

Piotr Pawlak
(Poznań-Gniezno)
<https://orcid.org/0000-0002-4666-5302>

WYZWANIA DLA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W KONTEKŚCIE ROSYJSKIEJ DEZINFORMACJI

Abstrakt

In recent years, the European Union has adopted a number of active measures to prevent, combat and mitigate the effects of Russian disinformation. This effort relies primarily on the legislation which regulates how the media in Europe operate, with particular emphasis on large online platforms. This is due to the fact that social media are a major domain where Russian propaganda is disseminated, thus posing a threat to the election processes in democratic states. In order to safeguard such processes, the EU developed a legal framework which is discussed and reflected on in this study.

Keywords

disinformation, propaganda, social media, internet platforms, European Union

WSTĘP

Próby opisu szereg zjawisk medialnych związanych z antyzachodnią działalnością Rosji (znacząco wyprzedzających agresję tego kraju przeciwko Ukrainie¹) posługują się różnorodną terminologią. W nauce i w publicystyce funkcjonują takie określenia jak PSYOP², propaganda, dezinformacja, *fake news*, wojna informacyjna, cybernetyka społeczna, inżynieria społeczna etc. Przy tym większość tych zjawisk niejednokrotnie wzajemnie się uzupełnia: przykładowo, *fake news* i mowa nienawiści są elementami dezinformacji, ta zaś jest niezbędnym komponentem

¹ Pawlak 2017, s. 272-296; idem 2016, s. 201-224.

² PSYOP (ang. *psychological operations*) to działania psychologiczne o charakterze specjalnym, oparte na wykorzystaniu socjotechnik informacyjnych. Olechowski 2018, s. 94.

PSYOP. W tekście będę posługiwał się zamiennie terminami „dezinformacja” oraz „propaganda”, mając świadomość faktu, że ich granice definicyjne są obecnie – w realiach współczesnych społeczeństw medialnych – płynne.

Głównym obszarem poddanym tu analizie jest przestrzeń mediów społecznościowych. Jest to bowiem szczególnie ważne pole rozpowszechniania rosyjskiej dezinformacji. To tu obserwujemy szereg zjawisk i tendencji (nierzadko paradoksów – jak np. promowanie przez rosyjską propagandę sprzecznych wobec siebie przekazów) będących zarówno przejawami samej dezinformacji, jak i próbami przeciwdziałania jej, podejmowanymi i jednostkowo, i instytucjonalnie.

Tytułowe zagadnienie analizuję z perspektywy politologicznej i medioznawczej. Asumptem do przygotowania, wdrożenia i – co pokazują obecne działania UE – konsekwentnego egzekwowania opisywanego tu systemu przeciwdziałania dezinformacji jest bowiem gorący okres wyborczy. Obecnie zarówno w wielu krajach UE, jak i w Stanach Zjednoczonych trwają kampanie wyborcze. Kwestia zabezpieczenia systemów komunikowania przed umyślnym propagowaniem fałszywych treści jest zatem dzisiaj szczególnie istotna. Celem tego tekstu jest analiza na tym tle aktywności podmiotów europejskich oraz wykazanie niedostatecznego zaangażowania w te działania platform internetowych.

Na potrzeby analizy proponuję wprowadzenie ogólnej siatki pojęciowej. Podstawowym, już wzmiankowanym, pojęciem będzie rosyjska dezinformacja rozumiana jako wszelkie przejawy przekazu perswazyjnego (posty pisane, reklamy, memy, reakcje na posty, wirtualne inicjatywy³, treści generowane przez sztuczną inteligencję etc.). Kolejnym ważnym terminem będzie „przedsiębiorstwo medialne” – używam go na określenie właścicieli wielkich platform medialnych. Konieczne jest bowiem odróżnianie właścicieli danego medium od samego medium. Stąd używam także terminów „serwis społecznościowy” i „platforma internetowa”, dla określania poszczególnych mediów społecznościowych – platform dystrybucji treści wirtualnych. Zgodnie z tą siatką pojęciową Facebook i Instagram to poszczególne platformy (serwisy), połączone strukturą własności w ramach jednego przedsiębiorstwa medialnego (Meta Platforms).

Tekst dotyczy przede wszystkim zjawisk z obszaru polityki medialnej i audiowizualnej Unii Europejskiej, polegającej na wspieraniu państw członkowskich w tworzeniu jednolitego rynku usług audiowizualnych. Szczególną uwagę poświęcam też zadaniom stojącym przed właścicielami oraz administratorami serwisów społecznościowych, poddając ich działania ocenie krytycznej. O ile bowiem poszczególne instytucje (jak m.in. odpowiednie jednostki Unii Europejskiej, parlamenty poszczególnych krajów, sądy, organizacje pozarządowe, prywatne

³ Takie jak tworzenie i popularyzowanie wirtualnych petycji, zachęcanie do lajkowania i udostępniania określonych treści, dodawania lub usuwania określonych użytkowników (np. ze względu na nakładkę na zdjęciu profilowym) etc.

inicjatywy z obszaru mediów typu *fact checking*) wykazują profesjonalizm i zaangażowanie, o tyle stopień realizacji wynikających z ich raportów zaleceń i uwag dla mediów społecznościowych jest – moim zdaniem – niewystarczający. Komunikacja między podmiotami badającymi i opisującymi dezinformację a administracją mediów społecznościowych wciąż znajduje się dopiero w fazie rozwoju⁴, zaś liczba zinstytucjonalizowanych inicjatyw zaangażowanych w demaskowanie rosyjskiej propagandy w obszarze mediów społecznościowych sukcesywnie wzrasta⁵. Instytucje te wzmacniają swoje zaplecza kadrowe i finansowe, jednakże zwalczany przez nie problem również przybiera na sile – w wymiarze zarówno zasobów ludzkich, jak i finansowych. Rozwinięte demokracje nie mogą oczywiście – o czym piszę dalej – wprowadzać w tym względzie radykalnych rozwiązań systemowych, nie mogą również odpowiadać w analogiczny sposób na propagandę i dezinformację Rosji, Białorusi czy Chin. Można jednak skutecznie zwalczać problem poprzez większe i odpowiedzialne zaangażowanie zarówno właścicieli przedsiębiorstw medialnych, jak i administratorów poszczególnych serwisów społecznościowych.

