

# Fake newsy, postprawda i dezinformacja na YouTube



Paweł Kuczma, Anna Korzekwa-Józefowicz,  
Jacek Dembiński, Maciej Jan Broniarz



**FAKE NEWSY,  
POSTPRAWDA  
I DEZINFORMACJA NA YOUTUBE**

**Paweł Kuczma, Anna Korzekwa-Józefowicz,  
Jacek Dembiński, Maciej Jan Broniarz**

# Fake newsy, postprawda i dezinformacja na YouTube

Paweł Kuczma, Anna Korzekwa-Józefowicz, Jacek Dembiński, Maciej Jan Broniarz



Publikacja została przygotowana przez autorów dla Polskiej Fundacji im. Roberta Schumana oraz Fundacji Konrada Adenauera.

Wydawca: Polska Fundacja im. Roberta Schumana

Al. Ujazdowskie 37/5, 00-540 Warszawa

© Copyright by Polska Fundacja im. Roberta Schumana

Publikacja powstała przy wsparciu środków Komisji Europejskiej w ramach programu Europa dla Obywateli. Wsparcie Komisji Europejskiej dla produkcji tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie może zostać pociągnięta do odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji w niej zawartych.



Co-funded by the  
Europe for Citizens Programme  
of the European Union

# 1. SPIS TREŚCI

|   |    |
|---|----|
| 1. Krajobraz informacyjny internetu w epoce fake newsów   | 5  |
| 2. Definicje (fake newsy, postprawda, dezinformacja)  | 7  |
| 3. Opis platformy YouTube w kontekście rozprzestrzeniania fałszywych informacji   | 9  |
| 4. Wyniki badania treści wideo na YouTube i innych platformach  | 14 |
| 4.1. Analiza ilościowa  | 14 |
| 4.2. Analiza jakościowa. Tematyka fake newsów. Przykłady materiałów   | 19 |
| 4.2.1. Fake newsy w kontekście Unii Europejskiej  | 19 |
| 4.2.1.1. Rządowy spot „Liczy się Polska”  | 19 |
| 4.2.1.2. Film: „Unia stała się żenująca”  | 21 |
| 4.2.2. Fake newsy dotyczące pandemii Covid-19   | 22 |
| 4.2.2.1. „Spowiedź ratownika” (YouTube, Wojciech Sumliński)   | 22 |
| 4.2.2.2. „Warto rozmawiać” (TVP, Jan Pospieszalski)   | 25 |
| 4.2.2.3. „Sumliński wRealu24 OSTRO o Radzie Medycznej, oddaniu suwerenności, amantadynie i zarazie!”                      | 27 |
| 4.2.3. Fake newsy dotyczące szczepień   | 29 |
| 4.2.3.1. „Ekspert wirusolog nalega: Będzie tsunami a nie 4-ta fala” (pisownia oryginalna) kanał: Detox – Klucz do zdrowia | 29 |
| 4.2.3.2. Zrobię to dla... (stopCOVID1984)   | 31 |
| 4.2.3.3. Głos Episkopatu Polski w sprawie szczepionek   | 31 |
| 4.2.3.4. Jerzy Zięba, koronawirus, styczeń 2020   | 34 |
| 4.3. Metodologia badania  | 35 |
| 4.3.1. Wideo: forma treści i elementy analizy   | 35 |
| 4.3.2. Kryteria doboru – dlaczego wybraliśmy akurat te filmy i te kanały, a nie inne?                                     | 36 |
| 4.3.3. Kanały dystrybucji filmów  | 37 |
| 5. Podsumowanie. Wnioski i rekomendacje   | 39 |
| 5.1. Wnioski  | 39 |
| 5.2. Rekomendacje   | 40 |
| 5.2.1. Rekomendacje dla administracji publicznej  | 40 |
| 5.2.2. Rekomendacje dla mediów  | 41 |
| 5.2.3. Rekomendacje dla obywateli   | 42 |
| 5.2.4. Rekomendacje dla YouTube’a   | 42 |



# 1. KRAJOBRAZ INFORMACYJNY INTERNETU W EPOCE FAKE NEWSÓW

„Nie wierz we wszystko, co przeczytasz w internecie” - mem zawierający to lub podobne zdanie, zilustrowany zdjęciami i podpisany nazwiskami Abrahama Lincolna, Alberta Einsteina czy Józefa Piłsudskiego, ostrzega użytkowników sieci przed zbyt dużym zaufaniem, jakie wielu z nich pokłada we wszystkich treściach widzianych na ekranach telefonów i komputerów<sup>1</sup>.

Fake newsy są uważane za groźne dla demokracji, ponieważ podkopują zaufanie do instytucji publicznych, a także przyczyniają się do polaryzacji społecznej<sup>2</sup>. Eksplozja tego zjawiska oraz zainteresowanie, jakie wzbudza w wielu krajach na świecie, nastąpiły po wyborze Donalda Trumpa na prezydenta Stanów Zjednoczonych

(rys. 1.)<sup>3</sup>. Nie oznacza to jednak, że wcześniej fake newsy nie istniały. Świadomość występowania fake newsów, i to pod tą samą nazwą, występowała już w XIX wieku. Skala tego zjawiska jest trudna do zbadania. Może się też znacznie różnić w zależności od kraju, którego dotyczy ta kwestia, ale również od tego, co badacze zajmujący się tą tematyką, definiują jako fake newsy. Badania dowodzą, że od 0,15% aż do 6% amerykańskiej konsumpcji mediów dotyczy fake newsów<sup>4</sup>. Między 9 a 15% kont na Twitterze to konta fałszywe<sup>5</sup>. Te przykłady dają pewne wyobrażenie skali. Przy czym ten statystyczny wymiar nie jest tu najważniejszy, bo siła oddziaływania fake newsów nie leży w prostej arytmetyce.

<sup>1</sup> <https://memy.jeja.pl/192218,nie-wierz-we-wszystko-co.html> [dostęp 27.05.2021].

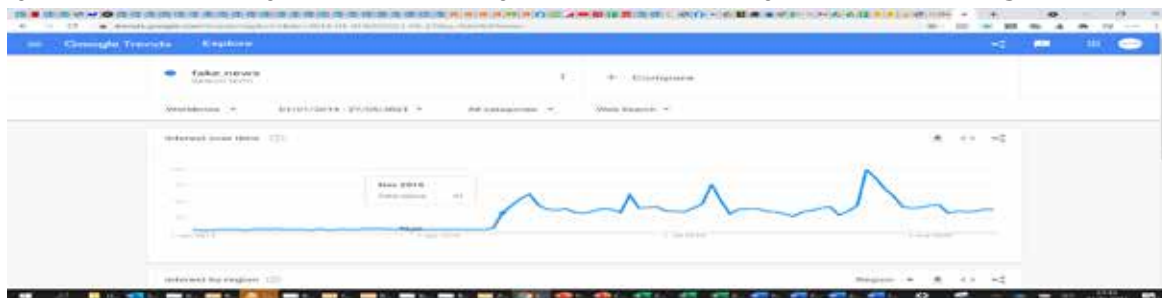
<sup>2</sup> Joshua A. Tucker, Guess A., Barberá P., Vaccari C., Siegel A., Sanovich S., Stukal D., and Nyhan B., *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*, marzec 2018, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3144139](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139) [dostęp 26.05.2021].

<sup>3</sup> <https://trends.google.com/trends/explore?date=2014-01-01%202021-05-27&q=fake%20news>

<sup>4</sup> Allen, J. Howland, B., Mobius M., Rothschild D., Watts D.J., *Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem*, Science Advances 03 Apr 2020: Vol. 6.

<sup>5</sup> O. Valor et al., *Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization*, <https://arxiv.org/pdf/1703.03107.pdf> [dostęp: 27.05.2021].

Rys. 1. Wolumen wyszukiwania frazy „fake news” w wyszukiwarce Google



Źródło: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2014-01-01%202021-05-27&q=fake%20news> [dostęp 27.05.2021].

W niniejszym raporcie analizujemy tematykę fake newsów prezentowanych w formie filmów wideo, a także miejsce ich występowania oraz metody rozprzestrzeniania się w sieci.

Problem fake newsów należy rozpatrywać zarówno od strony podaży jak i popytu na takie treści. Z jednej strony rosnąca podaż oraz sensacyjny wydźwięk sprawiają, że przyciągają one użytkowników internetu. Z drugiej strony istnieje zainteresowanie fake newsami, a więc popyt na emocjonujące, ale niekoniecznie zweryfikowane i wiarygodne treści. Według badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych, zaledwie 0,1% użytkowników internetu odpowiedzialnych jest za roznoszenie 80% fałszywych wiadomości<sup>6</sup>. Niektórzy

z takich „superroznośców” mogą znajdować się wśród analizowanych w niniejszym raporcie kanałów. Kwestia ta wymaga analizy pod kątem polskiego rynku. Niemniej jednak lepsza niż obecnie kontrola dystrybucji fake newsów nie wydaje się zupełnie skazana na niepowodzenie.

Fałszywe informacje zwykle pojawiają się w odniesieniu do kwestii politycznych lub społecznych, które wydają się na tyle proste, że każdy może mieć na ich temat własne zdanie. W istocie są one na tyle skomplikowane, iż trudno jednoznacznie udowodnić ich nieprawdziwość. Dotyczy to zwłaszcza przypadków, gdy dla niektórych odbiorców mediów wiarygodne są tylko naukowe fakty zgodne z ich własnymi poglądami<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., Lazer, D. *Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election* "Science" 25 Jan 2019, Vol. 363, Issue 642.

<sup>7</sup> Uhlig, D. Gadomska, A., *Niewolnicy światopoglądu. Sześć powodów, dla których ufamy nauce, i osiem, które czynią nas sceptykami*, <https://biqdata.wyborcza.pl/biqdata/7,159116,27126243,niewolnicy-swiatopogladu-szesc-powodow-dla-ktorych-ufamy-nauce.html> [dostęp 26.05.2021].



## 2. DEFINICJE (FAKE NEWSY, POSTPRAWDA, DEZINFORMACJA)

W mniej lub bardziej rzetelnych źródłach, można znaleźć wiele definicji terminów opisywanych w poniższym raporcie. W celu łatwiejszego zrozumienia, definiujemy je w niniejszym opracowaniu.

**Dezinformacja** jest szerokim pojęciem dotyczącym różnych form manipulowania odbiorcą przekazu. Dezinformację stanowi przekaz, którego elementy mogą być prawdziwe, ale umieszczone w odpowiednim kontekście, niosą ze sobą inne znaczenie, które wypacza jego oryginalny wydźwięk. Jedną z form dezinformacji jest fake news<sup>8</sup>.

**Fake news** to „celowe przedstawianie (zwykle) fałszywych lub wprowadzających w błąd twierdzeń jako wiadomości, w sytuacjach, w których są one z założenia mylące”<sup>9</sup>. Sam termin jest w pewnym sensie problematyczny, ponieważ pojęcie „news” odnosi się do informacji na temat rzeczywistych wydarzeń i faktów, które co do zasady powinny być prawdziwe, aby można je było nazwać informacjami. Fake newsy

rozprzestrzeniają się za pomocą różnych mediów, ale najbardziej efektywnym medium wykorzystywanym do ich propagowania jest internet, a zwłaszcza media społecznościowe, do których zalicza się YouTube.

W odniesieniu do niesprawdzonych, a zwłaszcza fałszywych informacji, używa się pojęcia **postprawda**, które „odnosi się do lub opisuje okoliczności, w których obiektywne fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej niż odwołania do emocji i osobistych przekonań”<sup>10</sup>. Takie podejście do rzeczywistych wydarzeń i faktów doprowadziło do posługiwania się przez niektórych polityków, dziennikarzy oraz twórców pojęciem tzw. **faktów alternatywnych**<sup>11</sup>, które w praktyce są dopasowywaniem rzeczywistości i zaistniałych faktów do tezy uczestnika życia publicznego. Postprawdę należałoby nazwać po prostu kłamstwem, bo tym w swojej istocie jest. Burzy zaufanie między obywatelami, prowadząc do „atomizacji

<sup>8</sup> Gelfert, A., *Fake News: A Definition*, <https://id.erudit.org/iderudit/1057034ar> [dostęp: 28.05.2021].

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> <https://www.lexico.com/definition/post-truth> [dostęp 28.05.2021].

<sup>11</sup> Określenie użyte po raz pierwszy przez Kellyanne Conway, doradczynię prezydenta Stanów Zjednoczonych, D. Trumpa, <https://www.youtube.com/watch?v=VSrEEDQgFc8> [dostęp: 28.05.2021].

życia społecznego lub jego polaryzacji”<sup>12</sup>, a w konsekwencji do faktycznego rozpadu wspólnoty. Postprawda może się przerozdzić w agresję skierowaną zarówno przeciwko wybranym grupom społecznym (np.

uchodźcom, obcokrajowcom, osobom ze społeczności LGBT, zamożnym lub postrzeganym jako bogate), jak i tym, którzy postprawdę stosują.



---

<sup>12</sup> Pawełczyk, P., Jakubowski, P., *Postprawda i nowe media. Czy potrzebujemy postprawdy?*, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne, marzec 2018.

