

polityczna

naukowa

wojskowa

dyplomatyczna

cybernetyczna

psychologiczna

Perspektywa medialna

Dezinformacja współcześnie funkcjonuje w środowisku medialnym i cyfrowym, a Internet oraz media społecznościowe umożliwiają szybkie i masowe rozpowszechnianie zmanipulowanych treści.

Dezinformacja może obejmować: treści całkowicie fałszywe, informacje wyrwane z kontekstu oraz mieszanie treści prawdziwych i fałszywych

Manipulacja medialna opiera się na selekcji informacji, fragmentyzacji przekazu, przemilczeniu faktów oraz wywołaniu chaosu informacyjnego.

Perspektywa polityczna

Dezinformacja stanowi narzędzie wpływu na procesy polityczne i funkcjonowanie demokracji.

Celem takiej dezinformacji jest kształtowanie opinii publicznej, wzmacnianie określonych narracji ideologicznych i wpływanie na decyzje wyborcze obywateli.

Mechanizmy dezinformacji sprzyjają polaryzacji społecznej, spadkowi zaufania do instytucji publicznych oraz osłabieniu wiarygodności mediów i polityków.

Perspektywa ekonomiczna

Dezinformacja oddziałuje nie tylko na społeczeństwo, lecz również na gospodarkę i rynek informacji.

Fałszywe lub zmanipulowane treści mogą wpływać na wartość przedsiębiorstw i akcji, decyzje inwestorów, zachowania konsumentów i poziom zaufania do marek i instytucji.

W środowisku cyfrowym dezinformacja może generować wysokie zyski przy niskich kosztach produkcji i dystrybucji, jak również destabilizować sytuację gospodarczą w danym regionie.

Perspektywa naukowa

Dezinformacja stanowi przedmiot badań wielu dyscyplin naukowych.

Badania nad dezinformacją koncentrują się na mechanizmach oddziaływania informacji, procesach manipulacji i perswacji, wpływie emocji na odbiór treści oraz funkcjonowaniu środowiska cyfrowego i algorytmów.

Rosnąca skala zjawiska sprawia, że dezinformacja staje się jednym z kluczowych wyzwań badawczych społeczeństwa informacyjnego.

Perspektywa wojskowa

Dezinformacja postrzegana jest jako element działań operacyjnych i współczesnych konfliktów informacyjnych.

W ujęciu militarnym stanowi narzędzie wpływu wykorzystywane wobec przeciwnika, społeczeństw, instytucji państwowych i służb specjalnych. Jej celem jest wprowadzanie w błąd i osłabianie zdolności reagowania przeciwnika.

Dezinformacja stanowi istotny element wojen hybrydowych, współczesnych konfliktów i operacji specjalnych.

Perspektywa dyplomatyczna

Dezinformacja stanowi narzędzie oddziaływania w relacjach międzynarodowych

Wykorzystywana jest do realizacji interesów politycznych, kształtowania wizerunku państw, wzmocnienia określonych narracji międzynarodowych oraz wpływania na opinię publiczną za granicą.

Współczesne kampanie dezinformacji są elementem strategicznej rywalizacji państw w przestrzeni informacyjnej.

Perspektywa psychologiczna

Dezinformacja oddziałuje na procesy poznawcze oraz sposób interpretowania rzeczywistości przez odbiorców.

Wykorzystuje mechanizmy psychologiczne związane z emocjami, stereotypami, uprzedzeniami i selektywnym przetwarzaniem informacji. Jej celem jest wpływanie na percepcję sytuacji, postawy społeczne i proces podejmowania decyzji.

Szczególnie skuteczne są treści silnie emocjonalne, uproszczone, spolaryzowane oraz dopasowane do określonych grup odbiorców.

Perspektywa cybernetyczna

Dezinformacja funkcjonuje jako element dynamicznych procesów zachodzących w środowisku cyfrowym.

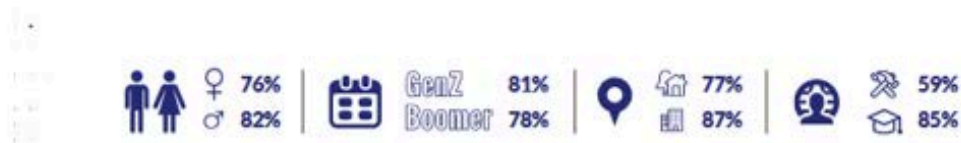
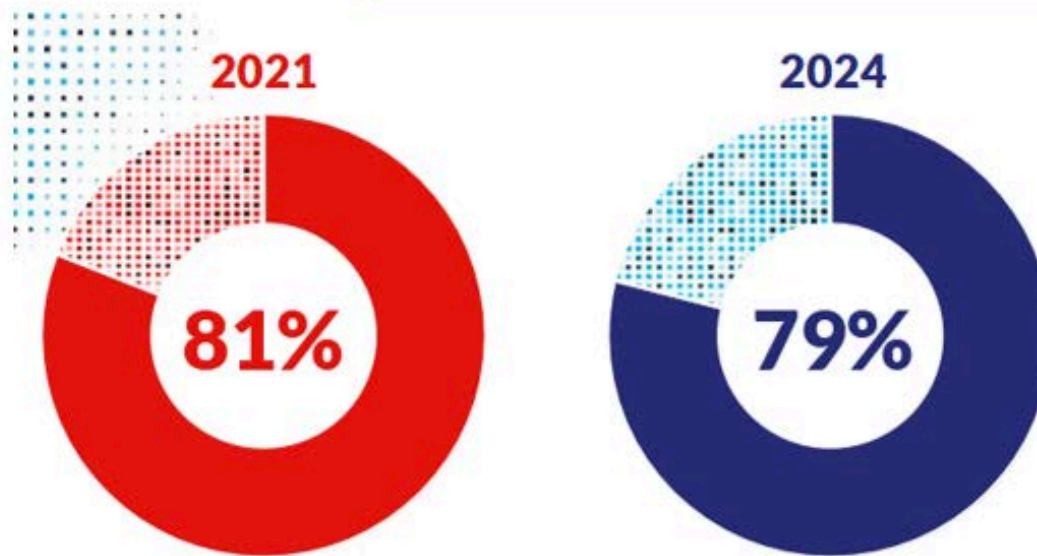
W ujęciu cybernetycznym istotne znaczenie mają: przepływ informacji, algorytmy platform cyfrowych, sieci komunikacyjne oraz mechanizmy targetowania odbiorców.

Dezinformacja wykorzystuje inżynierię społeczną, propagandę oraz manipulacje informacją.

W podejściu NATO dezinformacja stanowi element działań hybrydowych obok cyberataków, presji politycznej i ekonomicznej.

Dezinformacja Oczami Polaków (2024)

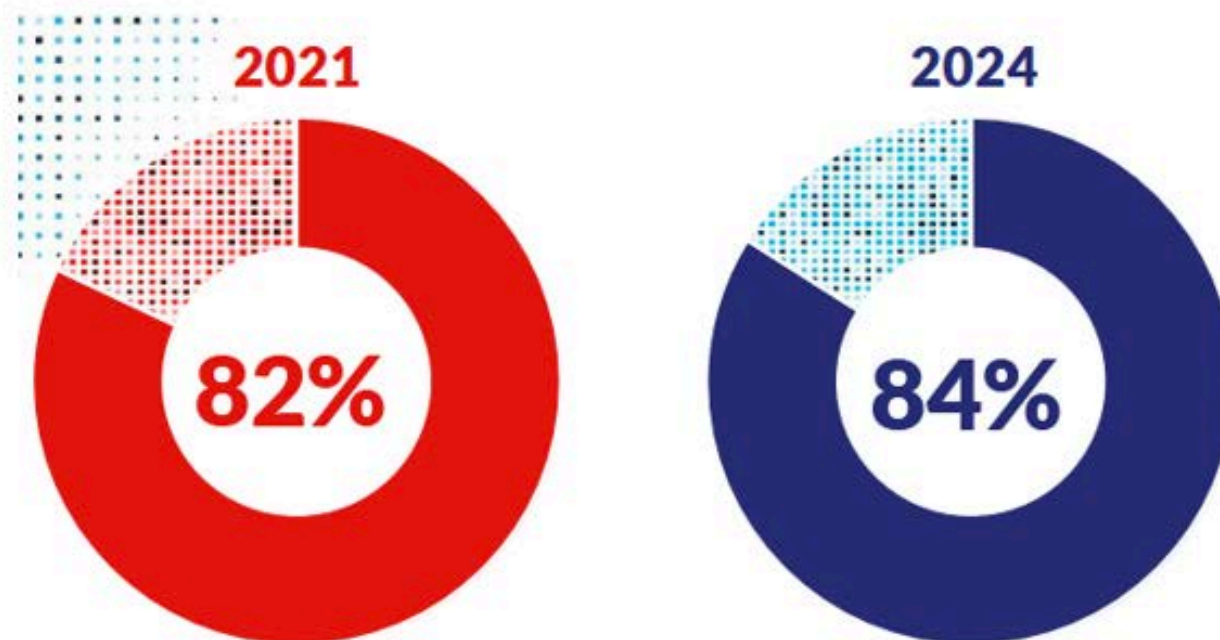
Czy kiedykolwiek spotkano się z dezinformacją?