Skuteczna walka z rosyjską dezinformacją wymaga również dużego zaangażowania popularyzującej problem publicystyki, zarówno ze strony naukowców, profesjonalnych dziennikarzy (jak np. Jessica Aro), jak i tak zwanych *freelancerów*, w tym youtuberów, tiktoków czy twitterowiczów (jak wciąż jeszcze określa się użytkowników serwisu X⁶). To właśnie oni – zwykli użytkownicy i komentatorzy – zwracali uwagę na pierwsze masowe przejawy rosyjskiej wojny propagandowej pojawiające się od początku XXI wieku, wraz z rozwojem infrastruktury Web2.0⁷. Walka zaangażowanych politycznie pojedynczych lub oddolnie stowarzyszonych internautów⁸ przeciwko rosyjskiej maszynie propagandowej jest jednak z konieczności nieefektywna, jeśli nie uzyska wsparcia instytucjonalnego ze strony rządów demokratycznych państw oraz zarządów wielkich platform medialnych – zwłaszcza że (w niektórych przypadkach) te szlachetne, oddolne inicjatywy spotykają się wręcz z obstrukcją – głównie ze strony administracji mediów społecznościowych⁹.

⁴ Bachmann, Valenzuela 2023; Drobnic-Holan 2023.

⁵ Atanasova et al. 2024.

⁶ Sieć społecznościowa Twitter zmieniła nazwę na „X” 24 lipca 2024 roku.

⁷ Analiza warstwy komentarzy na popularnych polskich portalach informacyjnych umożliwiła identyfikację szeregu aktywnych całodobowo kont, propagujących rosyjską dezinformację nieprzerwanie przez okres od kilku miesięcy do kilku lat. Aktywność ta dotyczyła takich wydarzeń jak m.in. II wojna w Czeczenii, II Wojna w Zatoce Perskiej, Arabska Wiosna czy wojna rosyjsko-gruzińska. Pawlak 2022, s. 69-81.

⁸ Mowa tu np. o tzw. CyberElfach, luźno powiązanych ze sobą organizacjach powstających w różnych krajach, które ochotniczo zajmują się zwalczaniem dezinformacji w sieci.

⁹ Mogę przywołać tutaj przykład prywatnego konta na platformie Facebook, wykorzystywanego również do badań nad rosyjską propagandą. Konto zostało oznaczone jako „ostrzeżone” ze wzglę-

OBSZAR

Obszarem, na który zwracam tutaj szczególną uwagę, jest przestrzeń medialna Unii Europejskiej. Zasadniej przy tym byłoby tutaj mówić o przestrzeni medialnej krajów Unii Europejskiej, jako że wciąż jeszcze nie istnieje jednoznacznie określona wspólna unijna polityka medialna (składając funkcjonalnie potrzebna, w obliczu olbrzymiego zagrożenia informacyjnego ze strony reżimów niedemokratycznych). Poza ogólnymi zasadami funkcjonowania mediów na omawianym obszarze, dotyczącymi fundamentalnych zasad wolności słowa, prawa do informacji, pluralizmu mediów, ochrony dziennikarzy etc., poszczególne państwa UE samodzielnie organizują swoją politykę medialną. Zasady te – tworzące zręby unijnej polityki audiowizualnej i medialnej – nie są wyszczególnione w żadnym jednolitym akcie prawnym, wywodzone są natomiast z ogółu dorobku prawnego Unii Europejskiej składającego się zarówno z prawa pierwotnego (traktaty zawarte przez państwa członkowskie), jak i wtórnego (rozporządzenia, dyrektywy, decyzje, zalecenia oraz opinie)¹⁰. Mimo że początki prac nad dyrektywami o audiowizualnych usługach medialnych sięgają jeszcze przełomu lat 80. i 90. XX wieku, szersze działania Unii Europejskiej zmierzające w stronę wytworzenia ogólnoeuropejskiego systemu ochrony tzw. wolności medialnych mają dość krótką historię.

Jednym z ważniejszych aktów prawnych regulujących analizowany obszar jest dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych z 2018 roku, obowiązująca nadawców na terenie UE oraz przedsiębiorstwa medialne – właścicieli takich serwisów jak YouTube, Netflix czy Facebook. Stosowana jest ona również do transmisji na żywo na platformach udostępniających pliki wideo¹¹. Kolejne kamienie milowe kształtujące ogólną politykę medialną UE to przyjęta w 2019 roku Rezolucja w sprawie ingerencji zewnętrznej w wybory i dezinformacji w krajowych i unij-

du na użycie terminu „rosyjska zbrodnia wojenna” w określeniu do... rosyjskiej zbrodni wojennej w Buczy. Nastąpiło to 14 lipca 2022 roku, kiedy wiedza o tym tragicznym wydarzeniu, będącym „dziełem” rosyjskiego wojska, była już szeroko rozpowszechniona. Blokada była najprawdopodobniej efektem działań pracownika rosyjskiej propagandy, który wykorzystując obsługiwana przez siebie sieć troll-kont, wykonał operację multiplikacji zgłoszeń przedmiotowego wpisu jako naruszającego regulamin serwisu („standardy społeczności”). Liczne zgłoszenia z różnych kont uruchomiły algorytm, który podjął decyzję o zmianie statusu konta. Cały proces odbył się najprawdopodobniej bez udziału czynnika ludzkiego po stronie administracji platformy.