### 3. OPIS PLATFORMY YOUTUBE W KONTEKŚCIE ROZPRZESTRZENIANIA FAŁSZYWYCH INFORMACJI

YouTube jest platformą umożliwiającą jej użytkownikom publikowanie filmów wideo. Powstała w 2005 roku, realizowała ideę web 2.0, pozwalając nie tylko udostępnić filmy, lecz także w dużej mierze wpływać na to, który film będzie popularny, a który przepadnie wśród zbyt dużej liczbie materiałów. Zakupiona w 2006 roku przez Google (obecnie Alphabet Inc.) platforma, stała się istotnym elementem również w ekosystemie reklamowym tego biznesowego giganta. YouTube zdominował rynek usług wideo w wielu krajach, w tym w Polsce. Zasięg tej platformy wśród polskich internautów wynosi 87,9%, co odpowiada ponad 25,6 mln obywateli. Pozostałe platformy wideo (w tym Netflix, Ipla, Vod.pl, Player.pl, itp.) nie przekraczają łącznie połowy zasięgu YouTube'a<sup>13</sup>.

Sama platforma ma od lat problem z filmami zawierającymi fake newsy i inne

niepożądane treści. Choć zakotwiczenie fałszywych wiadomości ma często miejsce na stronach internetowych, to media społecznościowe, w tym te pozwalające na zamieszczanie treści wideo (włącznie z największymi jak YouTube czy Facebook), stanowią wehikuł do rozprzestrzeniania się fake newsów. Problem ten dotyczy zwłaszcza YouTube'a<sup>14</sup>. Aż 27% fałszywych treści na YouTube nie jest usuwanych, ani oznaczanych, jako te, na które trzeba zwrócić szczególną uwagę<sup>15</sup>. Platforma działa na podstawie algorytmów, których celem jest utrzymanie użytkowników jak najdłużej w serwisie. W efekcie dostają oni często treści skrajne, wywołujące silne emocje - nierzadko właśnie fake newsy.

Wyzwaniem dla YouTube'a jest utrzymanie dostępności platformy dla użytkowników przy jednoczesnym zachowaniu bezpieczeństwa treści, które oferuje.

<sup>13</sup> Gemius Mediapanel, marzec 2021. Pozostałe platformy wideo mają nieco inny charakter od YouTube'a. Oferują treści wybrane przez redakcję, radę programową itp.

<sup>14</sup> Schomer, A., *Facebook and YouTube cracked down again on fake news*, <https://www.businessinsider.com/facebook-youtube-tackle-fake-news-2019-3?IR=T> [dostęp 28.05.2021].

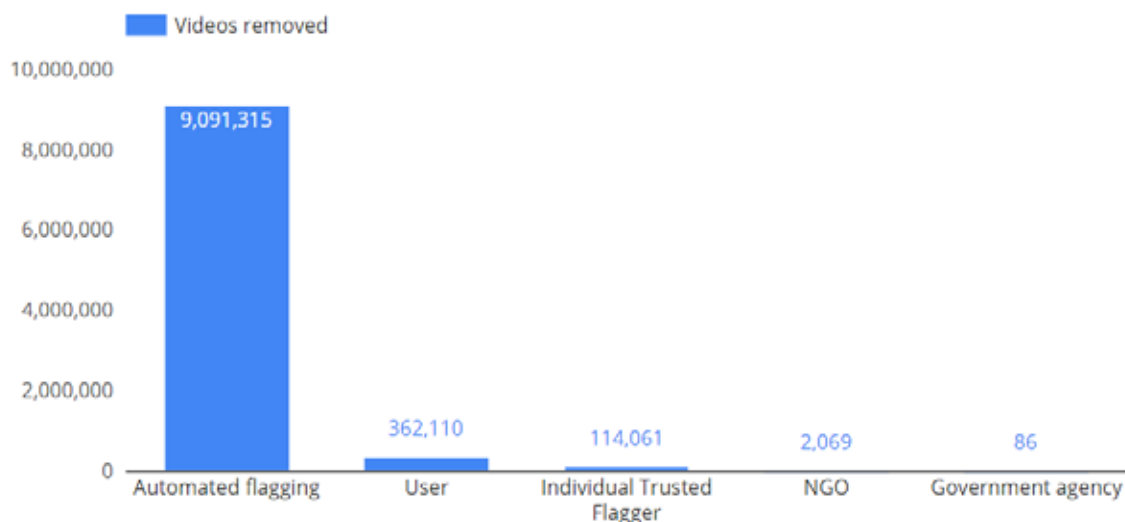
<sup>15</sup> Scott Brennen J., Simon F. M. Howard P. N., and Nielsen R. K., *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation*, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation> [dostęp 28.05.2021].

Kolejne bojkoty inicjowane przez dużych reklamodawców, którzy wstrzymywali szeroki strumień pieniędzy w obawie przed stratami wizerunkowymi, sprawiły, że YouTube wprowadził automatyczne narzędzia, umożliwiające usuwanie na dużą skalę filmów, uznanych przez algorytm za naruszające standardy<sup>16</sup>. Firma publikuje też kwartalne raporty, pokazujące liczby oraz powód usuniętych kanałów, filmów oraz komentarzy.

YouTube w ciągu kwartału usuwa około 10 mln filmów. Tylko w pierwszych trzech miesiącach roku 2021 usunął ich

9 569 641. Aż 95% z nich zostało usuniętych w związku z automatycznymi decyzjami platformy. Skuteczność jest więc bardzo wysoka – większość skasowanych filmów została obejrzana mniej niż 10 razy. Niespełna 4% usuniętych treści (362 110) zniknęło z platformy w wyniku zgłoszeń użytkowników. Powodem usunięcia jest na ogół naruszenie „wytycznych dla społeczności”. Ponadto YouTube usunął 2,2 mln kanałów zawierających ponad 59 mln filmów, które tym samym również zostały usunięte (rys. 2)<sup>17</sup>.

Rys. 2. Powody usuwania filmów z platformy YouTube w pierwszym kwartale 2021 roku.



Źródło: <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=en> [dostęp 23.05.2021].

<sup>16</sup> <https://www.theverge.com/2017/3/24/15053990/google-youtube-advertising-boycott-hate-speech>, <https://www.nytimes.com/2019/02/20/technology/youtube-pedophiles.html> [dostęp 23.05.2021].

<sup>17</sup> <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=en> [dostęp 23.05.2021].

Powody usunięcia filmów i kanałów są różne. Najczęstsza przyczyna (85%) to obecność na danym kanale filmów o charakterze spamu, wprowadzających w błąd lub zawierających próby oszustwa (spam, misleading or scam), w tym m.in. fake newsy. YouTube nie informuje jednak szczegółowo, ile z nich zawierało fałszywe informacje.

Treści w mediach, a więc także fake newsy, mogą przybierać różną formę: tekstu, dźwięku, grafiki, wideo. Występują również formy mieszane, wykorzystujące dwa lub więcej rodzajów treści. Jedną z takich mieszanych form jest film zamieszczony na platformie YouTube. Specyfika YouTube'a polega między innymi na odmiennym od większości witryn charakterze treści rozpowszechnianych w ramach tej platformy.

Każda z pozostałych platform analizowanych w niniejszym raporcie (m.in. bitchute.com, cda.pl) posiada regulamin, który zabrania publikacji niektórych rodzajów treści, ale ze względu na mniejszy rozmiar tych platform w odniesieniu do treści wideo i brak transparentności w egzekwowaniu, trudno ocenić efektywność przewidzianych w tym dokumencie sankcji.

YouTube działa podobnie do wielu innych serwisów, czerpiących z web 2.0,

pozwalając użytkownikom decydować, które treści uważają za atrakcyjne, a które nie. Interesujący z punktu widzenia użytkownika film jest oglądany relatywnie długo. Ponadto użytkownicy komentują materiał i angażują się w jego ocenę. Te i inne aspekty są analizowane przez algorytm, który decyduje jakie treści, mogące zainteresować następnych użytkowników, zostaną im polecane. Taki mechanizm promowania sprawia, że filmy o emocjonującej treści w stosunkowo krótkim czasie zyskują znaczną liczbę odsłon, co przekłada się na zwiększanie ich zasięgu. Ten sam algorytm, który dzięki „okiełznaniu zbiorowej inteligencji”, wypromował w 2020 roku przeboje piosenkarki Sanah czy wyzwania youtubera Friza i jego Ekipy, jest wykorzystywany do promocji fake newsów<sup>18</sup>.

Mimo sprawnie działających algorytmów usuwających fałszywe informacje, twórcy fake newsów często wykorzystują YouTube do rozprzestrzeniania tego typu treści. Robią to zarówno w sposób bezpośredni – zakładając kanały i publikując filmy lub pośredni – wykorzystując YouTube jako dysk do wysyłania filmów innym użytkownikom, którzy pobierają go stamtąd i przesyłają na kolejne, mniej restrykcyjne, platformy wideo.

---

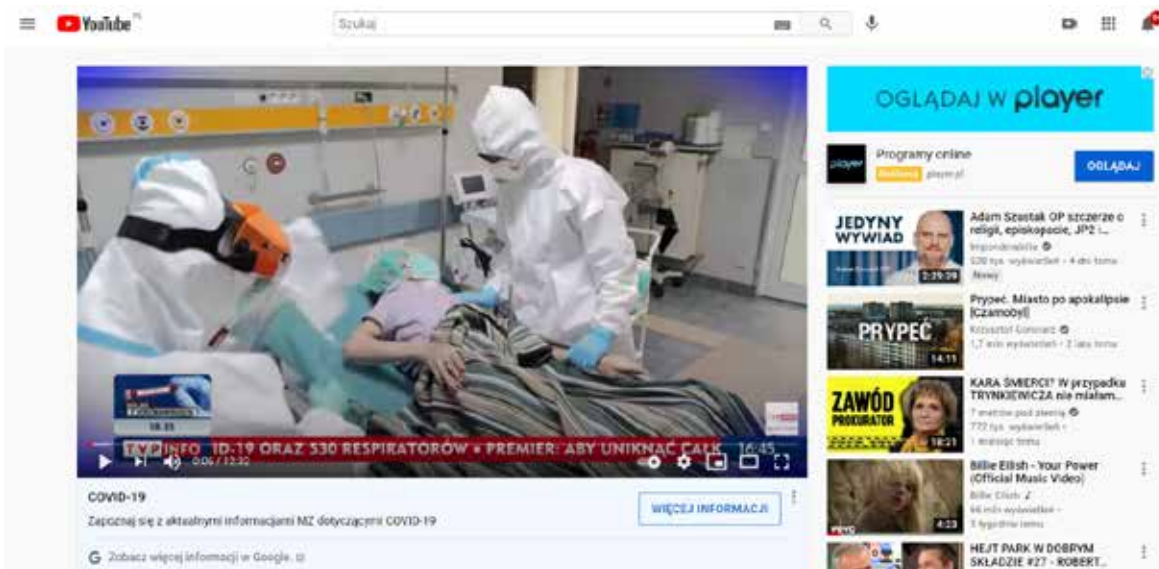
<sup>18</sup> Sanah *Szampian*, <https://www.youtube.com/watch?v=S7sN-cFhwuk>, <https://www.youtube.com/c/frizoluszek/videos?view=0&sort=p&flow=grid> [dostęp 23.05.2021].

YouTube stara się również odsyłać swoich użytkowników do wiarygodnych źródeł, szczególnie jeśli chodzi o materiały, których tematy są narażone na próby fałszowania. Robi to poprzez wyświetlanie

specjalnych komunikatów przy wyszukiwaniu niektórych słów kluczowych oraz podczas oglądania filmów dotyczących kwestii, które „często są przedstawiane w nieprawdziwy sposób”<sup>19</sup> (rys. 3).

### Rys. 3. Ostrzeżenie wyświetlane na YouTube przy drażliwych kwestiach:

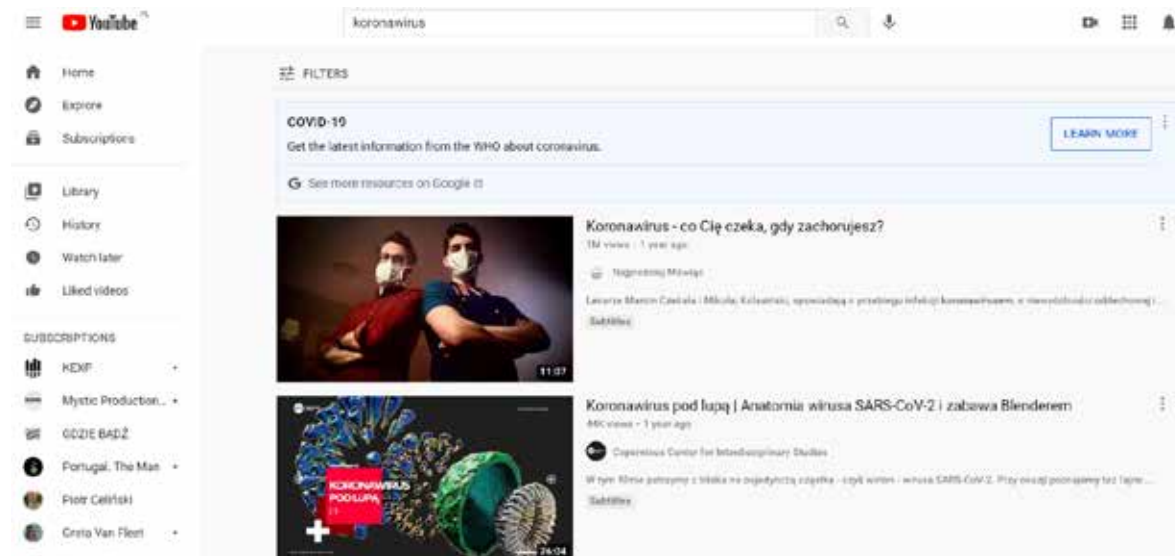
a) Komunikat pod filmem z odślánieniem do strony <https://www.gov.pl/web/szczepimysie>



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=phh2MvNBaW0> [dostęp 23.05.2021].