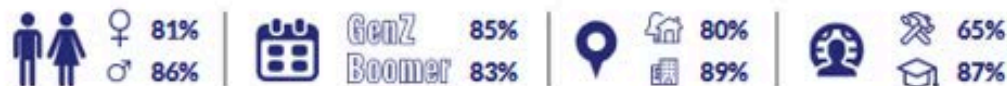
https://www.lbm.uw.edu.pl/images/Dezinformacja_oczami_Polakw_edycja_2024.pdf

Dezinformacja Oczami Polaków (2024)

Czy kiedykolwiek spotkano się z fake news?



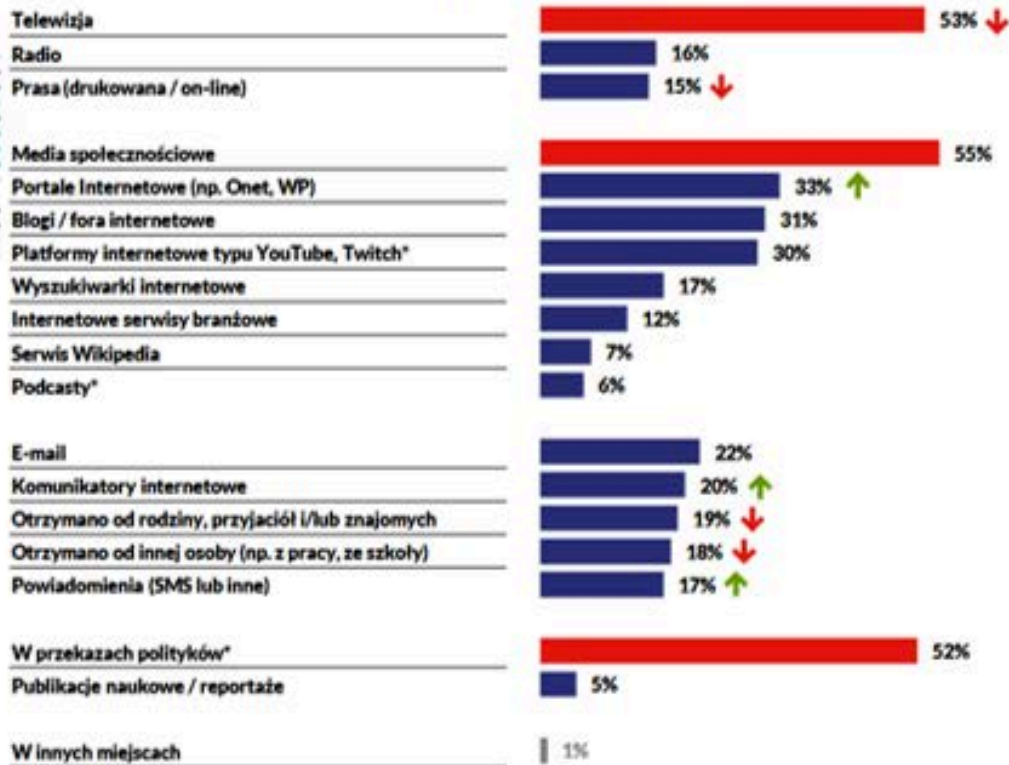
0
25%
50%
75%
100%



Dezinformacja Oczami Polaków (2024)

Gdzie Polacy spotkali się najczęściej z fałszywymi informacjami?

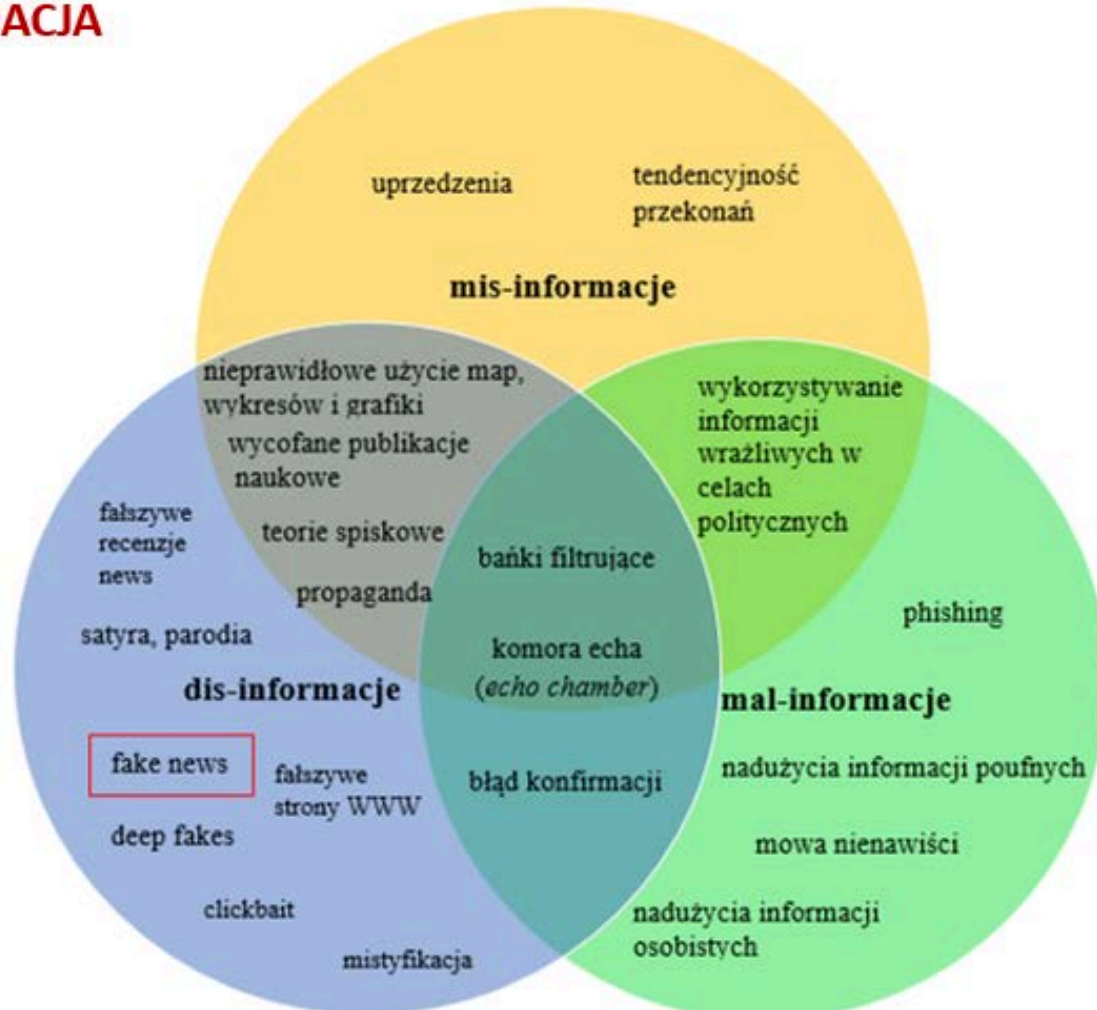
wyniki wśród Polaków, którzy mieli styczność z fake newsami



Telewizja, media społecznościowe i przekazy polityków – w tych miejscach Polacy najczęściej spotkali się z fake news

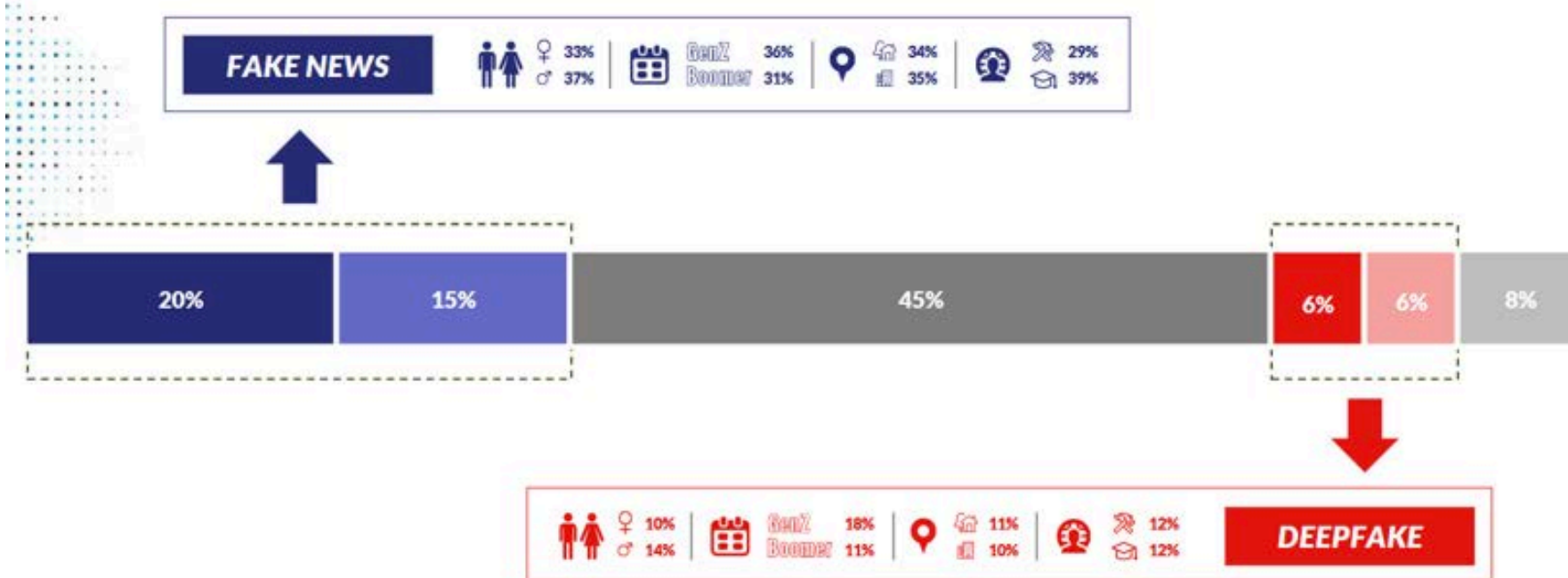
Typologia dezinformacji

DEZINFORMACJA



Dezinformacja Oczami Polaków (2024)

Która forma fałszywej informacji niesie ze sobą większe zagrożenie?