¹⁰ Politykę audiowizualną UE regulują art. 167 i 173 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE). Głównym aktem prawnym dotyczącym tej dziedziny polityki jest dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych, którą poddano przeglądowi w 2018 r. Najważniejszym instrumentem UE, mającym na celu wspieranie tego sektora (zwłaszcza branży filmowej), jest podprogram MEDIA, będący częścią programu „Kreatywna Europa”. Wezwanie do poszanowania wolności i pluralizmu mediów – jako norma prawna wyższego rzędu – znajduje się także w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej. Parlament Europejski, Polityka audiowizualna i medialna 2024.

¹¹ Ibidem.

nych procesach demokratycznych, Rezolucja z 2020 r. w sprawie wzmocnienia wolności mediów, Rezolucja z 2021 r. w sprawie sztucznej inteligencji w sektorze edukacji i kultury oraz w sektorze audiowizualnym, Dyrektywa (UE) 2024/1069 w sprawie ochrony osób, które angażują się w debatę publiczną przed ewidentnie bezpodstawnymi lub stanowiącymi nadużycie postępowaniami sądowymi („strategiczne powództwa zmierzające do stłumienia debaty publicznej”), przyjęta przez Parlament Europejski 27 lutego 2024 roku (tzw. dyrektywa anty-SLAPP)¹², oraz Europejski akt na rzecz wolności mediów (ang. European Media Freedom Act, EMFA, wszedł w życie w maju 2024 roku).

Zagadnienie instytucjonalnej regulacji mediów w celu zwalczania rosyjskiej dezinformacji musi być traktowane jako szczególnie wrażliwe, ponieważ dotyka problemu politycznej kontroli mediów i może być postrzegane jako zagrożenie dla wolności mediów. W założeniu zarówno EMFA, jak i dyrektywa anty-SLAPP zapewniać mają jednak dziennikarzom oraz użytkownikom mediów ochronę, polegającą między innymi na zakazie używania wobec nich oprogramowania szpiegowskiego z wyjątkiem ściśle określonych przypadków postępowań karnych dotyczących poważnych przestępstw, i to tylko po uzyskaniu sądowej zgody. Prowadzenie dezinformacji nie jest zatem wykroczeniem umożliwiającym wnikliwą obserwację danego konta w mediach społecznościowych, o ile za pośrednictwem tego konta nie dochodzi do przygotowywania np. aktów terroru lub zabójstwa. Można w tym miejscu zastanawiać się, czy propagowanie wojny napastniczej oraz związanych z nią zbrodni wojennych i zbrodni przeciwko ludzkości nie jest zaangażowaniem w akt terroru czy morderstwa, jednak omawiane akty prawne nie rozstrzygają tej kwestii.

Ważny tutaj kontekst to mozaikowość obszaru medialnego Unii Europejskiej, który składa się z podmiotów prywatnych oraz publicznych poszczególnych państw UE, podmiotów nadających spoza UE oraz – co szczególnie ważne dla niniejszego tekstu – z wielkich platform medialnych z siedzibami usytuowanymi poza Unią. Skoncentruję się tu głównie na nadawcach takich jak X (dawniej Twitter), Facebook, YouTube oraz Instagram, jako że znaczna część rosyjskiej propagandy w obszarze mediów społecznościowych, skierowanej do społeczeństw zachodnich, realizowana jest w oparciu właśnie o te media. Platformy takie jak Vkontakte czy Telegram są mediami głównie rosyjskojęzycznymi¹³, zaś w przypadku platformy TikTok (pochodzącego z Chińskiej Republiki Ludowo-Demo-

¹² Ang. Strategic lawsuits against public participation (SLAPP). Commission welcomes political agreement on countering abusive lawsuits against public participation (SLAPP) 2023.

¹³ Chociaż dostępne są również w wielu innych językach, w tym np. Telegram w wersji polskojęzycznej.

kratycznej) trudno poważnie pisać o otwartej i uczciwej współpracy między jego administratorami a UE.

Konsekwencją takiego kształtu obszaru medialnego Unii Europejskiej jest między innymi głośna na przełomie czerwca i lipca 2024 roku sprawa dyskusji oraz protestów krajowych wydawców i pracowników mediów wobec polskich władz, dotycząca relacji między mediami lokalnymi a dużymi platformami internetowymi. Dyskusja ta jest konsekwencją Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/790 z 17 kwietnia 2019 roku w sprawie prawa autorskiego i praw pokrewnych na jednolitym rynku cyfrowym oraz zmiany dyrektyw 96/9/WE i 2001/29/WE¹⁴. Jak zauważyła Michalina Kowala: „wydawcy zarzucają polskim władzom, że te w niewystarczającym stopniu chcą bronić ich prawa do wynagrodzenia za treści, które eksponują platformy”¹⁵. Jest to obszerny temat, wykraczający poza ramy tego tekstu, ale zwraca uwagę na dużą dysproporcję pomiędzy siłą potężnych korporacji medialnych zarządzających platformami internetowymi a słabością mediów lokalnych (krajowych). Uwidacznia to kluczową rolę tych pierwszych w zakresie szeroko rozumianego ładu medialnego, w tym właśnie w skutecznym niwelowaniu rosyjskiej dezinformacji.

SYSTEM

Samo zjawisko rosyjskiej dezinformacji zostało dość dobrze opisane, zarówno w wymiarze funkcji, przejawów i skali, jak i motywów narracyjnych¹⁶. Trochę słabiej rozpoznano dotąd organizacyjno-techniczną stronę zagadnienia, chociaż i na tym polu odnotowywane są znaczne postępy – wiadomo już o powszechnym wykorzystywaniu przez rosyjską propagandę algorytmów modyfikujących szereg parametrów na linii użytkownik–serwer, o wykorzystywaniu sztucznej inteligencji oraz rozmaitych metod hakerskich¹⁷.