<sup>19</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/9004474?hl=pl-PL> [dostęp 23.05.2021].

- b) Komunikat na stronie z wynikami wyszukiwania z odesłaniem do strony <https://www.gov.pl/web/szczepimysie>



Źródło: youtube.com [dostęp 23.05.2021].

Wielu twórcom publikującym materiały na YouTube zależy na budowaniu lojalnej widowni, która będzie konsumowała ich treści regularnie. Jednym z ważnych narzędzi do tego celu jest tworzenie bazy subskrybentów. Niektóre kanały mają ich kilka tysięcy (np. Jack Caleib Mforum – 5,48 tys.), inne kilkadziesiąt (GŁOS Obywatelski – 35,6 tys.), a jeszcze inne nawet po kilkaset tysięcy (wRealu240 - 508 tys., Media Narodowe – 237 tys.) subskrybentów. Jednak ze względu na treści balansujące na granicy prawa i regulaminu YouTube'a, twórcy, tacy jak Media Narodowe Extra, starają się budować bazę widzów również

w miejscach bardziej wyrozumiałych niż ta platforma. Stąd duża popularność filmów szerzących fałszywe wiadomości i dezinformację na platformach typu bitchute.com, rumble.com czy w grupach na Facebooku. Dywersyfikacja pozwala twórcom i popularyzatorom tego typu treści z jednej strony zmniejszyć ryzyko ich usunięcia, z drugiej zaś umożliwia dotarcie do szerszego grona użytkowników. Większa liczba widzów daje szansę na monetyzację materiałów dodatkowych (np. książek) oraz na pozyskanie finansowania na portalach typu Patronite.pl, z czego korzysta między innymi kanał Media Narodowe<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> <https://patronite.pl/medianarodowe>

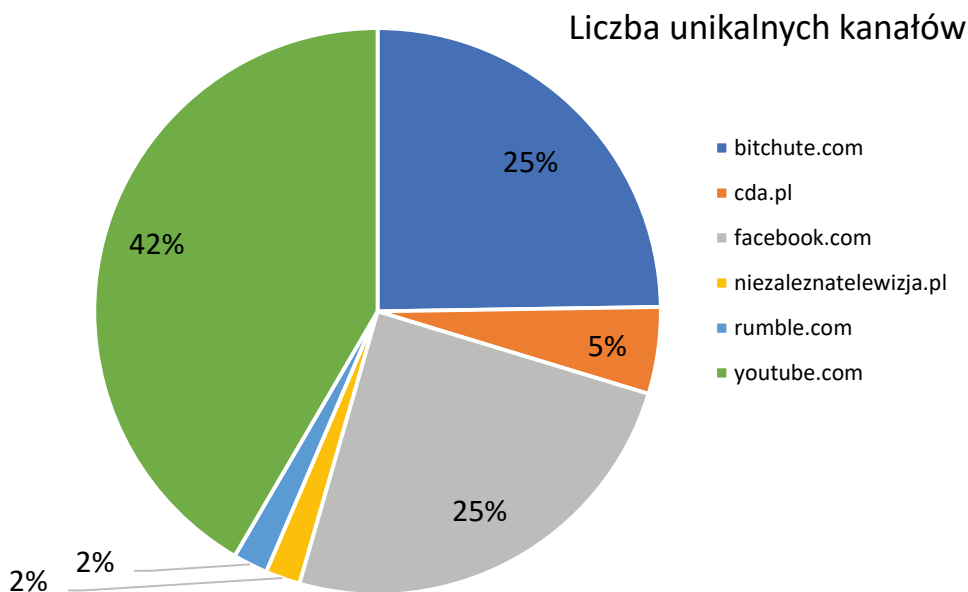
## 4. WYNIKI BADANIA TREŚCI WIDEO NA YOUTUBE I INNYCH PLATFORMACH

### 4.1. ANALIZA ILOŚCIOWA

W procesie analizy dokonaliśmy rafinacji danych, czyli ich filtrowania i analizowania w celu pozyskania nowych informacji<sup>21</sup>. W wyniku tego procesu do analizy zostały wybrane 263 filmy. Były one opublikowane

na 43 kanałach na YouTube oraz 56 kanałach/profilach na innych witrynach (rys. 4). Platforma YouTube zawiera prawie połowę badanych materiałów (rys. 5).

Rys. 4. Liczba kanałów z podziałem na źródło

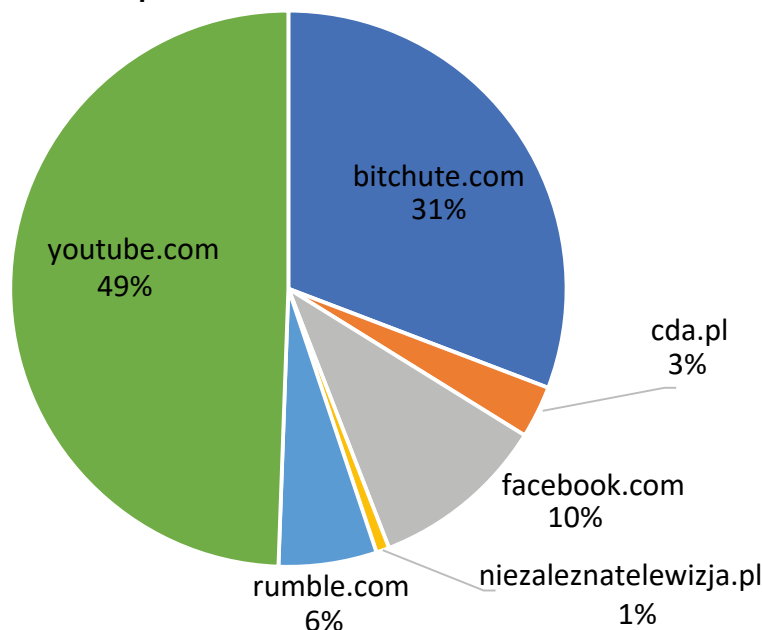


Źródło: Opracowanie własne.

<sup>21</sup> Gogołek W., *Rafinacja informacji sieciowej*, w: A., Raczyńska M., *Jastriebow, Informatyka w dobie XXI wieku*, Radom 2011, s. 229-238.



Rys. 5. Liczba filmów z podziałem na źródło



Źródło: Opracowanie własne.

Nie jest zaskoczeniem istotna obecność w zestawieniu dwóch największych portali społecznościowych w Polsce – YouTube’a i Facebooka. Znacząca pozycja portalu bitchute.com może być jednak pewnym zaskoczeniem. Jest to miejsce w internecie określane przez niektórych jako „YouTube bez cenzury”<sup>22</sup>. Portal został szybko zaadoptowany przez skrajnie prawicowe treści, które nie znalazłyby miejsca w serwisach głównego nurtu.

Część z twórców treści skupia się na jednym z wybranych portali. Inni, jak: Andy Choinski, henryk.malec.3 czy Sławomir Sikora wykorzystują kilka platform do szerzenia swoich poglądów.

Przeanalizowane w trakcie badania filmy zostały obejrzone ponad 10 mln razy i wygenerowały ponad 49 000 komentarzy.

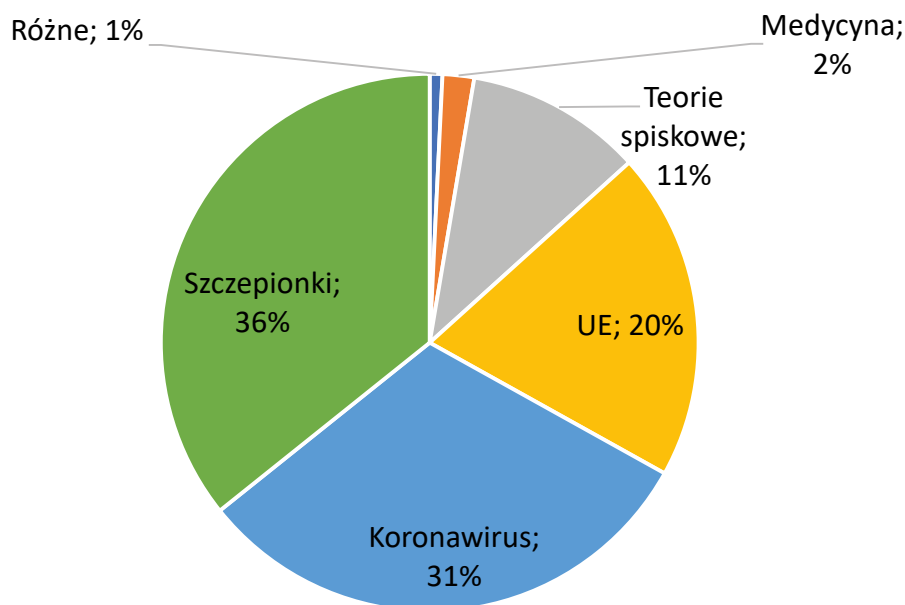
Nie zauważyliśmy w analizowanym okresie nasilenia publikacji filmów w określonym czasie w odniesieniu do konkretnych wydarzeń.

<sup>22</sup> <https://www.dobreprogramy.pl/youtube-bez-cenzury-bitchute-to-napedzany-webtorrentem-serwis-wideo-dla-niepokornych,6628400110880385a>, Frank Andrews and Ambrose Pym, The Websites Sustaining Britain’s Far-Right Influencers, <https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2021/02/24/the-websites-sustaining-britains-far-right-influencers> [dostęp 28.05.2021].

Tematyka filmów w badanym okresie została zdominowana przez epidemię koronawirusa i związane z nią kwestie. Stanowiły one 67% badanych treści, z czego

36% filmów dotyczyło szczepionek, a 31% samego koronawirusa. 20% filmów odnosiło się do Unii Europejskiej, a 11% do teorii spiskowych (rys. 6).

**Rys. 6. Najpopularniejsze kategorie tematyczne analizowanych filmów**



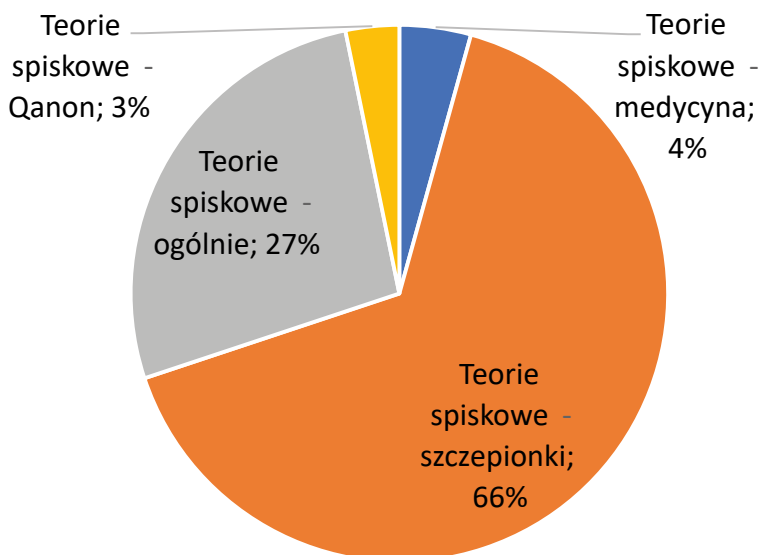
Źródło: Opracowanie własne.

Interesującym tematem badawczym, wymagającym osobnej analizy, są teorie spiskowe na YouTube. Poprzez platformę zjawisko to jest rozprzestrzeniane.<sup>23</sup> Pandemia koronawirusa była kolejnym

pretekstem do powstania lub podtrzymywania teorii spiskowych. Większość z analizowanych filmów (66%) dotyczyła kwestii szczepionek (rys. 7).

<sup>23</sup> Allington D., Joshi T., *What Others Dare Not Say: An Antisemitic Conspiracy Fantasy and Its YouTube Audience*, *Journal of Contemporary Antisemitism*, 19 grudnia 2020, Volume 3 Issue 1.

Rys. 7. Liczba filmów na temat teorii spiskowych z podziałem na szczegółowe kategorie:



Źródło: Opracowanie własne.