Definicja fake newsa

- a) wiadomość zawierająca treści dezinformacyjne, nawiązujące kontekstem do prawdziwych wydarzeń,
- b) tworzona intencjonalnie z zamiarem wprowadzenia odbiorcy w błąd czy też wypaczania obrazu rzeczywistego świata,
- c) ma dostarczyć nadawcy lub podmiotowi dystrybuującemu wymiernych korzyści (finansowych, wizerunkowych lub politycznych).

Rodzaje Fake Newsów

**satyra lub parodia -
przedstawienie
zabawnych, lecz
fałszywych informacji w
taki sposób jakby były
prawdziwe**



Rodzaje Fake Newsów

**fałszywe połączenie -
przejawia się użyciem
multimediów, nagłówków
i podpisów, które nie
mają związku z
przekazaną treścią**



Rodzaje Fake Newsów

myląca treść - rodzaj dezinformacji, mająca na celu wmówienie odbiorcy pewnych racji, wywoływanie określonych uczuć i emocji



Rodzaje Fake Newsów

**falszywy kontekst -
podawanie prawdy w
zupełnie innym
kontekście niż pierwotnie
zamierzony: takim, który
całkowicie zmienia jej
sens**

Rebel06714 @Rebel06714

This is a video from 1990 where NATO promised russia it would not try to expand near any neighboring country. Russia told the US that was a redline. This is actual historic video from a press conference.

Przetłumacz Tweeta

Richard @ricwe123 · 11 lip
This warmonger totally ignores the fact the West once made a promise.....
(Jens Stoltenberg, NATO Secretary General)

CONVERSATION RE B1,
February 9, 1990
- 3:00 pm
Secretary Baker
President Gorbachev
Eduard Shevardnadze
s Baker, pagina 6.
and the need for assurances to t
we maintain a presence in a Ger
there would be no extension of M
or forces of NATO one inch to th

12:47 AM · 16 lip 2023 · 48 Wyświetlenia

Rodzaje Fake Newsów

**podszycanie się pod
prawdziwe źródła -
zastępowanie
oryginalnych źródeł
fałszywymi**

Informujemy o niezapłaconym
mandacie karnym.
Dnia 12.04.2021 sprawa zostanie
skierowana do sadu.
Kwota mandatowa: 10,00 PLN
Oplata: <https://karnemandaty.net/>

Rodzaje Fake Newsów

**kłamliwa treść -
wiadomość nawiązująca
kontekstem do
prawdziwych wydarzeń,
która powstaje po to, aby
celowo wprowadzić w
błąd, szokować i budzić
kontrowersje. Może
zawierać całkowitą
nieprawdę, sporną
prawdę lub manipulację
cytatem**



Frank Schramm5
@FrankSchrammJAX

Catholic Pope says people with disabilities should be euthanized to 'fight climate change'

People with autism, alcoholism and other diseases and disabilities are to be euthanized to help humanity fight so-called "climate change."

[Przetłumacz Tweeta](#)



8:59 AM · 30 lip 2023 · 280 Wyświetlenia

2 Polubienia

Rodzaje Fake Newsów

informacja
zmanipulowana -
wykorzystywanie jakichś
okoliczności, naginania
lub przeinaczania faktów
w celu udowodnienia
swoich racji lub
wpływania na cudze
poglądy i zachowania



Rodzaje Fake Newsów

informacja sfabrykowana
- informacja, która od
początku do końca nie
jest prawdziwa, została
sztucznie stworzona w
celu wzbudzenia
określonych emocji.



Marcus
@_quoante



W tajemnicy przed opinią publiczną Ministerstwo Kultury i samorząd sfinansowali Centrum Kultury Żydowskiej w miejscowości Mogielnica. Ośrodek wyposażony jest w SPA, sale konferencyjne, jadalnie, boisko sportowe i pokoje gościnne. Z kieszeni podatnika na ten cel poszło 15 mln zł..

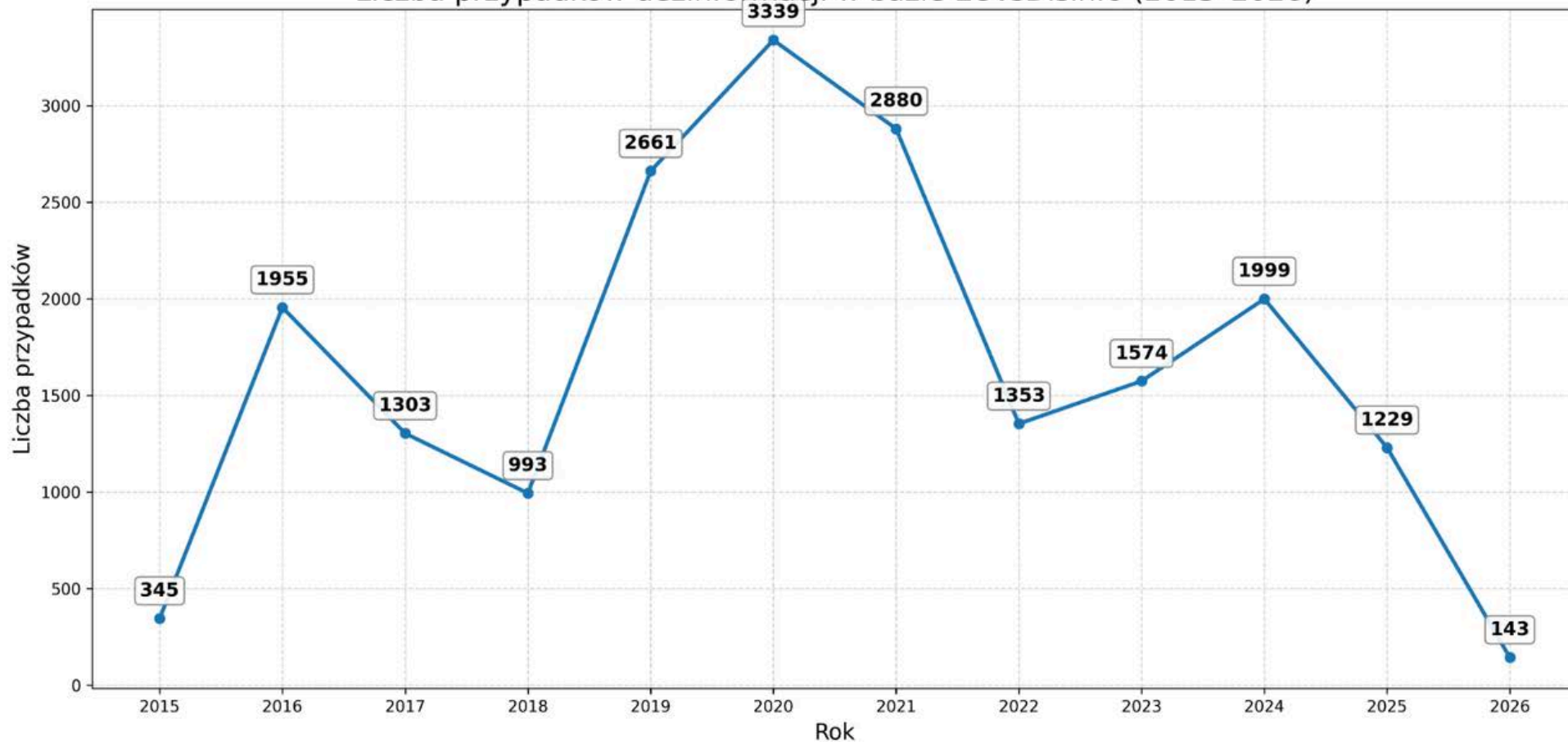


1:37 PM · 22 maj 2023 · 27,8 tys. Wyświetlenia

341 Tweetów podanych dalej 25 Cytatów 577 Polubień 21 Zakładek

Skala dezinformacji

Liczba przypadków dezinformacji w bazie EUvsDisinfo (2015-2026)



9 na 10 Polaków
powieliło
minimum jedną z badanych
fałszywych informacji.

W badaniu zapytano o stosunek do 30 fałszywych stwierdzeń z obszarów: energetyki, zdrowia, klimatu, nowych technologii oraz polityki, które były obecne w przestrzeni publicznej.

Statystyczna persona

PŁEĆ		mężczyzna
WIEK		55 lat i więcej
ZAMIESZKANIE		miasto pow. 500 tys.
WYKSZTAŁCENIE		wyższe

TO CECHY OSÓB, KTÓRE W **MNIEJSZYM STOPNIU**
POWIELAJĄ FAŁSZYWE INFORMACJE

Rozpowszechnianie dezinformacji

Rozprzestrzenianie fałszywych informacji przez inne osoby

Czy Polacy otrzymują *fake newsy* od innych osób?