Pierwsze z wymienionych stosowane były jeszcze w czasach poprzedzających pierwszą fazę rosyjskiej agresji na Ukrainę, w wyniku której doszło do aneksji Krymu. Algorytmy te miały charakter „biurowy”, to znaczy ułatwiały pracownikom agend propagandowych jednoczesną obsługę kilkunastu/kilkudziesięciu kont zalogowanych na danym serwisie. Przykładowo: po napisaniu posta pozostałe konta automatycznie lajkowały dany wpis lub – w przypadku wcześniejszych działań propagandowych na forach dyskusyjnych portali informacyjnych, gdzie pojedyn-

¹⁴ Ang. Directive on Copyright in the Digital Single Market (CDSM). Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/790.

¹⁵ Kowala 2024, s. 1.

¹⁶ Pawlak 2022, s. 69-81.

¹⁷ Mierzyńska 2023.

czy lajk był odnotowywany w plikach *cookies* – programy takie wykonywały wielokrotną operację czyszczenia ciasteczek i ponawiania polubień (lub nawet wielokrotnych zmian adresu IP). W ten sposób przez wiele lat funkcjonowała sieć kont-trolli operująca na najpoczytniejszych polskich portalach informacyjnych (Onet, Interia oraz WP)¹⁸. Problem zaczął być poruszany szerzej w literaturze i publicystyce dopiero po 2014 roku, choć wiadomo, że istniał znacznie wcześniej. Rosyjskie konta trollujące aktywne były w polskiej (ale zapewne również w europejskiej, i nie tylko) przestrzeni medialnej praktycznie od początku istnienia każdego nowego medium. Udało się zidentyfikować konta propagujące rosyjską narrację na polskich portalach informacyjnych jeszcze podczas II wojny w Zatoce Perskiej (tu słynny motyw bombardowania przez Amerykanów fabryk z mlekiem w proszku dla niemowląt¹⁹), II wojny czeczeńskiej, wojny rosyjsko-gruzińskiej oraz Arabskiej Wiosny. Powszechne zainteresowanie problem wywołał jednak dopiero wraz z pełnoskalową inwazją Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 roku.

Nie będę zatem powielał dość dobrze już opisanego problemu samej rosyjskiej dezinformacji, a skoncentruję się jedynie na roli mediów społecznościowych w obszarze UE. Wysiłki zmierzające do zapobiegania rosyjskiej narracji w mediach społecznościowych podejmowane były przez instytucje unijne, rządowe oraz organizacje pozarządowe jeszcze przed 24 lutego 2022 roku. W roku 2015 Rada Europejska zobowiązała Europejską Służbę Działań Zewnętrznych do powołania grupy zadaniowej East StratCom w celu analizy i nagłaśniania dezinformacji pochodzącej ze źródeł rosyjskich. Rok później (2016) UE przyjęła wspólne ramy przeciwdziałania zagrożeniom hybrydowym (nie tylko rosyjskim, ale i chińskim, północnokoreańskim, białoruskim oraz irańskim)²⁰. W tym samym roku rozpoczęto także tworzenie Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych, skupiającego obecnie sieć 14 krajowych i międzynarodowych ośrodków działających w 28 krajach Unii Europejskiej oraz Europejskiego Obszaru Gospodarczego²¹. Wreszcie w roku 2018 przyjęty został wspólny komunikat w sprawie zwiększenia odporności i wzmocnienia zdolności reagowania na zagrożenia hybrydowe²². Od lutego 2022 roku prace w tym zakresie nabrały znacznego przyspieszenia, wyrażającego się przede wszystkim we wzmożonej analizie mediów oraz przyspieszonym

¹⁸ Pawlak 2022, s. 69-81.

¹⁹ To tragiczne wydarzenie, będące efektem pomyłki koalicjantów, faktycznie miało miejsce, jednakże podczas I wojny w Zatoce Perskiej w latach 1990-1991. Wykorzystywane było szeroko przez rosyjską propagandę począwszy od 2003 r. praktycznie bez przerw. Temat ten podjął np. prorosyjski serwis WSWS.org (World Socialist Web Site) w 2022 roku (zob. Martin P. 2022).

²⁰ Bryjka 2022.

²¹ European Digital Media Observatory 2024.

²² Wspólny komunikat do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej i Rady: Zwiększenie odporności i wzmocnienie zdolności reagowania na zagrożenia hybrydowe 2018.

raportowaniu. Już 16 czerwca 2022 roku wprowadzono w życie wzmocniony kodeks postępowania w zakresie dezinformacji, podpisany przez szereg podmiotów publicznych, prywatnych i pozarządowych, głównie z obszaru mediów (do porozumienia przystąpiły między innymi Google, Meta, Microsoft, Adobe, a nawet TikTok). Sygnatariusze zobowiązali się do przyjęcia szerokiego zestawu dobrowolnych zobowiązań w zakresie zwalczania dezinformacji²³.

Szczególnie ważnym dokumentem z punktu widzenia poruszanych tu problemów jest Akt o rynkach cyfrowych (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828), wydany 14 września 2022 roku, który wszedł w życie 1 listopada 2022 roku. Rozporządzenie to adresowane jest przede wszystkim do wielkich platform cyfrowych działających na terenie Unii Europejskiej. Podmioty te, ze względu na swoją dominującą i utrwaloną (monopolistyczną) pozycję na rynku, wprost nazywane są w dokumencie „strażnikami dostępu” do hermetycznego cyfrowego obszaru medialnego. To one akumulują olbrzymią liczbę użytkowników, będących potencjalnymi odbiorcami (ale również rezonatorami lub wręcz źródłami) rosyjskiej dezinformacji. W związku z tym Rozporządzenie nakłada na te platformy szereg obowiązków w dziedzinie zapobiegania, zwalczania i niwelowania skutków działań propagandowych²⁴.