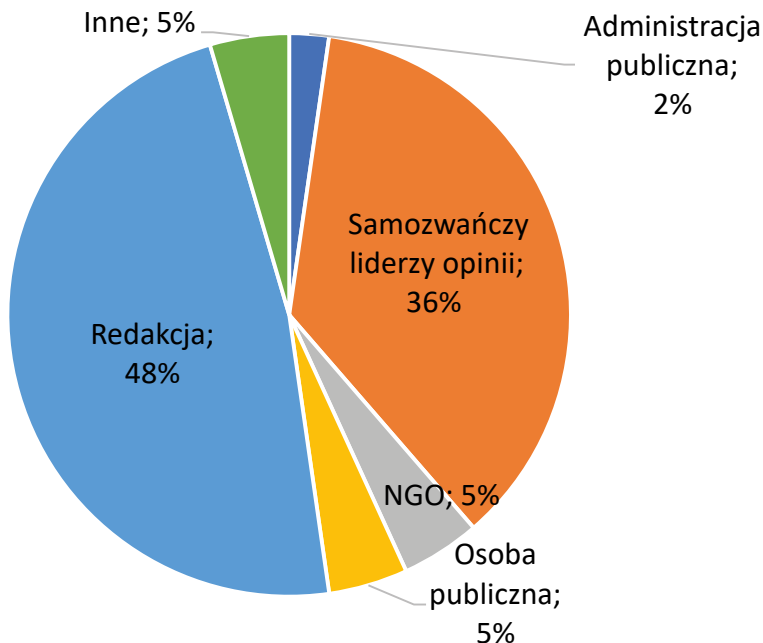
Treści określone jako fake newsy są przesyłane na platformę wideo, a konkretnie na kanał na danej platformie. Najwięcej spośród analizowanych filmów na YouTube – prawie połowa z nich (48%) - zamieszczona została na kanałach budujących swoją pozycję w sieci jako redakcje. Stąd wywodzą się ich nazwy, takie jak np.: GŁOS Obywatelski, Wolność TV (4Mens TV), Korona TV. Pokazuje to z jednej strony aspirację środowisk rozprzestrzeniających fałszywe informacje oraz dezinformację do budowania przedsiębiorstw medialnych, a z drugiej ich faktyczny poziom organizacji. Niektóre z nich to redakcje podobne do znanych z innych mediów. Część swoich materiałów nadają ze studia, które

na pierwszy rzut oka nie różni się niczym od studia telewizyjnego. Redakcje te mają swoich reporterów (np. wRealu24), prowadzą audycje na żywo. Zdarza się, że są to kanały anonimowe, na których trudno zobaczyć twarz osoby prowadzącej lub poznać jej/jego nazwisko (np. Suwerenny PL). Wśród badanych kanałów znalazły się również redakcje telewizyjne, publikujące niektóre materiały online – TVP Info oraz studio telewizyjne wPolsce.pl. 36% kanałów jest prowadzonych przez najczęściej samowolnych liderów opinii, którzy próbują przekonać widzów do przedstawianych przez siebie koncepcji (rys. 8). Pozostałe to: kanał prowadzony przez Biuro Prasowe Konferencji Episkopatu Polski

(NGO), kanał Stanisława Michalkiewicza - od wielu lat obecnego w polskiej sferze publicznej polityka, a obecnie publicystę

(osoba publiczna), a także kanał Kancelarii Premiera (administracja publiczna).

Rys. 8. Charakterystyka kanałów na YouTube



Źródło: Opracowanie własne.

Analizowane przypadki pokazały również, że YouTube poza tym, że jest platformą do publikacji i oglądania treści wideo, jest też swego rodzaju serwerem do przechowywania i rozprzestrzeniania treści na innych platformach. Są one przenoszone w inne miejsca online zarówno przez autorów/administratorów kanałów na YouTube, jak i przez osoby je obserwujące. Ze względu na dość restrykcyjną politykę dotyczącą treści na YouTube, w tym szybkie i częste usuwanie filmów, trafiają one na

inne platformy, które zarówno do samoregulacji, jak i do wymogów prawa podchodzą w sposób bardziej swobodny. Niektóre z nich, jak np.: Bitchute czy Rumble, zawierają ogromne ilości kontrowersyjnych treści. Stały się one de facto miejscem do zamieszczania tego typu treści. Mamy więc do czynienia ze swego rodzaju filmami efemerycznymi, które pojawiają się na YouTube i szybko stamtąd znikają, ale pojawiają się za to na innych platformach.

## 4.2. ANALIZA JAKOŚCIOWA. TEMATYKA FAKE NEWSÓW. PRZYKŁADY MATERIAŁÓW

Analiza filmów obejrzanych w trakcie prac nad raportem ujawnia pewien charakterystyczny trend – niezależnie od konkretnego tytułu (np.: „Przerażające informacje o szczepionce mRNA” lub „UE zwiększa zasoby własne kosztem suwerenności Polski”), filmy te nie koncentrują się na jednej kwestii, lecz dotyczą dość szerokiego zakresu tych samych, swobodnie powiązanych ze sobą zagadnień.

Główne tematy w analizowanych filmach to:

- pandemia COVID19 i walka z nią jako zaplanowana strategia wyniszczenia ludzkości lub depopulacji;

- szkodliwość szczepionek (tych przeciwko COVID, ale i szerzej – szczepień jako takich);
- jednoczesny brak skuteczności UE w walce z pandemią oraz skuteczność tej samej Unii w przejmowaniu władzy w Polsce i innych krajach wspólnoty.

Charakterystyczną cechą filmów jest płynne i niekoniecznie logiczne przechodzenie od jednego tematu do drugiego, co ma sugerować, że omawiane zjawiska są ściśle ze sobą powiązane i w gruncie rzeczy stanowią różne przejawy tego samego „zła”. Najważniejsze i najciekawsze przykłady z tych materiałów zamieściliśmy na następnych stronach raportu.

### 4.2.1. FAKE NEWSY W KONTEKŚCIE UNII EUROPEJSKIEJ

Odniesienia do Unii Europejskiej są w analizowanym materiale dość częste. Nawet jeśli film nie dotyczy bezpośrednio UE, to autorzy chętnie komentują i krytykują jej działalność, sugerując albo nieudolność unijnych władz i urzędników albo celowe działania na szkodę europejskich społeczeństw.

Nie ma tu miejsca na rzetelną analizę zdarzeń, dominują epitety i manipulacja informacjami – czasem wprost fałszywymi, czasem prawdziwymi, ale podanymi w przeinaczony sposób, w mylnym kontekście.

Poglądy autorów na Unię Europejską wyrażają już same tytuły ich filmów.

#### 4.2.1.1. RZĄDOWY SPOT „LICZY SIĘ POLSKA”

29 kwietnia 2021 roku Kancelaria Premiera opublikowała na swoim kanale na YouTube klip „770 miliardów dla Polski!”

w ramach kampanii „Liczy się Polska”, związanej z budżetem Unii Europejskiej i z największym wsparciem, jakie Unia

przeznacza między innymi na walkę ze skutkami pandemii w Polsce. W ciągu miesiąca wideo zostało wyświetlone ponad 1,1 mln razy.

Publikacji klipu towarzyszył artykuł, który ukazał się na stronie kprm.gov.pl. Jego autor tak opisuje początek produkcji materiału: „Bezinteresowna pomoc kierowców – to pierwsza scena w najnowszym spocie wideo w ramach kampanii Liczy się Polska, podczas której słyszymy: *Kiedy tylko chcemy, stać nas na tak wiele. Potrafimy wspierać się nawzajem i radzić sobie w ciężkich chwilach*”.

Polacy to naród, który jak nikt inny potrafi zjednoczyć się w najważniejszych momentach. Stać nas na to, aby podać sobie ręce i działać razem dla wspólnego dobra – słyszymy w dalszej części nagrania. Właśnie teraz, kiedy przed Polską stoi szansa na historyczne środki z Unii Europejskiej – musimy współpracować ponad wszelkimi podziałami. Dzięki wynegocjowanym 770 mld zł z unijnych funduszy, będzie nas stać na jeszcze więcej – dodaje lektor, kiedy na ekranie możemy zobaczyć inwestycje, które Polska będzie mogła zrealizować za unijne pieniądze”<sup>24</sup>.

Widzowie klipu poznają jednak tylko fragment tego tekstu. W oryginalnej ścieżce dźwiękowej słyszymy: „Kiedy tylko

chcemy, stać nas na tak wiele. Potrafimy wspierać się nawzajem i radzić sobie w ciężkich chwilach. Stać nas na to, aby podać sobie ręce i działać razem dla wspólnego dobra. Dzięki wynegocjowanym 770 mld zł z unijnych funduszy, będzie nas stać na jeszcze więcej”.

W tekście zamieszczonym na stronie, określenia takie jak „Unia Europejska”, „UE”, „unijne pieniądze” i „unijne środki” padają kilkanaście razy. W filmie o unijnych funduszach mowa jednak o tym tylko raz, w wersji zacytowanej powyżej. W dalszej części klipu użyty zostaje jeszcze przymiotnik „europejski”, jednak tylko w odniesieniu do spodziewanego podniesienia standardu życia Polaków („Te pieniądze to niepowtarzalna szansa na odbudowę gospodarki, wsparcie służby zdrowia i zapewnienie europejskiego poziomu życia każdej rodzinie”).

Planszę końcową filmu wypełnia flaga Polski oraz powtórzone dwukrotnie hasło: „770 mld złotych dla Polski”. Zamieszczono na niej także logotypy Kancelarii Prezesa Rady Ministrów i Banku Gospodarstwa Krajowego oraz napis „Liczy się Polska” – także dwukrotnie – jako hasło kampanii oraz link do jej strony.

Na planszy brakuje jakiegokolwiek informacji dotyczącej Unii Europejskiej oraz

---

<sup>24</sup> *Stać nas na to, aby podać sobie ręce i działać razem. Wystartował spot wideo w ramach kampanii Liczy się Polska*, <https://www.gov.pl/web/premier/stac-nas-na-to-aby-podac-sobie-rece-i-dzialac-razem-wystartowal-spot-wideo-w-ramach-kampanii-liczy-sie-polska>, [dostęp: 5 czerwca 2021].

faktycznego pochodzenia środków, które mają wesprzeć rozwój Polski. Motyw z zakończenia materiału – również bez adnotacji dotyczącej UE – został powtórzony także na billboardach, które zostały rozwieszane

w całym kraju jako część kampanii „Liczy się Polska”<sup>25</sup>.

Podawana w przekazach rządowych kwota unijnej pomocy zmieniała się kilkakrotnie. Opisał to portal Konkret24.pl<sup>26</sup>.

Rys. 9. „Liczy się Polska” – spot przygotowany przez Radę Ministrów RP



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=E2f9RMEensg>

#### 4.2.1.2. FILM: „UNIA STAŁA SIĘ ŻENUJĄCA”

W filmie pod tytułem „Unia stała się żenująca” władze UE określane są jako „ci szaleńcy, ta banda skorumpowanych do

granic możliwości alkoholików i degeneratów”. Wypowiedzi autora (narratora) ilustrowane są memami i odpowiednio

<sup>25</sup> Informowały o tym m.in. Fakty TVN w materiale z 10 maja pt. „Wygląda to tak, jakby oni te pieniądze skądś załatwili, a Unia była z boku”, <https://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/fundusz-odbudowy-bilbordy-informujace-o-srodkach-dla-polski-bez-unijnych-symboli,1060041.html> [dostęp: 5 czerwca 2021].

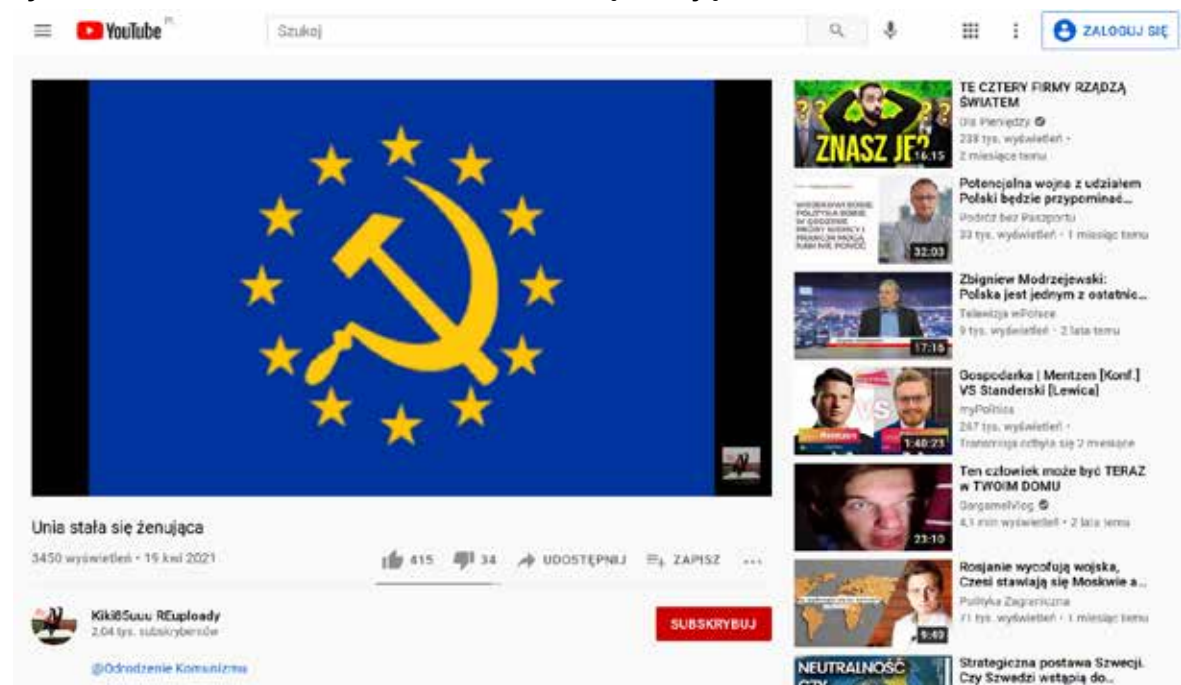
<sup>26</sup> 770, 750 czy może 648 miliardów złotych dla Polski? Czy rząd może wiedzieć, ile dostaniemy pieniędzy z UE?, <https://konkret24.tvn24.pl/polityka,112/770-750-czy-moze-648-miliardow-zlotych-dla-polski-czy-rzad-moze-wiedziec-ile-dostaniemy-pieniedzy-z-ue,1059290.html>, [dostęp: 5 czerwca 2021].

zmodyfikowanymi wycinkami z mediów, często bez logicznego związku z omawianymi treściami.