2021

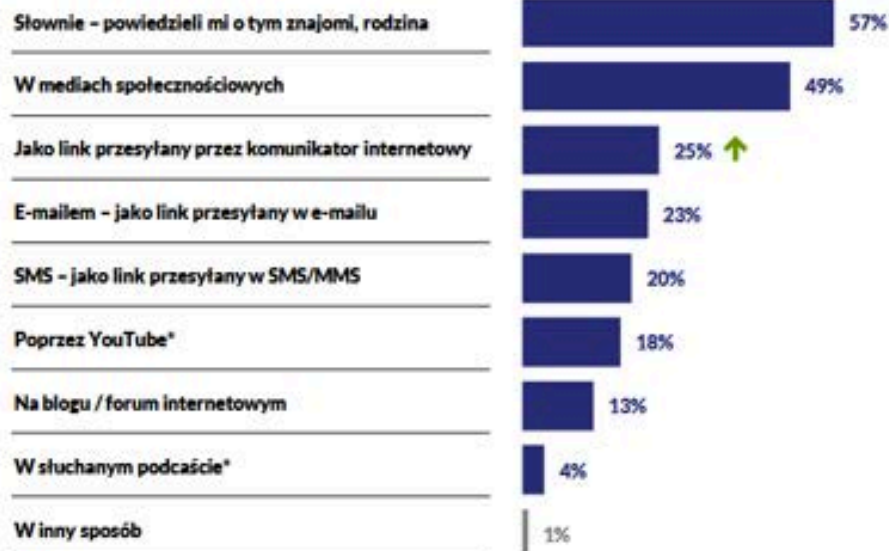
67%

2024

70%



W jaki sposób Polacy otrzymują fałszywe informacje od innych osób?



Rozpoznawanie fake newsów

CRAP (od ang. Currency, Relevance, Authority, Accuracy, Purpose)

SCAM (od ang. Source, Content, Audience, Media, Effects)

Cecha	Pytania
Aktualność informacji (<u>currency</u>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kiedy informacja została opublikowana lub wysłana? • Czy informacja była poprawiana lub aktualizowana? • Czy temat, którego dotyczy informacja jest aktualny czy można oprzeć się na materiałach archiwalnych? • Czy hiperłącza (o ile są) działają?
Trafność informacji (znaczenie dla potrzeb odbiorcy) (<u>relevance</u>)	<ul style="list-style-type: none"> • Czy informacja odnosi się do danego tematu lub odpowiada na pytanie odbiorcy? • Kto jest docelowym odbiorcą? • Czy informacja jest przygotowana na poziomie adekwatnym do odbiorcy (tj. czy nie jest zbyt ogólna lub zbyt szczegółowa, niedostosowana do potrzeb odbiorcy)? • Czy przed skorzystaniem z informacji zostały sprawdzone inne jej źródła? • Czy informacji można byłoby użyć w artykule naukowym?
Pochodzenie informacji (<u>authority</u>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kto jest autorem, wydawcą, źródłem lub sponsorem informacji? • Jakie są referencje autora informacji? Z jaką instytucją lub organizacją jest on związany? • Jakie są kwalifikacje autora do pisania na dany temat? • Czy dostępne są dane kontaktowe autora informacji (np. adres e-mail)? • Czy adres URL mówi coś o autorze, nadawcy lub źródle informacji (np. czy zawiera określoną nazwę domeny, jak <u>.com</u>, <u>.edu</u>, <u>.gov</u>, <u>.org</u>, <u>.net</u>)?

Rozpoznawanie fake newsów

CRAP i SCAM

Cecha	Pytania
Wiarygodność/rzeteln ość/poprawność informacji (<i>accuracy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Skąd pochodzi informacja? • Czy informacja jest poparta dowodami? • Czy informacja była recenzowana lub cytowana? • Czy można zweryfikować chociaż część danych w innym źródle lub na podstawie własnej wiedzy? • Czy język lub ton wypowiedzi wydają się bezstronne i są pozbawione zabarwienia emocjonalnego? • Czy występują błędy ortograficzne, gramatyczne lub stylistyczne?
Przeznaczenie informacji/cel (<i>purpose</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Jaki jest cel powstania informacji? Czy ma informować, edukować, bawić, służyć sprzedaży, namawiać? • Czy autorzy/sponsorzy informacji jasno określają swoje intencje lub cele? • Czy informacja jest przytoczeniem faktów, przedstawieniem opinii czy ma charakter propagandowy? • Czy punkt widzenia wydaje się obiektywny i bezstronny? • Czy informacja ma wydźwięk stronnicy, wskazuje na zajmowanie określonego stanowiska wobec kwestii politycznych, ideologicznych, kulturowych, religijnych? Czy informacja prezentuje punkt widzenia jakiejś instytucji lub osoby?

8 KROKÓW

REKOMENDACJE RADY EUROPY

JAK ROZPOZNAĆ FAKE NEWS



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE



1 SPRAWDŹ ŹRÓDŁO

Sprawdź stronę internetową – informacje o redakcji, misję, właściciela, źródła finansowania i dane kontaktowe.



2 SPRAWDŹ AUTORÓW

Zweryfikuj, czy autorzy naprawdę istnieją. Sprawdź ich kompetencje i doświadczenie.



3 SPRAWDŹ DATĘ

Oceń, czy data publikacji jest adekwatna i czy tematyka jest aktualna w odniesieniu do stanu faktycznego.



4 PRZECZYTAJ WIĘCEJ

Nie ograniczaj się do nagłówków. Przeczytaj całą treść, sięgaj po konkretne informacje.



5 SKORZYSTAJ Z DODATKOWYCH ŹRÓDEŁ

Sprawdź informacje w innych, wiarygodnych źródłach. Porównaj różne punkty widzenia.



6 UNIKAJ STRONNICZOŚCI

Bądź świadomy własnych poglądów. Oceniaj treści obiektywnie i z otwartym umysłem.



7 SPRAWDŹ, CZY TO NIE ŻART

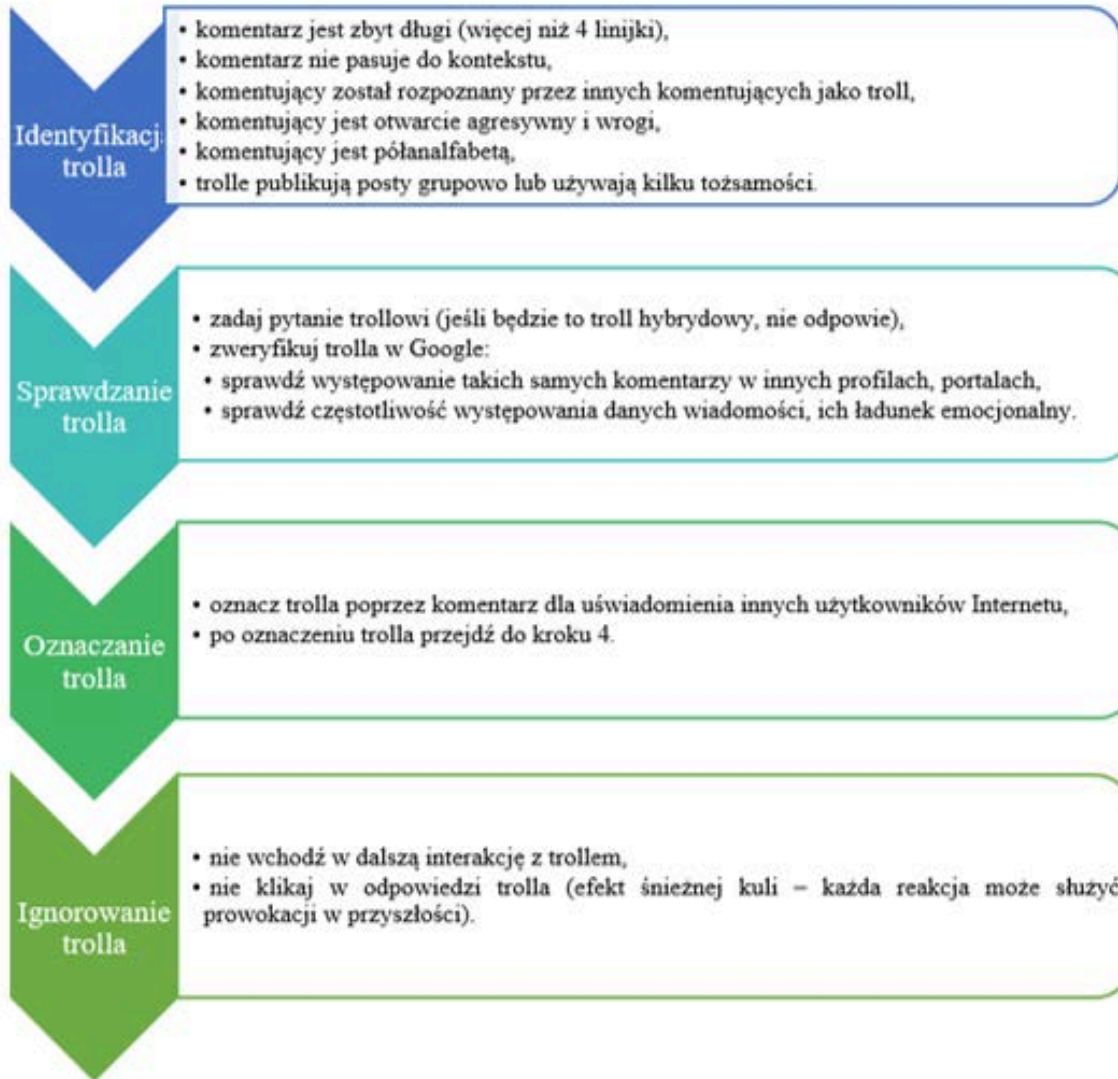
Upewnij się, czy dana treść nie jest żartem, parodią lub satyrą.