Platformy zostały zobowiązane do usprawnienia procedur weryfikacji treści pod kątem opisywanego problemu w celu przyspieszenia procesu identyfikacji oraz usuwania zarówno problematycznych treści, jak i kont. Obowiązkiem mediów wynikających z rozporządzenia jest również przejrzyste informowanie użytkowników o zasadach moderacji oraz większa transparentność co do funkcjonowania algorytmów służących rekomendowaniu treści. Wprowadzeniu surowszych i bardziej wnikliwych sposobów weryfikacji treści powinna towarzyszyć także zwiększona troska o zabezpieczenie praw konsumenckich, wolności słowa oraz ochrony danych. Zabezpieczeniem praw użytkowników ma być na przykład obowiązek wprowadzenia i uproszczenia procedur odwoławczych wobec decyzji o moderacji treści.

Omawiane rozwiązania prawne nakładają dodatkowe obowiązki wobec bardzo dużych mediów internetowych (zarówno mediów społecznościowych, jak i wyszukiwarek), czyli takich, z których usług korzysta co najmniej 45 milionów osób miesięcznie. Obowiązkiem tych mediów jest więc szczególne zapobieganie zagrożeniom systemowym (rozumianym tutaj jako popularyzacja nielegalnych treści mających wpływ na procesy wyborcze, niosących zagrożenie dla praw pod-

²³ The 2022 Code of Practice on Disinformation 2022.

²⁴ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925.

stawowych i wywołujących agresję) oraz poddawanie się zewnętrznym kontrolom. Prawodawca przewidział także zwiększenie technicznych możliwości konwergencji mediów, polegających m.in. na umożliwieniu łączenia poszczególnych usług komunikacyjnych na drodze standaryzacji (swobodny transfer plików między różnymi aplikacjami należącymi do różnych mediów) oraz szereg innych rozwiązań skierowanych przeciwko praktykom monopolistycznym (jest to już jednak odrębne zagadnienie). Ważne z punktu widzenia skuteczności walki przeciwko rosyjskiej dezinformacji jest to, że Akt o usługach cyfrowych przyznaje Komisji Europejskiej duży wgląd w działalność poszczególnych podmiotów współtworzących europejski rynek cyfrowy, a także nadaje Komisji kompetencje w zakresie sankcji karnych. Sankcje te oznaczać mogą np. nałożenie kary wysokości 10% łącznego światowego obrotu w przypadku złamania przepisów Aktu, a w przypadku ponownego złamania przepisów – nawet do 20% obrotu.

Opisywane tu rozwiązania wymierzone są nie tylko w dezinformację, ale także w szereg innych nielegalnych działań w sieci, takich jak m.in. cyberprzemoc, mowa nienawiści, niedozwolone formy pornografii etc. Przepisy nakładają na platformy obowiązek przygotowania przejrzystych dla użytkowników mechanizmów zgłaszania wszelkich takich nielegalnych treści. Zgłaszane nielegalne materiały powinny zaś być usuwane, a konta z których zostały udostępnione, ostrzeżone, a następnie – jeśli ostrzeżenie nie odniesie skutku – blokowane lub usuwane z danego serwisu.

Co szczególnie interesujące z punktu widzenia poruszanych tu problemów, zorganizowana dezinformacja uznana została za tzw. zagrożenie systemowe. Właśnie w celu określenia skali takich zagrożeń systemowych platformy świadczące usługi na obszarze Unii Europejskiej zobowiązane są do składania w tym zakresie corocznych, szczegółowych sprawozdań do Komisji Europejskiej.

Akt o usługach cyfrowych wszedł w życie 25 sierpnia 2023 roku. W chwili składania niniejszego tekstu (21 lipca 2024 roku) platformy mają jeszcze ponad miesiąc na złożenie raportów.

PRAKTYKA

Działania Unii Europejskiej w zakresie walki z dezinformacją ocenić należy jako przemyślane, dobrze zorganizowane i wielowymiarowe. Poza współpracą z platformami obejmują one również wsparcie dla mediów, dziennikarzy oraz niezależnych podmiotów weryfikujących fakty, a także promowanie umiejętności krytycznego korzystania z mediów wśród obywateli. Należy jednak pamiętać, że wojna informacyjna (jak każda nowoczesna wojna) cechuje się dużą dynamiką. Rosyjska machina propagandowo-dezinformacyjna wciąż funkcjonuje prężnie,

a jej mechanizmy i skala ewoluują, dostosowując się do zmieniających się warunków technicznych i legislacyjnych (np. zmieniając narrację na bardziej „miękką”, trudniejszą do zidentyfikowania i wymykającą się jednoznacznej kategoryzacji). Dlatego znaczna część działań europejskich koncentruje się na obserwacji i opisie skali i/lub konkretnych przypadków, na organizacji spotkań, konferencji oraz realizacji projektów informacyjnych (plakaty, filmy dokumentalne, reklamy społeczne etc.). To właśnie dzięki tym materiałom uzyskujemy świadomość ciągłej obecności i rozwoju rosyjskiej dezinformacji²⁵.

Po niemalże roku funkcjonowania opisywanych tu rozwiązań uwidaczniają się jednak problemy. Pod koniec kwietnia 2024 roku Komisja Europejska rozpoczęła pierwsze kroki prowadzące do wszczęcia formalnego postępowanie przeciwko Facebookowi i Instagramowi w związku z podejrzeniami o brak wystarczającego przeciwdziałania dezinformacji oraz o niedopatrzienia dotyczące właściwego oznaczania przekazów reklamowych (postępowanie wszczęto formalnie 16 maja 2024 roku). Jedną z kluczowych kwestii determinujących działania Komisji Europejskiej jest brak jasnych i łatwych sposobów zgłaszania przez użytkowników nielegalnych treści²⁶. W menu pozwalającym dokonać takiego zgłoszenia brakuje kategorii przewidzianej dla rosyjskiej dezinformacji (problem ten dotyczy także innych mediów). Mamy zatem do czynienia z sytuacją dość problematyczną: największe zagrożenie dla społeczeństw informacyjnych (medialnych) XXI wieku, polegające na destabilizacji przepływu informacji, jest trudne do rozpoznania w ramach dostępnych opcji w formularzach zgłoszeniowych. Dzieje się tak pomimo dość rozbudowanej palety opcji umożliwiających zgłoszenie innych problematycznych treści. Przykładowo, opcje zgłoszeniowe niedozwolonej treści na Facebooku obejmują nagość; przemoc; prześladowanie; samobójstwo lub samookaleczenie; fałszywe informacje; spam; narkotyki; nieautoryzowaną sprzedaż; propagowanie nienawiści; zaburzenia odżywiania; obejmuje dziecko; terroryzm; podszywanie się pod firmę; zawartość niezgodną z prawem; inny powód. Każda z tych opcji posiada także subkategorie. Aby zgłosić materiał jako podejrzenie rosyjskiej dezinformacji, trzeba zatem wybrać opcję „fałszywe informacje”, a następnie wybrać odpowiednią subkategorię: zdrowie; polityka; kwestia społeczna; inny powód.