W filmie pojawia się informacja, że „armia największego kraju Europy ma aż cztery samoloty na chodzie”. Wypowiedź ta

w przekłamany sposób odnosi się do sytuacji z 2018 roku, gdy w związku problemami technicznymi, wstrzymano loty prawie wszystkich samolotów typu Eurofighter.

Rys. 10. Zrzut ekranu z filmu „Unia stała się żenująca”



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=MZTI8gcVzku> [dostęp: 23.05.2021].

## 4.2.2. FAKE NEWSY DOTYCZĄCE PANDEMII COVID-19

### 4.2.2.1. „SPOWIEDŹ RATOWNIKA” (YOUTUBE, WOJCIECH SUMLIŃSKI)

„Spowiedź ratownika” to trwający ponad trzydzieści minut film, opublikowany na kanale Wojciecha Sumlińskiego w połowie kwietnia 2021 roku.

Wojciech Sumliński jest dziennikarzem i autorem książek („Niebezpieczne

związki Bronisława Komorowskiego”, „Niebezpieczne związki Andrzeja Leppera”). Na YouTube prowadzi własny kanał (Wojciech Sumliński), który subskrybuje ponad 114 tys. osób. Gościnnie występuje

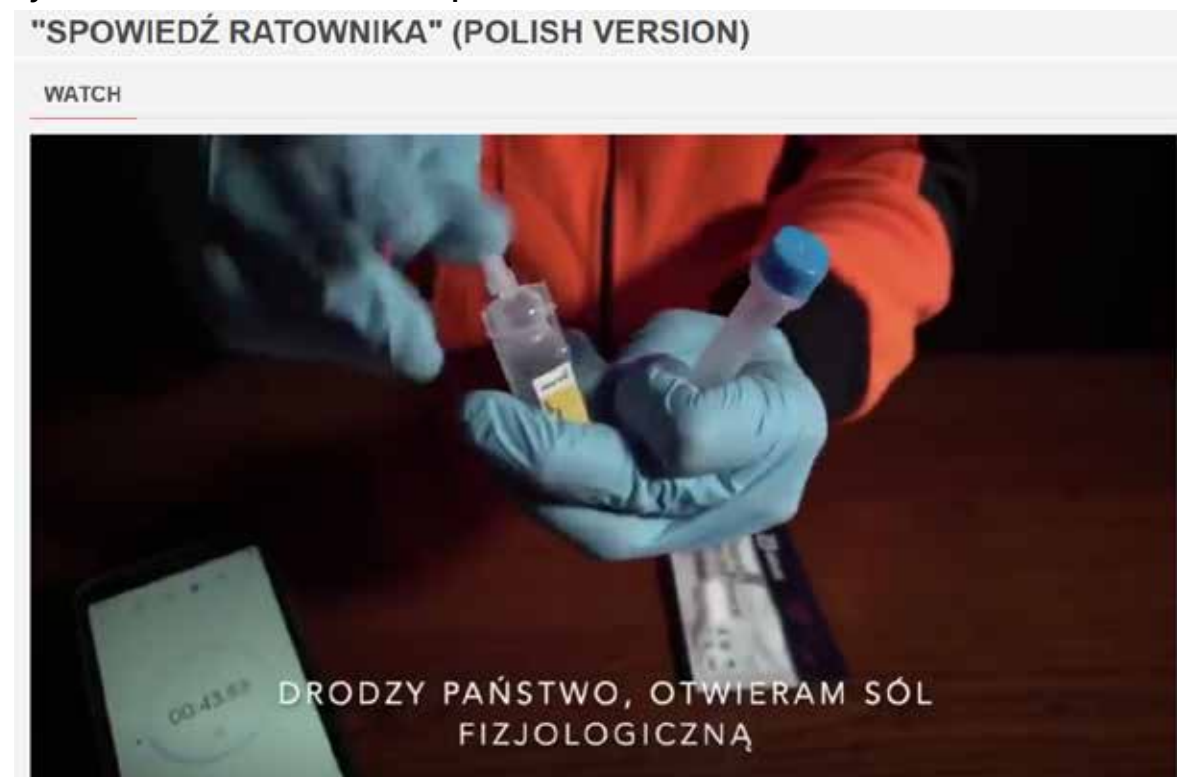


także na innych kanałach, m.in. Media Narodowe i wRealu24.pl.

W filmie „Spowiedź ratownika” występuje anonimowy mężczyzna podający się za ratownika medycznego z blisko dwunastoletnim stażem pracy. Przekonuje, że oficjalne dane związane z pandemią koronawirusa „to jedna wielka nieprawda”. Według niego zawyżane są liczby związane ze śmiertelnością, zajęтыми łózkami („szpitale są puste”), a przede wszystkim dane dotyczące pozytywnych wyników na COVID. Twierdzi, że testy antygenowe

firmy Abbott, wykorzystywane do diagnostyki, są w ratownictwie medycznym wykonywane w sposób nieprawidłowy i dają wynik fałszywie pozytywny. Ratownik przekonuje, że producent dostarcza za mało buforu, dlatego ratownicy medyczni zamiast niego stosują sól fizjologiczną. Przeprowadza też test przed kamerą. Robi to jednak niezgodnie z ulotką dołączoną przez producenta testu. Wykorzystuje sól fizjologiczną, przekracza zalecaną liczbę kropel, podaje złą kolejność wykonywanych czynności.

Rys. 11. Zrzut ekranu z filmu „Spowiedź ratownika”



Źródło: <https://www.bitchute.com/video/3H7kzp2cXMH3/> [dostęp: 23.05.2021].

Na pytanie, zadane przez rozmawiającą z nim osobę (damski głos z *offu*), o to, dlaczego nikt o tej sytuacji nie mówi, odpowiada: „Wiele osób boi się utraty stanowiska, niektórym po prostu nie zależy na tym, czy to wyjdzie na jaw czy nie. Wielu osobom jest tak wygodnie, gdyż w tej chwili tak naprawdę nasze zarobki są nieco większe niż były chociażby pół roku temu”.

W filmie pojawiają się też m.in. stwierdzenia, że nie istnieją choroby bezobjawowe, śmiertelność z powodu koronawirusa nie wynosi nawet 2%, nie wykonuje się sekcji zwłok osób zakażonych koronawirusem. Bohater filmu odnosi się także do kwestii szczepień. Mówi: „nie mam nic do szczepień”, ale jednocześnie podaje w wątpliwość bezpieczeństwo szczepionek na koronawirusa, spowodowane krótkim okresem ich produkcji. Opisuje, że pacjenci po szczepieniu mają „zaburzenia zachowania”, takie jak „pobudzenie, nerwowość”, zdarzają się nagłe zgony („pacjent sztywny”).

Portale takie jak *Konkret24* oraz *fake-news.pl*, a także prawdziwy ratownik medyczny Jan Światała, pracujący na Szpitalnym Oddziale Ratunkowym we Wrocławiu i prowadzący kanał YouTube – *SORry, tu Yanek* odnieśli się do większości informacji

podawanych przez bohatera filmu „Spowiedź ratownika”.

Na Twitterze i w mediach tradycyjnych materiał komentowała m.in. dr Matylda Kłudkowska, wiceprezes Krajowej Rady Diagnostów Laboratoryjnych: „Wystarczy wykonać proste działanie matematyczne, żeby stwierdzić, że jedna butelka buforu wystarczy do wykonania 30 testów. A kasetek w opakowaniu mamy 25. W związku z tym tego buforu zawsze zostaje, o ile używamy go zgodnie z zaleceniami producenta”<sup>27</sup>.

Film „Spowiedź ratownika” obejrzano na platformie YouTube ponad 2,5 miliona razy.

- Był na niej dostępny niemal miesiąc – od 16 kwietnia do 10 maja; nie był oznaczony jako zawierający nieprawdziwe informacje.
- Już pierwszego dnia informacje o filmie opublikowane zostały na kolejnych portalach lokalnych, takich jak: *tarnogorski.info*, *pdknews.pl*, *koscierzyna24.info*, *plonsk24.pl*. Teksty o filmie są kopią artykułów zamieszczonych na stronie Wojciecha Sumlińskiego.
- W trakcie filmu wyświetla się reklama najnowszej książki „Zapis zaraży”, której jednym z autorów jest Sumliński.

---

<sup>27</sup> Jakub Balinski, *Sól fizjologiczna wypacza wynik testu*, Tokfm.pl, <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,171710,26998521,sol-fizjologiczna-wypacza-wynik-testu-na-covid-19-a-film-ze.html> [dostęp: 27.05.2021].

Film zyskał bardzo dużą popularność w grupach antycovidowych na portalu Facebook – w pierwszych dniach był kopiowany niemal pod każdym postem zamieszczonym w tych grupach.

10 maja klip został usunięty przez YouTube. Trzy dni później, Wojciech Sumliński, pytany przez portal Wirtualne Media o przyczyny usunięcia filmu, odpowiadał: „Dostaliśmy standardowe pismo, w którym napisano m.in., że „w filmie występują kaskaderzy”. Nic podobnego tam nie było. Oczywiście odwołaliśmy się od tej decyzji, ale póki co odwołanie jest bezskuteczne.

#### **4.2.2.2. „WARTO ROZMAWIAĆ” (TVP, JAN POSPIESZALSKI)**

„Warto rozmawiać” to program publicystyczny z udziałem zaproszonych gości i publiczności, prowadzony przez Jana Pospieszalskiego, transmitowany na antenie Telewizji Polskiej.

Odcinek poświęcony tematyce pandemii emitowano 12 kwietnia 2021 roku. Poruszano w nim kwestie ochrony zdrowia, polityki szczepionkowej, lockdownu i „dramatycznej sytuacji przedsiębiorców”.

Razem z zespołem będziemy chcieli uniezależnić się od YouTube’a i podobne filmy zamieszczać na mojej stronie internetowej, którą zamierzamy rozbudować”. Zapowiedział także drugą część „spowiedzi”, tym razem bez anonimowych postaci.

18 kwietnia film został zamieszczony na witrynie Bitchute i jest tam wciąż dostępny (aktualizacja: 27 maja 2021). Na tej platformie można znaleźć także inne treści dotyczące pandemii, w tym film pod tytułem: „Fałszywa pandemia” lub „Koniec wirusa – początek niewolnictwa”.

Prowadzący mówił na antenie: „W rok po ogłoszeniu pandemii, kolejnych falach zarażeń, statystyki pokazują, że szczepienia nie spowodowały oczekiwanego zatrzymania choroby, a polityka lockdownów, w tym także zamknięcie służby zdrowia, przynosi fatalne rezultaty. Walcząc bowiem z koronawirusem, odnotowaliśmy zapaść w leczeniu innych groźnych, przewlekłych chorób”.

Rys. 12. Zrzut ekranu z filmu „Warto rozmawiać – plandemia....”

WARTO ROZMAWIAĆ - PLANDEMIA 2021-04-12 #COVID19'84

WATCH



Źródło: <https://www.bitchute.com/video/v3KltrEYznFv/> [dostęp: 23.05.2021].

Prowadzący i z zaproszeni goście nie szczędzili słów krytyki pod adresem rządu. W nieprzychylnym tonie mówiono o konieczności noszenia maseczek, porównywano obecną pandemię z przykładami z historii („jedna z mniej szkodliwych zaraz w historii świata”, „samobójcze działania świata”). Dyskutowano o odebraniu społeczeństwu sensu życia, stanie wegetacji i oddawaniu wolności w imię zapewnienia pozornego bezpieczeństwa. Mówiono o tym, że lockdown nic nie daje. Zdaniem Zbigniewa Martyki, ordynatora Oddziału Zakaźnego w Dąbrowie Tarnowskiej,

to „zbiorowe zabójstwo, ludzie są do tego zmuszani”, ponadto lockdown jest sprzeczny z aktualną naukową wiedzą. Epidemiolog Zbigniew Hałat, były minister zdrowia, sugerował, że nie ma naukowych dowodów na podejmowane przez rząd decyzje, które mają charakter polityczny. Dyskutanci odwoływali się do spotkania Davos, wypowiedzi Klaus Schwaba, Billa Gatesa, idei Wielkiego Resetu, Nowego Ładu Ekonomicznego i depopulacji.