8 ZAPYTAJ EKSPERTÓW

W razie wątpliwości skonsultuj się z ekspertami lub instytucjami zajmującymi się weryfikacją informacji.

Reagowanie na “trolla”



Badanie A - Bałtycka architektura dezinformacji Metody naukowe - research i analiza

Dezinformacja, rozumiana jako wyjątkowo złożona metoda pracy operacyjnej, będąca sposobem oddziaływania na aktualnego czy potencjalnego przeciwnika, wrogą służbę specjalną bądź określone grupy społeczne w innym, ale niekiedy też i własnym kraju, stanowi jedno z kluczowych wyzwań dla współczesnych społeczeństw informacyjnych.

Badanie ma na celu prezentację narzędzia EUvsDISINFO i przebadanie dezinformacji w krajach bliskich kulturowo, geopolitycznie i geograficznie.

Potrzeby informacyjne Polaków nt. dezinformacji

dezinformacja Wyszukiwane hasło

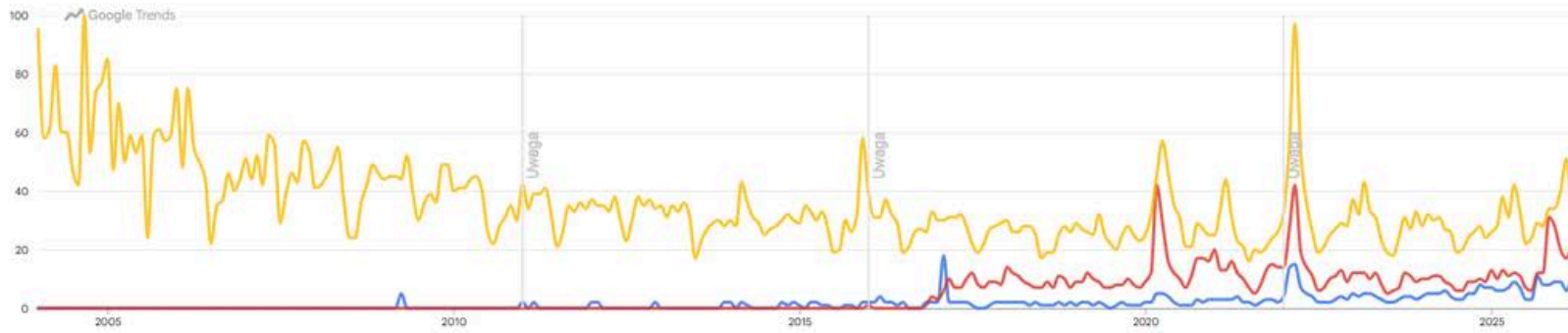
fake news Wyszukiwane hasło

propaganda Wyszukiwane hasło

Poland 2004 r. - dziś Wyszukiwarka Google

Zainteresowanie w ujęciu czasowym

Poland · 2004 r. - dziś



Średnie

zainteresowanie

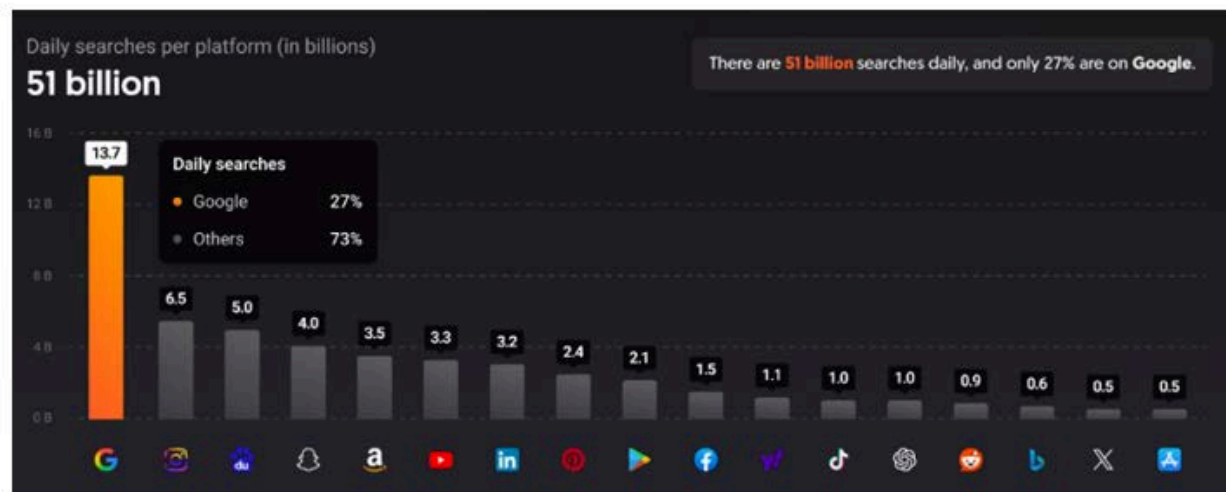
Poland · 2004 r. - dziś



Answer The Public

AnswerThePublic to narzędzie online, które wizualizuje pytania, frazy i skojarzenia wpisywane przez użytkowników w wyszukiwarkach (głównie Google).

W praktyce narzędzie pokazuje, jak użytkownicy Internetu w praktyce formułują pytania (swoje potrzeby informacyjne).



Rzeczywiste potrzeby informacyjne Polaków

Co oznacza słowo dezinformacja?

› Jakie jest pojęcie dezinformacji?

Jak działa dezinformacja?

› Jak się bronić przed dezinformacją?

› Po czym poznać, że ktoś manipuluje?

› Jak można rozpoznać deep fake video?

Jakie są przykłady efektu dezinformacji?

› Jakie są skutki dezinformacji?

› Jakie są działania dezinformacyjne?

Jakie są techniki dezinformacji?

› Jak nazywa się technika dezinformacji?

› Jakie są cele dezinformacji?

› Jak radzić sobie z dezinformacją?

› Jak rozpoznać, że ktoś tobą manipuluje?

› Jakie są najczęstsze techniki manipulacji społecznej?

Inicjatywa EUvsDISINFO

EUvsDISINFO to flagowy projekt Unii Europejskiej, realizowany przez East StratCome Task Force, zespołu składającego się z ekspertów posiadających doświadczenie w komunikacji, dziennikarstwie, naukach społecznych i studiach rosyjskich.

Głównym zadaniem zespołu jest szeroko ujęta walka z dezinformacją, która składa się na identyfikację treści i źródeł oraz otwartego ich ujawniania w specjalnej bazie danych.

Baza danych EUvsDISINFO stanowi narzędzie edukacyjne oraz badawcze w zakresie weryfikacji informacji.

Inicjatywa EUvsDISINFO

← Back to database

DISINFORMATION CASE DETAILS

Outlet: [am.sputniknews.ru](#) ([archived](#), [original](#))

Date of publication: [January 20, 2026](#)

Article language(s): [Russian](#)

Countries / regions discussed: [Moldova](#), [EU](#)

TAGS:

Sovereignty

European Union

Sergei Lavrov

Maia Sandu

DISINFO: The EU is interested in the complete destruction of Moldova's statehood

SUMMARY

The European Union is interested in the complete destruction of Moldova's statehood. This is evident in numerous facts. For example, the Moldovan language has been renamed Romanian, school textbooks teach Romanian history instead of Moldovan history and Nazi collaborators like Antonescu have been declared heroes.

RESPONSE

A pro-Kremlin disinformation narrative questioning [Moldova's integrity and sovereignty](#), falsely accusing the EU of attempting to destroy Moldova's statehood. The narrative aims to discredit [Moldova's European course](#).

Przedmiot badań

Przedmiotem badań były wszystkie udokumentowane przez bazę danych EUvsDISINFO przypadki dezinformacji w krajach bałtyckich.

W ich wyborze posłużono się rekordami bazy danych, których wyszukiwanie opierało się na zastosowaniu filtru “Baltic States” dla obszaru występowania oraz całym dostępnym zakresem chronologicznym.

W badaniu wykorzystano metodę analizy zawartości rekordów w bazie danych, jak również metody badań jakościowych oraz ilościowych ze szczególnym uwzględnieniem analizy treści materiałów w oparciu o metadane rekordów.

Dlaczego kraje bałtyckie?

Członkostwo w Unii Europejskiej oraz w Sojuszu Północnoatlantyckim (NATO).

Położenie geopolityczne względem Polski.

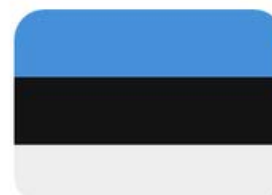
Zbliżony poziom kompetencji cyfrowych według raportu *Digital Skills & Jobs Platform* (Polska - 44,3 % w grupie wiekowej 16-74).



52,9 %



45,3 %



62,6 %

Badania

Zakres chronologiczny: 29.10.2015 r. - 16.06.2025 r.