W okresie poprzedzającym wybory europejskie na platformie Facebook nastąpiło zauważalne wzmocnienie prorosyjskiej dezinformacji²⁷. Jej przykładami były reklamy polityczne (prorosyjskie, antyunijne i antyukraińskie), posty użytkowników (nierzadko osadzonych w sieciach rosyjskich troll-kont i kont wchodzących z nimi

²⁵ European Digital Media Observatory 2024.

²⁶ McMahon 2024.

²⁷ Goujard 2023.

w liczne interakcje²⁸) promowane za pomocą odpłatnych opcji tego medium oraz liczne prorosyjskie konta trollujące. Dodatkowy niepokój budzi brak reakcji administratorów mediów na coraz powszechniejsze stosowanie sztucznej inteligencji w rosyjskim przekazie propagandowym forsowanym zarówno na platformie Facebook, jak i Instagram²⁹. Dochodzenie prowadzone przez KE dotyczy także braku przeciwdziałania wobec prowadzonych w serwisach zorganizowanych kampanii dezinformacyjnych. Działania takie są efektem funkcjonowania sieci zakładanych w sposób masowy fałszywych troll-kont (często nawet bez zmiany adresu IP), których administratorzy platform nie usuwają. Kontrowersje budzi też polityka firmy Meta w odniesieniu do reklam z obszaru marketingu politycznego oraz do treści o charakterze politycznym w ogóle. Okazuje się bowiem, że zamiast weryfikacji oraz odpowiedniego oznaczania takich materiałów są one najczęściej po prostu blokowane w sposób zautomatyzowany (poprzez działanie algorytmów)³⁰. W ten sposób materiały będące rosyjską dezinformacją swobodnie cyrkulują w obszarze tych platform, zaś treści nienaruszające zasad bezpieczeństwa informacji (nierzadko wykupione w sposób transparentny reklamy polityczne) są usuwane. W momencie składania tego tekstu podobne postępowanie Komisja Europejska podjęła także przeciwko platformie X³¹.

Najświeższa historia realizacji europejskiego prawa w zakresie zapobiegania i zwalczania rosyjskiej dezinformacji wskazuje na dwie zauważalne tendencje: konsekwentne podejście Unii Europejskiej zmierzające do jego egzekwowania oraz pewną opieszałość właścicieli internetowych platform. I tak, już w czerwcu 2023 roku konieczna okazała się interwencja Komisji Europejskiej po kontroli urzędników w siedzibie platformy X. Wyniki kontroli wykazały zaniedbania w zakresie starań platformy co do zwalczania rosyjskiej propagandy oraz przestępczości internetowej. Warto przy tym wspomnieć, że przed czerwcową kontrolą ówczesny Twitter zrezygnował z dobrowolnego stosowania tzw. kodeksu dobrych praktyk, przyjętego w ramach europejskiego sojuszu walki z dezinformacją (wzmocniony kodeks postępowania w zakresie dezinformacji ustanowiony w czerwcu 2022 roku, o czym już była mowa). Jednocześnie właściciel medium, Elon Musk, zwolnił znaczną część pracujących dla platformy administratorów (moderatorów treści).

²⁸ Interakcje takie polegają na wzajemnym wspieraniu zasięgów danego przekazu, poprzez lajkowanie, pozytywne komentowanie oraz udostępnianie.

²⁹ Commission opens formal proceedings against Facebook and Instagram under the Digital Services Act 2024.

³⁰ Postępowanie przeciwko Meta na mocy aktu o usługach cyfrowych w związku z ochroną małoletnich na Facebooku i Instagramie 2024.

³¹ X narusza akt o usługach cyfrowych 2024.

ZAKOŃCZENIE

Jakie może być wytłumaczenie bierności wielkich cyfrowych platform medialnych wobec narastającego zjawiska rosyjskiej dezinformacji? Pomijając teorie spiskowe, zaryzykować można tezę, że przyczyny mają źródła w podejściu rynkowym (merkantylnym), ideologicznym, w niedoskonałości operujących wewnątrz mediów społecznościowych algorytmów oraz w słabości tzw. czynnika ludzkiego, przejawiającej się niekonsekwencją, ignorancją i/lub brakiem zrozumienia powagi problemu. Gwarantem rynkowego sukcesu każdego nadawcy jest sukcesywne powiększanie rynku odbiorców. Podejście merkantylne stoi więc w sprzeczności z wymaganiami stawianymi przed gigantami medialnymi przez europejskie ustawodawstwo. Jak bowiem ograniczać grono własnych użytkowników (poprzez kasowanie sieci troll-kont i wzmocnianie kontroli popularyzowanych przez nie treści), skoro logika rynku nakazuje coś zupełnie przeciwnego? Działania restrykcyjne wobec własnych użytkowników nie leżą w interesie mediów społecznościowych a – w obliczu wszechobecnej rosyjskiej propagandy – są przecież konieczne.