Ze względu na wyraźnie antyrządowy charakter niektórych wypowiedzi, program został zdjęty ze strony internetowej

vod.tvp.pl, na której zamieszczane są materiały po emisji w telewizji.

Materiał udostępniono później na głównej stronie serwisu Wykop.pl, służącej

użytkownikom do dzielenia się treściami znalezionymi w internecie (z symbolem płomienia, zastrzeżonym dla najciekawszych materiałów – rys. 13).

**Rys. 13. Zrzut ekranu ilustrujący notkę dotyczącą zdjętego z emisji odcinka „Warto rozmawiać”**



Źródło: <https://www.wykop.pl/link/6066751/tvp-zawiesza-program-pospieszalskiego-na-ktory-poskarzyla-sie-poslanka-pis/> [dostęp: 23.05.2021].

Dzięki wpisom na Twitterze autorstwa Joanny Lichockiej, posłanki i członkini Rady Mediów Narodowych, która zaapelowała o zdjęcie całego programu z anteny, wydanie z 12 kwietnia zyskało dużą popularność także w tym serwisie. Program został również opublikowany na YouTube oraz na innych platformach video.

W tej chwili (stan na 27.05.2021) materiał nie jest już dostępny na YouTube, można go obejrzeć na Bitchute oraz ponownie na vod.tvp.pl.

Emisja kolejnego odcinka programu została zawieszona. Do tej pory „Warto rozmawiać” nie wróciło na antenę TVP, a sam Jan Pospieszalski współpracuje z portalem PCh24.tv, gdzie publikuje swoje treści. Zapraszany jest też do innych telewizji dostępnych w serwisie YouTube, np. wRealu24. Oprócz tego publikuje swoje materiały na portalu Facebook, Vimeo oraz na Twitterze.

#### **4.2.2.3. „SUMLIŃSKI WREALU24 OSTRO O RADZIE MEDYCZNEJ, ODDANIU SUWERENNOŚCI, AMANTADYNIE I ZARAZIE!?”**

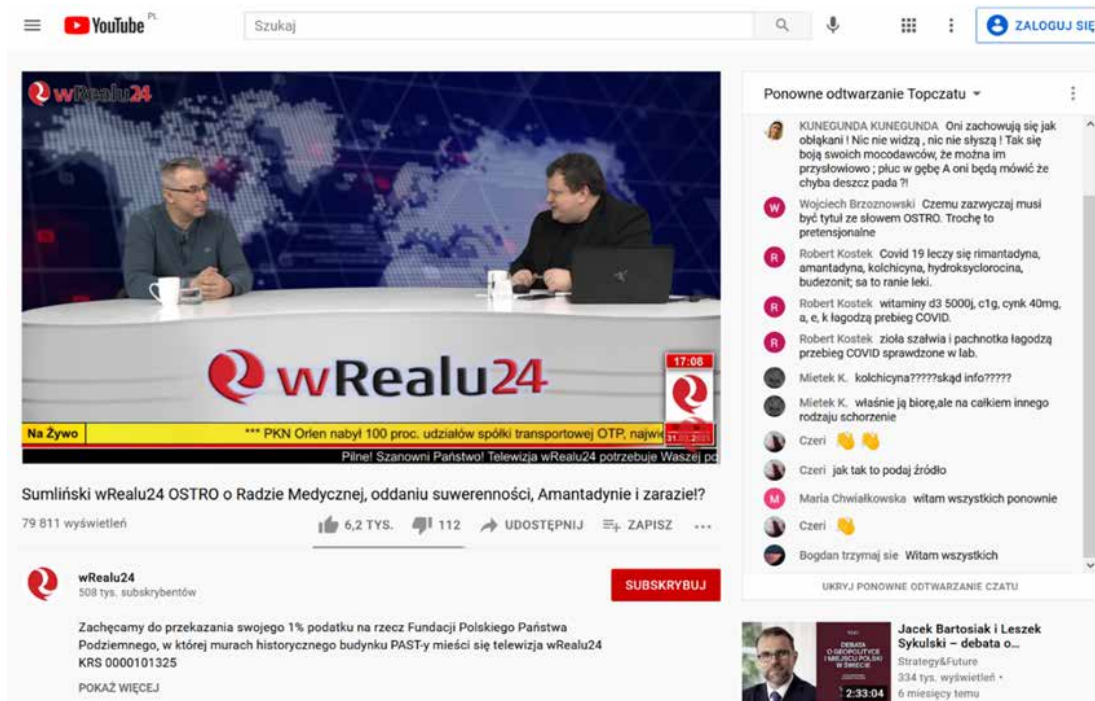
wRealu24 to telewizja definiująca się jako „niezależna i patriotyczna”. Można ją oglądać na YouTube, gdzie ma ponad 500 tysięcy subskrypcji oraz na stronie

internetowej wrealu24.pl. Redaktorem naczelnym portalu jest Marcin Rola. Kanał w przeszłości był wielokrotnie blokowany przez YouTube.

Rozmowa z Wojciechem Sumlińskim (którego sylwetka została już przybliżona powyżej), zamieszczona na portalu 31

marca, dotyczy różnych kwestii związanych z pandemią, określaną przez gościa programu „globalnym oszustwem”.

Rys. 14. Zrzut ekranu filmu „Sumliński wRealu24 OSTRO o Radzie Medycznej...”



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=xvVjtXZFJAK> [dostęp: 23.05.2021].

### Gość programu sugeruje, że:

- szczepionki „mają stać się częścią naszego życia, zbudować nowy świat na depopulacji”. Rozmówca dodaje: „Nie ma takiej siły, która by mnie zmusiła do dobrowolnego zaszczepienia”; o ludziach, którzy się chcą szczepić mówi „bardzo naiwni”;
- amantadyna – „lekarstwo w zasięgu ręki”, „gdyby amantadyna była powszechnie stosowana, to plan tych szaleńców ległby w gruzach”;
- Bill Gates jest „szalonym człowiekiem”, który „rozpisał ten scenariusz, scenariusz depopulacji”;
- paszporty covidowe – to „pewien rodzaj segregacji ludzi”;
- wspólnie z prowadzącym rozmowę przestrzega, że Unia Europejska staje się państwem federalnym,

wprowadzanym „pod płaszczykiem pandemii”.

Zachęca do „włączania myślenia”, odrzucenia fałszywych autorytetów, samodzielności myślenia.

#### 4.2.3. FAKE NEWSY DOTYCZĄCE SZCZEPIEŃ

##### 4.2.3.1. „EKSPERT WIRUSOLOG NALEGA: BĘDZIE TSUNAMI A NIE 4-TA FALA” (PISOWNIA ORYGINALNA) KANAŁ: DETOX – KLUCZ DO ZDROWIA

Kanał „Detox – Klucz do zdrowia” poświęcony jest szeroko pojętemu zdrowiu i kondycji fizycznej (witaminy, oczyszczanie organizmu, zdrowe kryształki itp.). W treści o medycynie alternatywnej autorka wplata wątki koronawirusowe lub okołokoronawirusowe.

Film pod tytułem „Będzie tsunami a nie 4-ta fala” jest doskonałym przykładem wirala – kanał ma około 47 tysięcy subskrybentów, wyświetlenia poszczególnych filmów kształtują się na poziomie kilku tysięcy. Wspomniany film, opublikowany 28 marca, w ciągu dwóch miesięcy zyskał

ponad 337 tys. wyświetleń. Udostępniany był w grupach antycovidowych i metodą kuli śnieżnej zyskiwał kolejnych widzów.

Autorka filmu tłumaczy list, jaki do Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) wystosował Geert Vanden Bossche, określany tu jako belgijski wirusolog (sam Bossche na swoim koncie na Twitterze przedstawia się jako „niezależny konsultant do spraw szczepień”). Uważa on, że poprzez szczepienia na całym świecie dojdzie do „wirusowej ucieczki immunologicznej”, która sprawi, że nieszkodliwy wirus stanie się „niekontrolowanym potworem”.

Rys. 15. Zrzut ekranu filmu „Ekspert wirusolog nalega...”

The screenshot shows a YouTube video player interface. The main video is titled "EKSPERT WIRUSOLOG NALEGA: BĘDZIE TSUNAMI a nie 4-ta FALA" and is a live broadcast from the channel "Detox - Klucz Do Zdrowia". The video has 338,282 views and was posted on March 28, 2021. The video description includes a link to a website for organic supplements. The right sidebar shows several recommended videos, including one by Jacek Wilk and another by Maciej Wieczorek.

Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=WeilPp-f9JM> [dostęp: 23.05.2021].

Publikacje na temat tego listu pojawiły się m.in. we Francji, Austrii, Niemczech, w Azji, a także w Polsce.

Wywiad z Bossche pod tytułem „Mass Vaccination in a Pandemic – Benefits versus Risks”, zamieszczony 6 marca 2021 roku na anglojęzycznym kanale Vejon Health – McMillan Research, obejrzało ponad milion osób. Twierdzenia Bossche sprawdzili weryfikatorzy m.in. z redakcji Snopes, HealthFeedback.org i AFP Fact Check, a w Polsce – portal Konkret24.pl

W liście do WHO Bossche zaznacza, że nie jest antyszczepionkowcem.

Tę informację powtarza także autorka polskiego filmu. Zaznacza, że Bossche pracował dla firm produkujących szczepionki, a także dla fundacji Billa i Melindy Gatesów. Zwraca także uwagę, aby nie zarzucać mu antyszczepionkowego przekazu. Komentarze zamieszczone pod filmem mają jednak jawnie antyszczepionkowy charakter, a autorka nie ukrywa wobec nich swojej sympatii.

W opisie filmu znajduje się link do zakupu suplementów ze sklepu autorki.

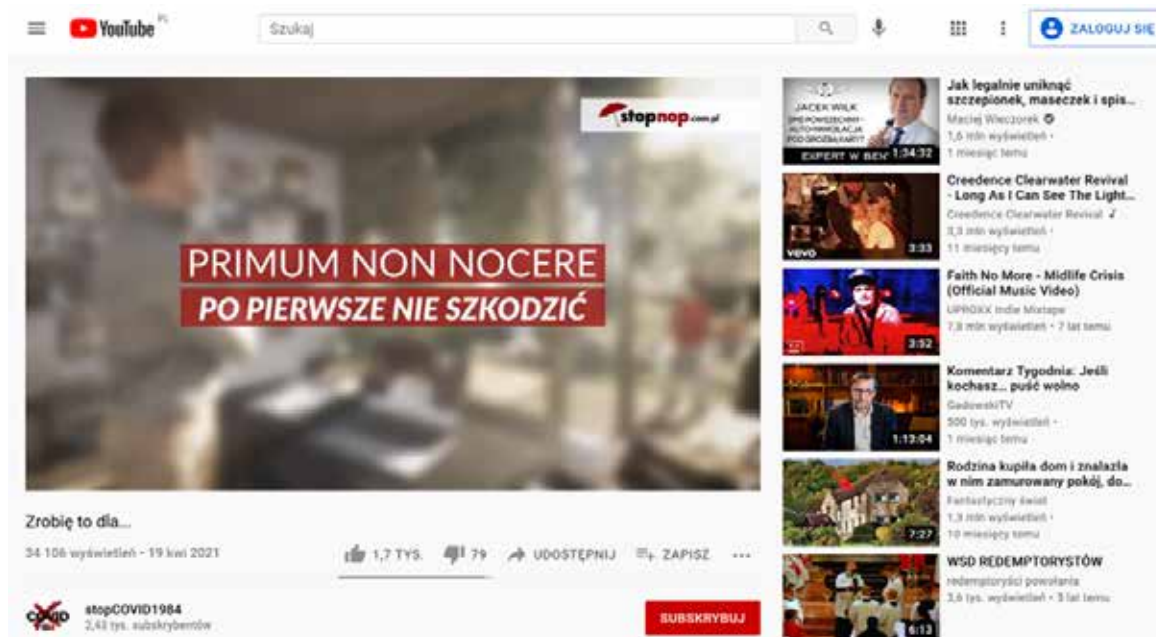


#### 4.2.3.2. ZROBIĘ TO DLA... (STOPCOVID1984)

To jeden z nielicznych przykładów „reklamy” zrobionej przez przeciwników szczepień, zrealizowanej w profesjonalny sposób, nawiązującej w formie i treści do oficjalnej kampanii rządowej, której celem jest zachęcenie do szczepień.

Bohater filmu – głos z offu – mówi: „Nie zaszczepię się. Nie dam wstrzyknąć sobie preparatu niemedycznego a chemicznego. Nie pozwolę, by ktoś wykonał na mnie lub na kimś z moich bliskich eksperyment, zwany dla zmylenia szczepieniem”.

Rys. 16. Zrzut ekranu filmu „Zrobię to dla...”



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=aB5aVEFZQ6g> [dostęp: 23.05.2021].