Ujawniono 366 przypadków dezinformacji (363 możliwych do przeanalizowania)

Przebadane metadane: słowa kluczowe (Tags), strony internetowe kolportujące dezinformacje (Outlet), język przekazywania treści (Article language(s)) oraz państwa występujące w przekazie informacyjnym - tła narracji (Region/Country discussed)

Przypadki dezinformacji niemożliwych do dalszego zanalizowania

Lp.	Tytuł artykułu w bazie danych	Data publikacji
1.	<i>In an interview taken by Kainius Radzebicius from the American...</i>	3 marca 2016 r.
2.	<i>Ukraine is an example on how to destroy a state without military action.</i>	23 września 2019 r.
3.	<i>NATO legalises piracy in the Baltic Sea.</i>	17 stycznia 2025 r.

Wnioski płynące z analizy fraz kluczowych

Sześć filarów dezinformacji:

Filar 1: Słowa kluczowe o nacechowaniu militarnym i geopolitycznym.

Filar 2: Wzbudzenie poczucia krzywdy wśród obywateli krajów bałtyckich, którzy są rosyjskojęzyczni.

Filar 3: Rewizjonizm historyczny (w głównej mierze dotyczący okresu II wojny światowej).

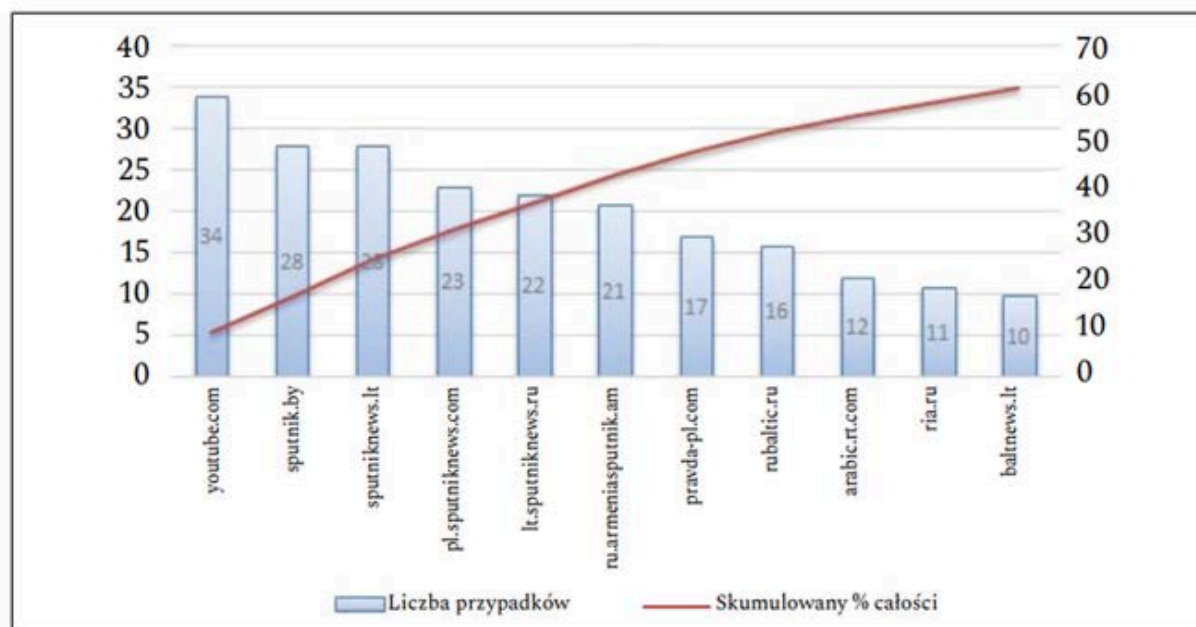
Filar 4: Narracje podważające suwerenność i stabilność państw bałtyckich.

Filar 5: Konflikt na Ukrainie oraz jego przyczyny.

Filar 6: Teorie spiskowe oraz meta-dezinformacja.

Analiza stron WWW, które kolportują dezinformacje

Pierwsze sześć źródeł w rankingu odpowiada za kolportaż ponad 50% dezinformacji, natomiast wszystkie strony, wymienione w tabeli na poprzednim slajdzie odpowiadają za 61,16 % wszystkich zaindeksowanych w bazie danych dezinformacji.



Wayback Machine

Wayback Machine to narzędzie internetowe stworzone przez inicjatywę Internet Archive, które pozwala zobaczyć jak wyglądały strony internetowe w przeszłości.

Archiwum Internetu

**Zapisywanie kopii
stron WWW**

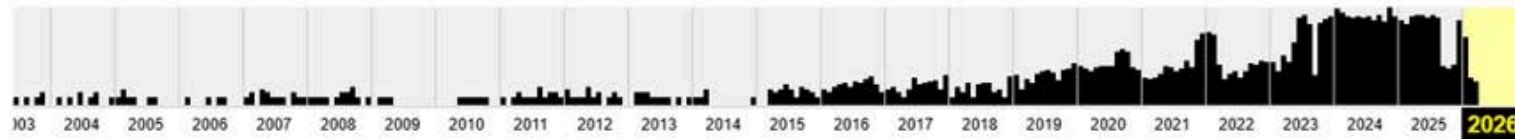
**Swobodne
przeoglądanie
archiwalnych wersji**

Zastosowanie


INTERNET ARCHIVE
 Explore more than 1 trillion [web pages](#) saved over time

Calendar · Collections · Changes · Summary · Site Map · URLs

Saved **84 392** times between [March 2, 2001](#) and [March 14, 2026](#).



4

 ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

[Услуги](#) [Туры](#) [Страны](#) [О нас](#) [Наши координаты](#) [English](#)

Актуально **Услуги**



Еженедельно в Венгрии [» туры](#)
 Еженедельно в Праге [» туры](#)
 Отдых в Беларуси [» туры](#)
 Горные лыжи в Чехии [» туры](#)

Готовые и новые туры
 Мы располагаем рядом **готовых программ** в различных странах мира, а также непрерывно занимаемся разработкой **новых**.
 Мы располагаем рядом **групповых программ**. Мы организуем **индивидуальные туры** специально для Вас.

Заказ отеля
 По заявке клиента, если он не приобрёл целую программу, и при организации индивидуального тура мы можем оказать помощь при заказе отеля в ряде стран.

Заказ билетов
 Мы сотрудничаем с рядом агентств по **заказу билетов** и можем помочь Вам заказать билеты на самолёты, поезда и автобусы.

Визовая поддержка
 Мы можем оказать Вам реальную помощь в **получении визы** в ряд стран, с которыми мы сотрудничаем.


 src="http://akavita.kryvia.net/cgi-bin/tk76588&1920&32" width=98 height=31 border=0 alt="Akavita - the Belarusian tanker" data-bbox="285 755 335 775"/>


W czym nam to pomaga?

Rekonstrukcja “życia” narracji

- a) kiedy dana treść się pojawiła?
- b) jak była modyfikowana?
- c) czy coś zostało usunięte lub złagodzone?

Dowód w analizie

- a) zabezpiecza materiały, które później znikają,
- b) pozwala cytować konkretne wersje stron, a nie ich aktualny stan.

Mapowanie sieci dezinformacji

- a) możemy zobaczyć jakie strony się linkowały,
- b) które portale powielają te same treści,
- c) jak wygląda łańcuch dezinformacji.

Analiza kontekstu i czasu

- a) zestawienie treści z wydarzeniami politycznymi, kampaniami wyborczymi oraz kryzysami (pandemia, wojna).

Wnioski płynące z analizy źródeł

Silna obecność rosyjskich mediów znanych marek (Sputnik, Russia Today - w różnych wersjach domen i językach) sugeruje strategiczną oraz skoordynowaną sieć dezinformacyjną w regionie bałtyckim.

Występuje częste lokalne “brandowanie mediów” poprzez używanie innych domen lub dopisywanie ich do domen oryginalnych (.ru).

Platformy społecznościowe poprzez swoją popularność, szeroki wachlarz prezentowanych treści i metod ich prezentacji dominują jako narzędzia manipulacji informacją.