Warto zdać sobie sprawę z jeszcze jednego paradoksu. Zwalczanie zachowań społecznie nieakceptowalnych jest możliwe także w sieci, czego dowodzi chociażby walka z propagowaniem terroryzmu, dziecięcej pornografii czy mowy nienawiści. Nie zawsze jest to walka w pełni skuteczna, ale administracja mediów społecznościowych, wsparta licznymi algorytmami, nieustannie ją podejmuje. W przypadku rosyjskiej dezinformacji jest jednak nieco inaczej. Po pierwsze większość tworzących ją komunikatów skonstruowana jest w sposób, który utrudnia ich jednoznaczną kategoryzację (inaczej niż będzie z np. nagością albo nieautoryzowaną sprzedażą). Rosyjskie farmy trolli, korzystające ze sztucznej inteligencji, zazwyczaj nie piszą wprost haseł w rodzaju: „zniszczyć zachód”, „zniszczyć NATO”, „ten naród to nie ludzie”, „wymordować ich” (choć i to się zdarza, zwłaszcza wśród silnie zindoktrynowanych ofiar-rezonatorów rosyjskiej propagandy). Przykłady rosyjskiej propagandy są często bardziej subtelne i przez to trudniejsze do identyfikacji. Jest to celowa taktyka, służąca temu, aby ani algorytm, ani administrator nie miał łatwego zadania przy jednoznacznym kategoryzowaniu tak generowanych treści jako rosyjskiej propagandy.

Przyczyną braku zaangażowania w zwalczanie rosyjskiej dezinformacji mogą być także cechy osobowościowe właściciela danego medium. Obrazuje to kasus platformy X³². Po przejściu medium przez Elona Muska w roku 2022 stało się ono otwartą przestrzenią areną i dla rosyjskiej propagandy, i dla ostrych działań antyrosyjskich. W obszarze informacyjnej wojny Rosji przeciwko Zachodowi platforma X sprawia wrażenie neutralnego (wycofanego), nieangażującego się w usuwanie/ograniczenie

³² European Commission warns Musk against spreading Russian propaganda 2023; O'Carroll 2024.

ani treści, ani poszczególnych użytkowników. Czy taki stan rzeczy jest wynikiem specyficznego spektrum ideologicznego obecnego właściciela platformy, stanowiącego mieszkankę pravicowego populizmu i technologicznego libertarianizmu? Odpowiedź na to pytanie wykracza poza ramy tekstu naukowego³³. W ramach tej platformy swobodnie wypowiadają się zatem oficjalne czynniki Rosyjskiej Federacji (mające na nim swoje konta), w tym budzący duże kontrowersje były prezydent Rosji Dmitrij Miedwiediew. To jedna strona medalu. Druga jest taka, że dzięki temu medium szeroko rozpowszechniane są również antyrosyjskie, proukraińskie i prozachodnie treści. Dobrym przykładem może być tutaj kanał Hunter UA³⁴, jedno z wielu proukraińskich kont regularnie publikujących materiały wideo nagłaśniające porażki rosyjskiego wojska, straty siły żywej oraz sprzętu. Każdego dnia dodawanych jest tu od kilku do kilkunastu materiałów (często drastycznych). Konto to było wielokrotnie zgłaszane przez prorosyjskich użytkowników platformy X (wnioskować o tym można po licznych hejterskich prorosyjskich komentarzach i groźbach zamieszczanych pod postami), jednakże mimo tego działa ono – całe szczęście – nieprzerwanie.

Podsumowując, należy przede wszystkim zwrócić uwagę na potrzebę zrozumienia wagi problemu. Rosyjska dezinformacja jest skierowana przeciwko demokracji jako systemowi oraz wszystkim towarzyszącym jej przejawom oraz wartościom, a zatem także przeciwko wolności mediów i prawu obywateli tak do informacji, jak do wyrażania własnego zdania. Aby się temu skutecznie przeciwstawić, konieczne jest, aby właściciele i pracownicy mediów traktowali dezinformację jako jedno z najważniejszych, a być może po prostu najważniejsze, wyzwanie. Dotychczasowe działania – i instytucjonalne (UE), i jednostkowe (zaangażowani internauci) zdają się podążać w tym kierunku. Wciąż jednak dalecy jesteśmy na tym polu od tryumfu, który – jak zaznacza Witold Sokała – być może nigdy w pełni nie nastąpi³⁵. Państwa demokratyczne nie mogą bowiem sięgać po rozwiązania w zakresie propagandy analogiczne do tych, jakie wykorzystywane są w reżimach niedemokratycznych. Walka z rosyjską dezinformacją jest mimo tego naszym obowiązkiem, a zarazem funkcją mediów w systemach państw demokratycznych. Rozpoznawanie i opisywanie tego problemu to także zadanie dla świata nauki.

Na zakończenie warto odnotować stosunkowo duży wysiłek organizacyjny Unii Europejskiej podjęty w walce z dezinformacją ze względu na intensywny aktualnie proces podejmowania decyzji wyborczych zarówno na obszarze państw samej Unii, jak też innych państw demokratycznych (w tym USA). Pozostaje mieć nadzieję, że wysiłek ten będzie kontynuowany z tą samą przynajmniej determinacją także w kolejnych latach.

³³ Robertson 2022.

³⁴ Hunter UA 2024.

³⁵ Sokała 2024.

CHALLENGES FOR THE SOCIAL MEDIA IN THE CONTEXT OF RUSSIAN DISINFORMATION

Summary

In recent years, the European Union has made special preparations to prevent, combat and mitigate the effects of Russian disinformation. The EU's actions are linked to the current election period in a number of democratic states, while Russia's war against Ukraine remains a tragic context of these undertakings. In effect, a robust framework has been created to enforce compliance with European law by owners of large online platforms. This study discusses and reflects on the early outcomes of such measures and critically assesses the functioning of social media in terms of Russia's disinformation-based interference.