Film był często udostępniany w grupach antycovidowych. Na YouTube został

zamieszczony 19 kwietnia, ma ponad 33 tysiące wyświetleń.

#### 4.2.3.3. GŁOS EPISKOPATU POLSKI W SPRAWIE SZCZEPIONEK

Pojawienie się w kontekście fake newsów oficjalnego organu Kościoła Katolickiego, jakim jest Zespół Ekspertów Konferencji Episkopatu Polski ds. Bioetycznych, może się wydawać zaskakujące czy nawet

kontrowersyjne. Niemniej jednak analizujemy je ze względu na oddźwięk w społeczeństwie, jaki miała treść opisanego poniżej filmu. Na konferencji prasowej 14 kwietnia, przewodniczący tego Zespołu

przedstawił stanowisko dotyczące szczepionek przeciwko COVID.

W opinii podpisanej przez biskupa Jana Wróbla, dostępnej także na stronie episkopat.pl, czytamy: „W produkcji szczepionek AstraZeneca i Johnson&Johnson korzysta

się z linii komórkowych stworzonych na materiale biologicznym pobranym od abortowanych płodów. [...] Ten fakt budzi poważny sprzeciw moralny [...] katolicy nie powinni godzić się na szczepienie tymi szczepionkami”<sup>28</sup>.

### Rys. 17. Stanowisko Zespołu Ekspertów Konferencji Episkopatu Polski ds. Bioetycznych



Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=Wzx5VAFr13o> [dostęp 26.05.2021].

Jednocześnie dodano, że wierni mogą szczepić się powyższymi szczepionkami, ale tylko, gdy nie mają innego wyboru („Trzeba bowiem pamiętać, że wierni, którzy nie mają możliwości wyboru innej szczepionki i są wprost zobligowani określonymi uwarunkowaniami - np.

zawodowymi, posłuszeństwa w ramach określonych zespołów, struktur, urzędów, służb, dla których przeznaczono właśnie te szczepionki - mogą z nich skorzystać bez winy moralnej”).

Opinia przewodniczącego Zespołu Ekspertów KEP ds. Bioetycznych jest sprzeczna

<sup>28</sup> Stanowisko przewodniczącego Zespołu Ekspertów Konferencji Episkopatu Polski ds. Bioetycznych w sprawie korzystania ze szczepionek przeciw COVID-19 firm AstraZeneca i Johnson&Johnson, <https://episkopat.pl/bp-wrobel-technologie-produkcji-szczepionek-astrazeneca-i-johnsonjohnson-budzi-powazny-sprzeciw-moralny/> [dostęp: 5 czerwca 2021].

z wcześniejszymi dokumentami w sprawie szczepionek, wydawanymi przez Watykan. Pominięto w niej stanowiska przyjęte w lipcu 2017 roku przez Papieską Akademię Życia<sup>29</sup> oraz w grudniu 2020 roku – bezpośrednio w związku ze szczepieniami przeciwko COVID-19 – przez Watykańską Kongregację Nauki Wiary<sup>30</sup>. Stanowisko Papieskiej Akademii Życia mówi, że katolicy mogą korzystać ze szczepionek zawierających omawiane linie komórkowe, ponieważ są one bardzo oddalone od zabiegu aborcji przeprowadzonego w 1972 roku w Holandii. Nie ma tu więc bezpośredniego powiązania między zaszczepieniem a „czerpaniem korzyści” z aborcji.

Kongregacja Nauki Wiary stwierdziła, że jest „moralnie dopuszczalne stosowanie szczepionek przeciw COVID-19, które wykorzystają linie komórkowe pozyskane z abortowanych płodów w swoich badaniach i procesie produkcyjnym”. W przypadku obecnej pandemii „można korzystać ze wszystkich szczepionek uznanych

za klinicznie bezpieczne i skuteczne z pełną świadomością, że odwołanie się do takich szczepionek nie oznacza formalnej współpracy przy aborcji, z której pochodzą komórki, z których zostały wyprodukowane”.

Stanowisko Zespołu KEP ukazało się, gdy trzecia fala pandemii w Polsce osiągnęła najwyższy punkt. Zgodnie z oficjalnymi danymi podawanymi przez rząd, kwiecień 2021 roku był najtragicznijszym miesiącem od początku pandemii. Z powodu COVID-19 zmarło wtedy blisko 14,5 tys. osób. Rekordowy pod tym względem był 8 kwietnia, gdy jednego dnia liczba ofiar wyniosła ponad 950.

W polemikę z opinią Zespołu KEP wszedł portal rządowy „Szczepimy się”: „Stawką procesu szczepień jest życie nasze i naszych najbliższych. Już ponad 800 milionów osób zostało zaszczepionych, w tym Papież Franciszek i część polskich biskupów. Szczepienia pozwolą nam wrócić do normalnego życia, m.in. normalnych praktyk religijnych”.

---

<sup>29</sup> *Note on Italian vaccine issue*, <http://www.academyforlife.va/content/pav/en/the-academy/activity-academy/note-vaccini.html>, [dostęp: 5 czerwca 2021].

<sup>30</sup> *Watykan: szczepionki przeciw COVID-19 „moralnie akceptowalne”*, <https://www.vaticannews.va/pl/watykan/news/2020-12/watykan-szczepionki-przeciw-covid-19-moralnie-akceptowalne.html> [dostęp: 5 czerwca 2021].

Rys. 18. Odpowiedź rządowego portalu „Szczepimy się” na stanowisko Episkopatu Polski na temat szczepionek



Źródło: <https://twitter.com/szczepimysie/status/1382281011745202176> [dostęp 26.05.2021].

Jak podaje portal fact-checkingowy Demagog.pl, artykuły wskazujące na to, że płody po aborcjach są narzędziem w rękach przemysłu kosmetycznego,

spożywczego czy medycznego (w szczególności szczepionek) pojawiają się w sieci od 2015 roku<sup>31</sup>.

#### 4.2.3.4. JERZY ZIĘBA, KORONAWIRUS, STYCZEŃ 2020

Jerzy Zięba to znany od lat propagator pseudonauki. Zajmuje się tematyką zdrowia, promując teorie i metody leczenia, stojące często w całkowitej sprzeczności z obecnym stanem wiedzy medycznej.

Na temat koronawirusa nagrał kilka-naście filmów (np. „COVID-19 – Zachorowałem i w kilka godzin wyzdrowiałem”, „COVID-19 – Testowe oszustwo świata?”), które dostępne są obecnie na jego stronie

internetowej oraz w serwisie Bitchute. Jego konto na YouTube, jak sam informuje na stronie [www.jerzyzieba.com](http://www.jerzyzieba.com), zostało zablokowane. Pierwszy film na temat koronawirusa Zięba opublikował w styczniu 2020 roku. Pojawiają się w nim sugestie, jakoby koronawirus został opatentowany przez USA i dawał objawy normalnego przeziębienia (kichamy, kaszлемy, bolą mięśnie).

<sup>31</sup> *Nie. Martwe ludzkie płody nie są wykorzystywane w przemyśle*, [https://demagog.org.pl/fake\\_news/nie-martwe-ludzkie-plody-nie-sa-wykorzystywane-w-przemysle/](https://demagog.org.pl/fake_news/nie-martwe-ludzkie-plody-nie-sa-wykorzystywane-w-przemysle/), [dostęp: 5 czerwca 2021].

Rys. 19. Zrzut ekranu filmu „Jerzy Zięba – Koronawirus....”



Źródło: [https://www.bitchute.com/video/7eybcNaxCwdl/?fbclid=IwAR2S\\_BaKjdv8\\_f8ZjviU8TcYEMbSE1TaGJwrNo47W3VCgHktgiBb5Xiy8w](https://www.bitchute.com/video/7eybcNaxCwdl/?fbclid=IwAR2S_BaKjdv8_f8ZjviU8TcYEMbSE1TaGJwrNo47W3VCgHktgiBb5Xiy8w) [dostęp: 23.02.2021].

## 4.3. METODOLOGIA BADANIA

### 4.3.1. WIDEO: FORMA TREŚCI I ELEMENTY ANALIZY

Odnosząc się do treści wideo, należy wziąć pod uwagę ich specyfikę, a zwłaszcza wielowymiarowość analizy, której mogą być poddane. Są to:

- Tekst – tytuły oraz opisy filmów, a także treść komentarzy. Metodologia analizy tekstu ma solidne podstawy naukowe<sup>32</sup>;
- Dźwięk – metoda analizy treści nagrań dźwiękowych polega na ich transkrypcji na tekst i zastosowaniu metod analizy treści tekstowych. Może być więc z dużej części bądź nawet w całości zautomatyzowana;
- Miniaturka (obraz statyczny);

<sup>32</sup> M.in. Gogołek, W., Kuczma, P, *Informacyjny potencjał sieci – na przykładzie wyborów prezydenckich 2010 roku*, „Studia Medioznawcze” 4/2010.

- Wideo – obraz ruchomy z dźwiękiem lub bez;
- Metadane: tagi, kategoria, długość filmu, liczba wyświetleń, liczba komentarzy, liczba kciuków w górę i w dół, liczba subskrybentów<sup>33</sup>.

W ramach badania opisanego w niniejszym raporcie, analizowane były w dużej mierze materiały z YouTube'a, który

jest największą tego typu platformą. Jest to o tyle istotne, że ze względu na skalę oraz rolę, jaką odgrywa ona na rynku, jest też punktem odniesienia dla podmiotów konkurencyjnych.

Na potrzeby niniejszej analizy badana była zawartość treści dźwiękowych, które najlepiej oddają przekaz filmów.

### 4.3.2. KRYTERIA DOBORU – DLACZEGO WYBRALIŚMY AKURAT TE FILMY I TE KANAŁY, A NIE INNE?

Na YouTube przesyłanych jest w każdej minucie kilkaset godzin filmów wideo. Nawet jeśli wybierzemy tylko filmy zawierające fake newsy, nie jest możliwe przeanalizowanie ich wszystkich. Kierowaliśmy się następującymi kryteriami doboru:

1. Popularność i rozpoznawalność twórcy – przykładowo: Wojciech Sumliński, Jerzy Zięba to osoby, których twórczość na różnych kanałach jest dostępna i znana od lat.
2. Wyświetlenia filmu: film osiągnął dużo wyświetleń/jest popularny wśród grupy docelowej. Zwykle łączy się to z punktem pierwszym, nie zawsze jest to jednak konieczne (tzw. virale czy one-shoty małego twórcy).
3. Kanały bliźniacze: youtuberzy wzajemnie się wspierają, często nie

konkurują, ale wzmacniają swoje zainteresowania pokrewnymi produkcjami. Wchodząc na jeden kanał, można dotrzeć do kolejnych podobnych. W ten sposób docieraliśmy do małych twórców, którzy publikowali swoje treści dość regularnie.

4. Popularność filmu: w odróżnieniu od punktu drugiego, chodzi tu konkretnie o częste pojawianie się w grupach koronawirusowych na Facebooku. Niektóre filmy nie pojawiały się zbyt często, a miały dużo wyświetleń albo na odwrót (np. film „Zrobię to dla...” pojawiał się dość często, a ma tylko 33 tysiące wyświetleń).
5. Te cztery metody poszukiwania treści wideo pozwoliły w naszym odczuciu dotrzeć do większości dostępnych

---

<sup>33</sup> *You Know What to Do: Proactive Detection of YouTube Videos Targeted by Coordinated Hate Attacks*, Enrico Maricont

w języku polskim materiałów dezinformacyjnych, mieszczących się w tematyce raportu, bez powtarzania ich zawartości.

Przytoczone w opisach przykłady to dość znane filmy, które odbiły się szerokim echem w polskiej przestrzeni informacyjnej i mogły mieć wpływ na kształtowanie postaw wśród osób niezdecydowanych w tematach szczepionkowych/unijnych.

#### 4.3.3. KANAŁY DYSTRYBUCJI FILMÓW

Głównym kanałem dystrybucji filmów są grupy o tematyce koronawirusowej na portalu Facebook. Najbardziej popularne materiały pojawiają się też na Twitterze lub Wykopie (vide „Warto Rozmawiać”).

W naszym odczuciu grupa osób odpowiedzialnych za rozpowszechnianie tego typu treści w polskim internecie jest niejednorodna. Wśród autorów filmów są na przykład youtuberzy wiedzący jak monetyzować rozmaite kontrowersje, osoby zajmujące się medycyną alternatywną, promujące teorie spiskowe, a także przedstawiciele środowisk jawnie antyszczepionkowych.

Jeśli film zyskuje dużą popularność, choć kanał jego twórcy ma niewielką liczbę subskrypcji, oznacza to, że autor dobrze wyczuwa trendy i jest aktywny we wspomnianych grupach.