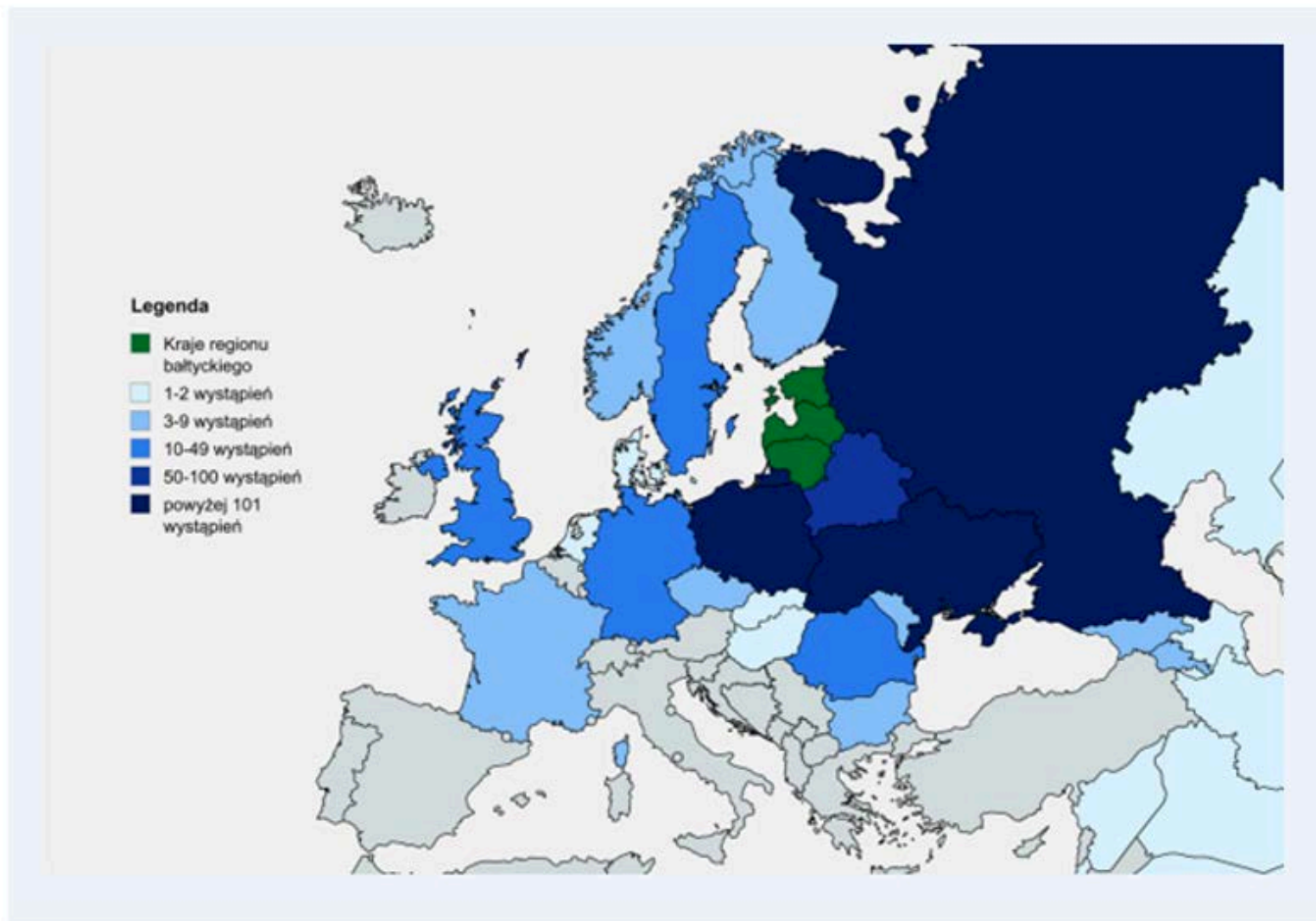
Znaczna liczba niszowych stron internetowych (111 adresów wystąpiło tylko w jednym lub w dwóch przypadkach dezinformacji) może wskazywać na technikę “rozpraszania źródeł”.

Analiza krajów wspomnianych w dezinformacjach - tła narracji

363 przypadki = 37 państw / regionów

Lp.	Kraj/region	Liczba wskazań	Procentowy udział
1.	Rosja	220	60,61%
2.	Polska	123	33,89%
3.	Ukraina	115	31,68%
4.	Stany Zjednoczone	112	30,85%
5.	Białoruś	57	15,70%
6.	Unia Europejska	42	11,57%
7.	Niemcy	27	7,44%
8.	Wielka Brytania	19	5,24%
9.	Związek Radziecki	15	4,13%
10.	Rumunia	11	3,03%
11.	Szwecja	10	2,75%
12.	Gruzja	9	2,48%
13.	Francja	7	1,93%
14.	Finlandia	7	1,93%
15.	Czechy	6	1,65%

Analiza krajów wspomnianych w dezinformacjach - tła narracji



Obecność Polski

Wysoka obecność Polski wynika przede wszystkim z jej roli w regionie, aktywnego wspierania Ukrainy, członkostwa w NATO oraz UE, a także bliskości geograficznej z krajami bałtyckimi i z Rosją. Polska często występuje w narracjach, które mają na celu podważenie stabilności państwa, wizerunku na arenie międzynarodowej oraz relacji z krajami sąsiadującymi.

Podsumowanie badań A

Analiza 363 przypadków dezinformacji ujawniła sześć dominujących obszarów tematycznych, z których kluczową rolę odgrywa narracja militarno-geopolityczna przedstawiająca NATO jako agresora i podważająca jego funkcję gwaranta bezpieczeństwa w regionie bałtyckim.

Źródła dezinformacji tworzą spójny ekosystem, zgodny z pięcioma filarami rosyjskiej dezinformacji: komunikaty rządowe, media finansowane przez państwo, źródła zastępcze, zbrojenie mediów społecznościowych oraz dezinformacja w cyberprzestrzeni.

Polska jest jednym z kluczowych państw występujących w narracjach dezinformacyjnych - jako sojusznik NATO i UE, zaplecze logistyczne regionu oraz newralgiczny punkt geopolityczny.

Narracje te przypisują Polsce rolę inicjatora eskalacji napięć, co sprzyja destabilizacji zaufania społecznego, polaryzacji politycznej i osłabieniu pozycji kraju na arenie między narodowej.

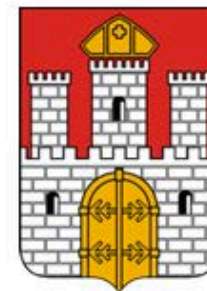
Badanie B - Biblioteka jako instytucja odporności

Ostatnie lata naznaczone zostały kryzysami o charakterze społecznym i geopolitycznym - od pandemii COVID-19, przez wojnę na Ukrainie aż po kryzysy dezinformacyjne, związane również ze sztuczną inteligencją.

W ich obliczu biblioteki jako instytucje społeczne o charakterze lokalnym zaczęły pełnić nowe role: edukacyjne, integracyjne oraz stabilizujące nastroje społeczne.

Coraz wyraźniej stają się one uczestnikami komunikacji kryzysowej i ważnym elementem budowania odporności wspólnot lokalnych.

Miejska Biblioteka Publiczna im. Zdzisława Arentowicza we Włocławku



**dziewięć filii
dwa oddziały biblioteczne
dwa punkty biblioteczne**



5400



824



911



53

Przedmiot badań

Przedmiotem badań były udokumentowane na stronie internetowej Miejskiej Biblioteki Publicznej we Włocławku wpisy, publikowane w ramach zakładki “Aktualności”.

Przy wyborze posłużono się z góry założonymi ramami czasowymi, które odpowiadają największemu zainteresowaniu tematyką dwóch sytuacji kryzysowych: pandemii koronawirusa COVID-19 oraz agresji wojsk rosyjskich na Ukrainę.



Miejska Biblioteka Publiczna im. Zdzisława Arentowicza we Włocławku

Zmiana funkcjonowania filii i działów bibliotecznych

28 października 2020 Martyna Dębczyńska



Pierwsze książki w języku ukraińskim!

18 marca 2022 Katarzyna Fronczak



Pierwsze książki w języku ukraińskim są już dostępne w Filii nr 11 przy ul. Łęskiej 28 ! Wkrótce pojawią się kolejne, a tymczasem zapraszamy do katalogu i biblioteki <https://tiny.pl/9n123>

Aktualności literatura w języku ukraińskim

Biblioteka na rzecz uchodźców

22 marca 2022 Martyna Dębczyńska



Miejska Biblioteka Publiczna im. Zdzisława Arentowicza włącza się w działania włocławskiego samorządu na rzecz uchodźców z Ukrainy przebywających we Włocławku. W budynku przy ul. Żytniej pojawił się ufundowany przez bibliotekę regał z nowościami książkowymi w... [Czytaj Dalej Biblioteka na rzecz uchodźców](#)

#literaturaworyginale #literaturapoukraińsku #nowewkatalogu #nowewbibliotece
#bibliotekapomaga #wolność #ilovebiblioteka #bibliotekajestsuper #lubimyczytać
#biblioterapia #bajkoterapia #solidarnizukrainą

Przedmiot badań

Badanie przeprowadzono na podstawie analizy treściowej 347 komunikatów, umieszczanych na stronie internetowej biblioteki w zakładce “Aktualności” w czasie:

1 marca 2020 r. - 1 czerwca 2021 r. (197 komunikatów)

24 lutego 2022 r. - 24 sierpnia 2022 r. (150 komunikatów).

Podczas analizy treściowej komunikatu posłużono się kodowaniem i oznaczeniem każdego newsa poprzez typ komunikatu, funkcję komunikatu oraz ton komunikatu.

Typ komunikatu

Oznacza dominujący charakter treści przekazu wynikający z jego głównej zawartości merytorycznej i formy narracyjnej.

“Czego dotyczy komunikat?”

EDUKACYJNY

ORGANIZACYJNY

SPOŁECZNY

PROMOCYJNY

USŁUGOWY

WIZERUNKOWY

INFORMACYJNY

Funkcja komunikatu

Oznacza podstawowy cel, jaki przekaz realizuje wobec odbiorcy i wspólnoty komunikacyjnej.

“Po co ten komunikat został opublikowany?”

ADAPTACYJNA

INTEGRACYJNA

REGULUJĄCA

WIZERUNKOWA

EDUKACYJNA

PROMOCYJNA

EWALUACYJNA

Ton komunikatu

Oznacza dominujący sposób emocjonalnego i relacyjnego ukształtowania wypowiedzi.

“Jak komunikat przemawia do czytelnika/odbiorcy?”