Bibliografia

- Atanasova A., Lesplingart A., Poldi F., Kuster G. 2024, Operation Overload: how pro-Russian actors flood newsrooms with fake content and seek to divert their efforts [online]. Check First [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie: <<https://checkfirst.network/operation-overload-how-pro-russian-actors-flood-newsrooms-with-fake-content-and-seek-to-divert-their-efforts/>>.
- Bachmann I., Valenzuela S. 2023, Studying the Downstream Effects of Fact-Checking on Social Media: Experiments on Correction Formats, Belief Accuracy, and Media Trust, *Social Media + Society* 9(2).
- Bryjka F. 2022, Rozwój unijnych zdolności do zwalczania zagrożeń hybrydowych [online] Pism.pl [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://pism.pl/publikacje/rozwoj-unijnych-zdolnosci-do-zwalczania-zagrozen-hybrydowych>>.
- Drobnic-Holan A 2023, Fact-checkers and the social media misinformation tsunami: A Q&A with Lucas Graves [online]. Poynter.org [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie: <<https://www.poynter.org/fact-checking/2023/fact-checking-online-misinformation-vs-politics-government/>>.
- European Commission warns Musk against spreading Russian propaganda 2023 [online]. Ukrainian World Congress [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.ukrainianworldcongress.org/european-commission-warns-musk-against-spreading-russian-propaganda/>>.
- Goujard C., Pro-Russian Facebook ads spread to target Italy, Poland elections 2023 [online]. Politico.eu [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie: <<https://www.politico.eu/article/pro-russian-ads-networks-spread-on-facebook-despite-eu-probe-say-researchers/>>.
- Hunter UA 2024 [online]. X [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://x.com/UaCoins>>.
- Kowala M. 2024 Media kontra platformy internetowe. Zasady wynagradzania i ich egzekwowanie. Polska implementacja prawa pokrewnego wydawców prasy – analiza prawna, Warszawa.
- Martin P. 2022, George W. Bush niechący mówi prawdę o wojnie w Iraku [online]. WSWs.org [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.wsws.org/pl/articles/2022/05/20/bush-m20.html>>.
- McMahon L. 2024, Meta faces EU probe over Russian disinformation 2024 [online]. BBC [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie: <<https://www.bbc.com/news/articles/c72p1dr0mk8o>>.
- Mierzyńska A. 2023, Countering Disinformation in Poland, Warszawa.
- O'Carroll L. 2024, Elon Musk does not grasp EU fears about disinformation on X [online]. The Guardian [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.theguardian.com/world/article/2024/jun/04/elon-musk-x-twitter-eu-hate-speech-disinformation-vera-jourova>>.
- Olechowski M. 2018, Wojna Psychologiczna – próba zdefiniowania pojęcia, *Wiedza Obronna* 1-2, s. 91-106.

- Pawlak P. 2016, Charakter dyskusji politycznej na portalach informacyjnych. Studium przypadku, *Studia Europaea Gnesnensia* 13.
- Pawlak P. 2017, Retoryka wojenna w przestrzeni wirtualnej. Analiza treści warstwy komentarzy polskich portali informacyjnych, [w:] Sapeńko R., Pochyły P., *Wojna/pokój humanistyka wobec wyzwań współczesności*, Zielona Góra.
- Pawlak P. 2022, The influence of Russian propaganda and disinformation on Poland's political culture in virtual space, *Studia nad bezpieczeństwem* 7, s. 69-81.
- Postępowanie przeciwko Meta na mocy aktu o usługach cyfrowych w związku z ochroną małoletnich na Facebooku i Instagramie 2024 [online]. Riskcompliance.pl [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.riskcompliance.pl/news/postepowanie-przeciwko-meta-na-mocy-aktu-o-uslugach-cyfrowych-w-zwiazku-z-ochrona-maloletnich-na-facebooku-i-instagramie/>>.
- Robertson D. 2022, Elon Musk's Twist On Tech Libertarianism Is Blowing Up On Twitter [online]. Politico.com [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.politico.com/news/magazine/2022/11/23/elon-musks-new-school-tech-libertarianism-00070733>>.
- Sokała W. 2024, Czy żyjemy w rosyjskim matrixie? – dr Witold Sokała [online]. Układ sił [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie:<<https://www.youtube.com/watch?v=KLgUUB1u5HU>>.

Akty prawne i publikacje Unii Europejskiej

- Commission opens formal proceedings against Facebook and Instagram under the Digital Services Act 2024 [online]. European Commission [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_2373>.
- Commission welcomes political agreement on countering abusive lawsuits against public participation (SLAPP) 2023 [online]. European Commission [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_6159>.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/790 z 17 kwietnia 2019 roku w sprawie prawa autorskiego i praw pokrewnych na jednolitym rynku cyfrowym oraz zmiany WSWS 2019 [online]. Parlament Europejski [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie:<<https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzienniki-UE/dyrektywa-2019-790-w-sprawie-prawa-autorskiego-i-praw-pokrewnych-na-69185349>>.
- European Digital Media Observatory 2024 [online]. EDMO [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://edmo.eu/about-us/edmoeu/>>.
- Polityka audiowizualna i medialna 2024 [online]. Europa.eu [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/138/polityka-audiowizualna-i-medialna>>.
- The 2022 Code of Practice on Disinformation 2022 [online]. Europa.eu [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>>.
- Wspólny komunikat do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej i Rady: Zwiększenie odporności i wzmocnienie zdolności reagowania na zagrożenia hybrydowe 2018 [online]. Europa.eu [dostęp: 2024-07-21] Dostępny w Internecie:<<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A52018J00016>>.
- X narusza akt o usługach cyfrowych 2024 [online]. Europa.eu [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <https://poland.representation.ec.europa.eu/news/ke-x-narusza-akt-o-uslugach-cyfrowych-2024-07-12_en?prefLang=sk>.
- Zwalczanie dezinformacji w internecie 2022 [online]. Europa.eu [dostęp: 2024-07-21]. Dostępny w Internecie: <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/policies/online-disinformation>>.