WSPÓLNOTOWY MOBILIZUJĄCY REFLEKSYJNY

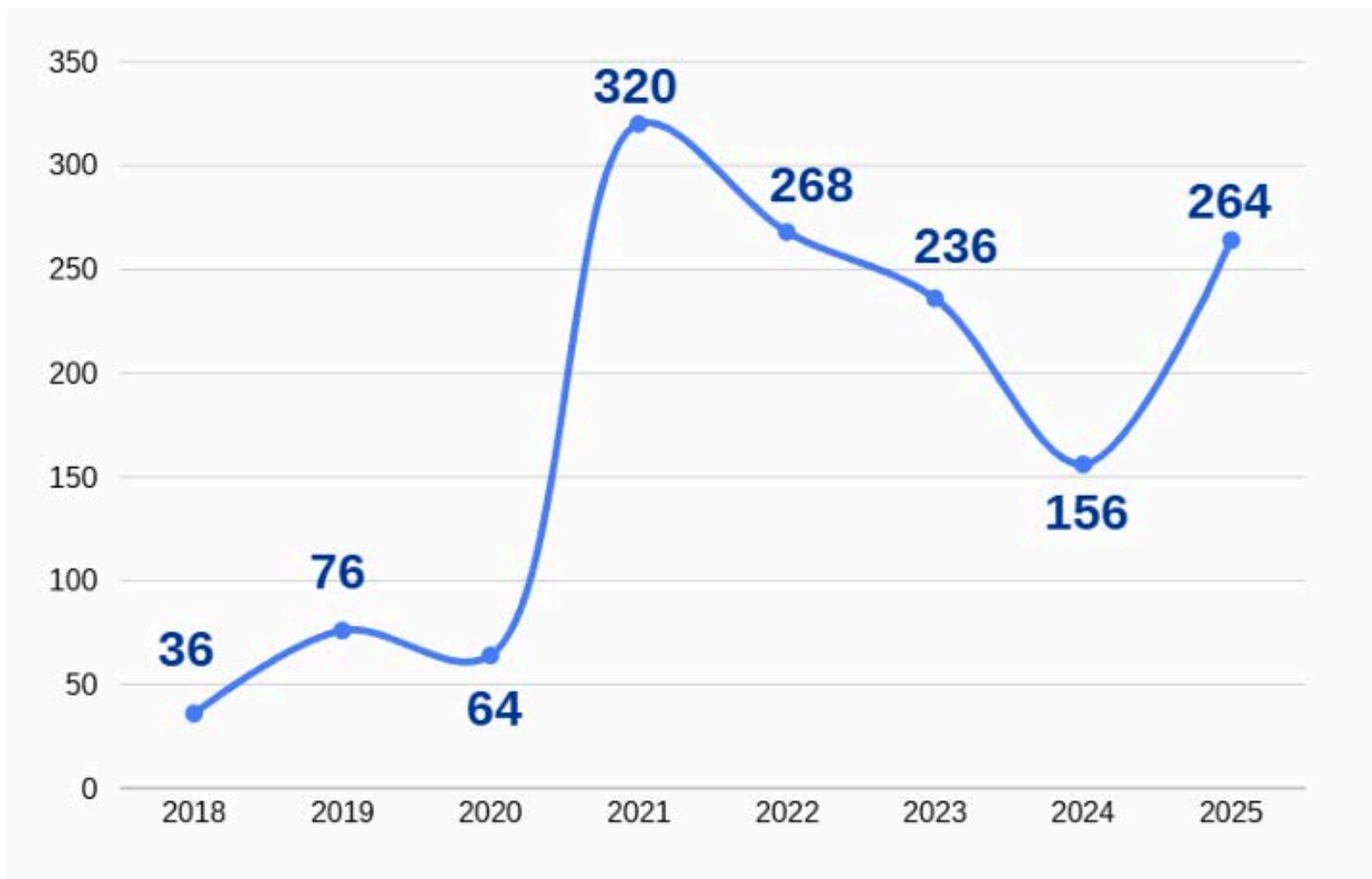
NEUTRALNY

USPOKAJAJĄCY

PROMOCYJNY

NOSTALGICZNY

Liczba komunikatów w latach 2018-2025



Komunikacja podczas pandemii COVID-19 (sytuacja A)

Zakres chronologiczny: 01.03.2020 r. - 01.06.2021 r.
Liczba przebadanych rekordów: 197.

**Przebadane dane: tytuł komunikatu, metadane (tagi)
oraz treść aktualności.**

Typ komunikatu (sytuacja A)

Lp.	Typ komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Edukacyjny	72	36,54 %
2.	Organizacyjny	37	18,78 %
3.	Społeczny	31	15,74 %
4.	Promocyjny	30	15,23 %
5.	Usługowy	13	6,60 %
6.	Informacyjny	8	4,06 %
7.	Wizerunkowy	6	3,05 %

n=197

Funkcja komunikatu (sytuacja A)

Lp.	Funkcja komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Adaptacyjna	62	31,47 %
2.	Integracyjna	52	26,40 %
3.	Regulacyjna	32	16,24 %
4.	Wizerunkowa	24	12,18 %
5.	Edukacyjna	21	10,66 %
6.	Promocyjna	4	2,03 %
7.	Ewaluacyjna	2	1,02 %

n=197

Ton komunikatu (sytuacja A)

Lp.	Ton komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Wspólnotowy	62	31,47 %
2.	Mobilizujący	52	26,50 %
3.	Refleksyjny	25	12,69 %
4.	Neutralny	25	12,69 %
5.	Uspokajający	18	9,14 %
6.	Promocyjny	8	4,06 %
7.	Nostalgiczny	7	3,45 %

n=197

Wnioski (sytuacja A)

Analiza 197 komunikatów w okresie pandemii ujawniła, iż w komunikacji biblioteki z użytkownikami dominowała forma edukacyjna (36,54%), co pokazuje, że biblioteka szybko przeszła od informowania o ograniczeniach do podtrzymywania uczestnictwa w kulturze.

Wysoki udział funkcji integracyjnej (26,40%) wskazuje na świadome podtrzymywanie relacji z lokalną wspólnotą mimo izolacji (w szczególności z osobami w wieku senioralnym).

Na poziomie funkcji najważniejsza była adaptacja (31,47%), związana z reorganizacją usług i oswojeniem nowych zasad korzystania z biblioteki.

Dominujące tony komunikatów: wspólnotowy (31,47%) oraz mobilizujący (26,50%) wzmacniały poczucie ciągłości życia społecznego i kulturowego mieszkańców Włocławka.

Biblioteka pełniła rolę stabilizatora informacyjnego, organizacyjnego i emocjonalnego.

Komunikacja podczas agresji wojsk rosyjskich na Ukrainę (sytuacja B)

Zakres chronologiczny: 24.02.2022 r. - 24.08.2022 r.

Liczba przebadanych rekordów: 150.

Przebadane dane: tytuł komunikatu, metadane (tagi) oraz treść aktualności.

Typ komunikatu (sytuacja B)

Lp.	Typ komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Edukacyjny	55	36,67 %
2.	Promocyjny	24	16 %
3.	Społeczny	19	12,67 %
4.	Usługowy	18	12 %
5.	Organizacyjny	13	8,67 %
6.	Wizerunkowy	11	7,33 %
7.	Informacyjny	10	6,66 %

n=150

Typ komunikatu (sytuacja B)

Lp.	Funkcja komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Edukacyjna	60	40 %
2.	Integracyjna	24	16 %
3.	Promocyjna	21	14 %
4.	Adaptacyjna	18	12 %
5.	Regulacyjna	15	10 %
6.	Wizerunkowa	8	5,33 %
7.	Ewaluacyjna	4	2,67 %

n=150

Typ komunikatu (sytuacja B)

Lp.	Ton komunikatu	Liczba wystąpień	Procentowy udział
1.	Wspólnotowy	50	33,33 %
2.	Refleksyjny	28	18,67 %
3.	Nostalgiczny	26	17,33 %
4.	Neutralny	17	11,33 %
5.	Promocyjny	13	8,67 %
6.	Mobilizujący	10	6,67 %
7.	Uspokajający	6	4 %

n=150

Wnioski (sytuacja B)

Analiza 150 komunikatów od czasu agresji wojsk rosyjskich na Ukrainę przez następne pół roku wskazała dominujący typ jako edukacyjny (36,67%), ale większą rolę niż w COVID odegrały treści promocyjne oraz usługowe.

Silny udział funkcji integracyjnej i promocyjnej (łącznie 30%) pokazuje aktywizację lokalnej społeczności wokół działań na rzecz uchodźców.

Główną funkcją komunikatu była edukacja (40%), skoncentrowana na interpretacji wojny, pamięci historycznej i solidarności społecznej.

W warstwie tonu komunikatu obok wspólnotowości mocno swoją obecność zaznaczyły refleksyjność i nostalgia (łącznie 36%), związane z pamięcią i historią Polaków, a także z doświadczeniem wojny.

Biblioteka stała się lokalnym centrum solidarności, pamięci i wsparcia dla uchodźców.

Podsumowanie

Zestawienie obu sytuacji kryzysowych pokazuje, że włocławska biblioteka nie reaguje schematycznie, lecz elastycznie dostosowuje funkcje komunikacyjne do charakteru zagrożenia.

W obu przypadkach dominowała komunikacja edukacyjna i wspólnotowa, co potwierdza trwałe przesunięcie instytucji w stronę budowania odporności społecznej.

Miejska Biblioteka Publiczna we Włocławku nie tylko reaguje na kryzys, ale współtworzy odporność miasta i jego obywateli.



Dziękuję za uwagę i zapraszam do kontaktu!