Tabela.1. Grupy, FP i linki

| Nazwa grupy   | URL   | Kategoria tematyczna  |
|---|---|-----------------------|
| Koronawirus – grupa wsparcia, wymiana doświadczeń, porady   | <a href="https://www.facebook.com/groups/3815891631831465/">https://www.facebook.com/groups/3815891631831465/</a>                       | Koronawirus           |
| Covid-19 – relacje chorych                                  | <a href="https://www.facebook.com/groups/covid19.wymiana.doswiadczen/">https://www.facebook.com/groups/covid19.wymiana.doswiadczen/</a> | Koronawirus           |
| INFO KoronaWirus PL   | <a href="https://www.facebook.com/groups/217098049650007/">https://www.facebook.com/groups/217098049650007/</a>                         | Koronawirus           |
| KORONAWIRUS W POLSCE – leczenie, objawy, wymiana informacji | <a href="https://www.facebook.com/groups/koronawiruswPolsceFAQ/">https://www.facebook.com/groups/koronawiruswPolsceFAQ/</a>             | Koronawirus           |
| KORONAWIRUS (SARS COV 2) INFO NA BIEŻĄCO!!!                 | <a href="https://www.facebook.com/groups/246918216327045/">https://www.facebook.com/groups/246918216327045/</a>                         | Koronawirus           |
| COVID-19 – Koronawirus –grupa wsparcia dla pozytywnych      | <a href="https://www.facebook.com/groups/342523570389688/">https://www.facebook.com/groups/342523570389688/</a>                         | Koronawirus           |
| Jerzy Zięba – nasz medialny przedstawiciel                  | <a href="https://www.facebook.com/groups/619357982005524/">https://www.facebook.com/groups/619357982005524/</a>                         | Medycyna alternatywna |

## Fake newsy, postprawda i dezinformacja na YouTube

|  |   |                       |
|--|---|-----------------------|
| Koronawirus (to ściema) Oświeceni  | <a href="https://www.facebook.com/groups/1771409533001132/">https://www.facebook.com/groups/1771409533001132/</a>   | Koronawirus           |
| Koronawirus to ściema fałszywa pandemia nie daj się nabrać                 | <a href="https://www.facebook.com/groups/669874603785133/">https://www.facebook.com/groups/669874603785133/</a>   | Koronawirus           |
| Koronawirus SARS-CoV-2, Covid-19 w Polsce                                  | <a href="https://www.facebook.com/groups/koronawirus/">https://www.facebook.com/groups/koronawirus/</a>   | Koronawirus           |
| Nie wierzę w Koronawirusa – Grupa wsparcia                                 | <a href="https://www.facebook.com/groups/691343721468715/">https://www.facebook.com/groups/691343721468715/</a>   | Koronawirus           |
| Suweren w czasach próby  | <a href="https://www.facebook.com/groups/659187488059189/">https://www.facebook.com/groups/659187488059189/</a>   | Koronawirus           |
| Poznajmy prawdziwe oblicze STOP NOP  | <a href="https://www.facebook.com/groups/455435228167539/">https://www.facebook.com/groups/455435228167539/</a>   | Medycyna alternatywna |
| KORONAWIRUS UK PODAJ I ZBIERZ INFORMACJE                                   | <a href="https://www.facebook.com/groups/644867389643295/">https://www.facebook.com/groups/644867389643295/</a>   | Koronawirus           |
| Sławomir Sikora  | <a href="https://www.facebook.com/SlawomirSikoraPL/">https://www.facebook.com/SlawomirSikoraPL/</a>   | Teorie spiskowe       |
| Armand Gadecki   | <a href="https://www.facebook.com/armandvel.armanii">https://www.facebook.com/armandvel.armanii</a>   | Teorie spiskowe       |
| Chcemy wyjścia z UE  | <a href="https://www.facebook.com/groups/126443838203956/">https://www.facebook.com/groups/126443838203956/</a>   | UE                    |
| Niezależna telewizja   | <a href="https://www.facebook.com/niezaleznatelewizja/">https://www.facebook.com/niezaleznatelewizja/</a>   | Teorie spiskowe       |
| Telewizja WRealu24   | <a href="https://www.facebook.com/TelewizjaWRealu24/">https://www.facebook.com/TelewizjaWRealu24/</a>   | Teorie spiskowe       |
| Ukryte terapie – Jerzy Zięba   | <a href="https://www.facebook.com/ukryteterapie/">https://www.facebook.com/ukryteterapie/</a>   | Medycyna alternatywna |
| Wolne Media Silesia  | <a href="https://www.facebook.com/wolnemediasilesia/">https://www.facebook.com/wolnemediasilesia/</a>   | Teorie spiskowe       |
| Dr Jerzy Jaśkowski Doktor z powołania - grupa osób wspierających           | <a href="https://www.facebook.com/groups/Wiedza.doktora.Jaskowskiego.i.nie.tylko/">https://www.facebook.com/groups/Wiedza.doktora.Jaskowskiego.i.nie.tylko/</a> | Medycyna alternatywna |
| Koronawirus w Polsce, COVID-19 – wymiana sprawdzonych informacji, leczenie | <a href="https://www.facebook.com/groups/1451768341669521/">https://www.facebook.com/groups/1451768341669521/</a>   | Koronawirus           |
| Antyszczepionkowcy   | <a href="https://www.facebook.com/groups/1822109861346166/">https://www.facebook.com/groups/1822109861346166/</a>   | Szczepionki           |



# 5. PODSUMOWANIE. WNIOSKI I REKOMENDACJE

## 5.1. WNIOSKI

Fake newsy, postprawda, fakty alternatywne, dezinformacja - to zjawiska groźne dla demokracji. Jednocześnie model działania portali społecznościowych, w tym platformy YouTube, funkcjonuje na podstawie algorytmów, których celem z jednej strony jest dostarczanie interesujących treści użytkownikom, a z drugiej maksymalizacja czasu, jaki ów użytkownik spędza w serwisie.

YouTube jest globalnym liderem jeśli chodzi o treści wideo. Kwestia obecności fake newsów oraz duża skala zjawiska są wypadkową tej sytuacji. Wpływ fałszywych wiadomości na życie społeczne jest istotny - to wpływ jednoznacznie negatywny, stąd wiele osób i podmiotów stara się badać zjawisko i szukać sposobu na jego neutralizację.

Fake newsy rozprzestrzeniają się znacznie szybciej i docierają dalej niż prawdziwe informacje<sup>34</sup>. Z drugiej strony za rozprzestrzenianie się fake newsów odpowiada

relatywnie niewiele osób i podmiotów<sup>35</sup>. YouTube i inne platformy, na których fake newsy rozprzestrzeniają się najszybciej, wiedzą dokładnie, kim są ci użytkownicy „superroznośnicy”. Są też w stanie tak zmodyfikować swój algorytm, regulaminy oraz technologie weryfikacji niepożądanych treści, żeby zminimalizować ich wpływ na indywidualnych odbiorców i całe społeczeństwa.

Trzeba podkreślić, że YouTube zrobił już wiele, żeby usuwać niepożądane treści (fake newsy, ale również oszustwa, treści pornograficzne, wzywające do nienawiści, prześladowań itp.). Odsyła też użytkowników (na przykład przy materiałach na temat szczepionek) do wiarygodnych źródeł. Nie znaczy to jednak, że nie można zrobić więcej (patrz punkt 5.2 „Rekomendacje”).

Treści wideo zawierające fałszywe wiadomości i dezinformacje są jednak zamieszczane nie tylko na YouTube. Znaczna ich część migruje m.in. na serwisy Bitchute

<sup>34</sup> Vosoughi S., Roy D., *The spread of true and false news online*, "Science" 9 marca 2018, Vol. 359, Issue 6380.

<sup>35</sup> Grinberg N., Joseph K., Friedland L., Swire-Thompson B., Lazer, D., *Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election.*, "Science" 25 Jan 2019, Vol. 363, Issue 6425.

czy Rumble ze względu na mniej restrykcyjną politykę dotyczącą treści w tych miejscach lub celowe ich tworzenie z myślą o osobach o poglądach skrajnych. Miejscem rozprzestrzeniania się tego typu treści jest też Facebook, a zwłaszcza grupy na tej platformie.

Ze względu na okres pandemii, analizowane treści zawierające fałszywe wiadomości, w dużej mierze dotyczyły koronawirusa i szczepień przeciwko Covid-19. O ile trudno o wpływ działań administracji publicznej na inicjatywy osób indywidualnych czy niewielkich, niezależnych

## 5.2. REKOMENDACJE

Istotny poziom szkodliwego wpływu fake newsów i dezinformacji na opinię publiczną jest relatywnie nowym zjawiskiem. Z tego powodu reakcja obywateli, podmiotów administracji rządowej czy NGO-sów, które je zauważają, jest opóźniona. Negatywny wpływ fałszywych wiadomości na

redakcji, to polski rząd ma wiele narzędzi, żeby kontrolować publiczną telewizję i to, co jest emitowane np. w TVP.info. Istnieje też przynajmniej kilka formuł dialogu z Episkopatem Polski, który swoimi nieprzemyślanymi komunikatami może zrujnować wysiłek wielu pracowników służby zdrowia, czy zwykłych obywateli.

Zamieszczony w końcu kwietnia 2021 roku spot rządowy wykorzystujący dezinformację pokazuje, że administracja rządowa nie jest zainteresowana walką z dezinformacją. Wręcz przeciwnie, wykorzystuje ją do swoich politycznych celów.

społeczeństwa nie jest jednak nieuchronny. Niniejszy raport jest jedną z wielu prób analizy tego zjawiska oraz wypracowania rekomendacji dla różnych podmiotów zainteresowanych zmianą obecnego stanu rzeczy w tym zakresie.

### 5.2.1. REKOMENDACJE DLA ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

Instytucje rządowe i organizacje pozarządowe powinny być bardziej zaangażowane w tworzenie treści, które dotyczą kwestii poruszanych w filmach zawierających fake newsy i dezinformację<sup>36</sup>. Ważne jest, aby tworzyć nie tylko popyt, lecz

także podaż na wartościowe treści. Istotną rolę mogą i powinny odgrywać w tym procesie media publiczne. To do nich należy „tworzenie i dostarczanie (...) usług (...), które realizują demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczeństwa”<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21645515.2018.1454572> [dostęp: 27.05.2021].

<sup>37</sup> Art. 21. punkt 2a) Ustawy o radiofonii i telewizji Dz.U.2020.805 t.j.

Obecnie jest to trudne między innymi ze względu na fakt, że publiczne media raczej dostarczają materiały na fake newsy niż im zapobiegają.

Ważnym elementem walki z fake newsami jest finansowanie badań na ich temat. Większość analiz dotyczących tej kwestii skupia się na sytuacji informacyjnej w Stanach Zjednoczonych. Badanie ich wpływu na życie społeczne w poszczególnych krajach jest istotnym krokiem do lepszego zrozumienia tego zjawiska i przeciwdziałania mu.

Kluczowym działaniem pozwalającym na skuteczną walkę z fałszywymi informacjami i dezinformacją jest edukacja na

każdym poziomie. Symptodem wskazującym ogromną potrzebę w tym zakresie są m.in. badania na młodych ludziach. Według nich 60% gimnazjalistów nie potrafi odróżnić faktów od opinii<sup>38</sup>. Edukacja może być dla fake newsów tym, czym szczepionka dla koronawirusa. Dzięki szerzeniu wiedzy na temat niebezpieczeństw powodowanych przez fałszywe wiadomości i dezinformację, będą one znacznie mniej groźne dla państw i obywateli.

Czynnikiem newralgicznym, koniecznym dla skuteczności tych działań, jest autentyczność. Polski rząd powinien w tym przypadku zacząć od siebie.

## 5.2.2. REKOMENDACJE DLA MEDIÓW

Walka z fake newsami leży w interesie wydawców mediów. Abstrahując nawet od misji mediów, odpowiedzialne podejście jest po prostu dla tych podmiotów finansowo opłacalne. Fake newsy wpływają negatywnie na wiarygodność samych mediów, ale również zamieszczanych w nich reklam. 54% użytkowników znacznie mniej ufa markom, które reklamują się w serwisach zawierających fake newsy. Brak zaufania do serwisu jest przenoszony w dużej mierze na reklamowane w nim marki<sup>39</sup>.

Wyzwaniem rynku mediów jest walka o uwagę. Narzędziami w niej są często wywołanie sensacji, polaryzujące treści czy stosowanie clickbaitów, czyli nagłówek, które mają zachęcać odbiorców do kliknięcia/obejrzenia kosztem wiarygodności. W sytuacji, kiedy wiarygodność jest istotna, a tak było np. w przypadku wybuchu epidemii koronawirusa, użytkownicy zwracali się częściej do wiarygodnych mediów i im poświęcali swoją uwagę. Długofalowo wiarygodność mediów jest walutą

---

<sup>38</sup> Rybel, A., *Umiejętności gimnazjalistów w zakresie odbioru tekstów*, „Edukacja” 2016, 2(137), 67–78.

<sup>39</sup> <https://au.yougov.com/news/2017/08/21/68-apac-residents-believe-there-problem-fake-news/> [dostęp 23.05.2021].

wartą znacznie więcej niż chwilowy wzrost kliknięć.

### 5.2.3. REKOMENDACJE DLA OBYWATELI

Postprawda i fake newsy bardzo trudno odróżnić od prawdziwych informacji. Obywatel może czuć się pozostawiony sam sobie w tej niełatwej sytuacji. Nie jest jednak tak, że nie ma on żadnych narzędzi w tej walce.

Obywatele w dużej mierze są odpowiedzialni za skuteczność fake newsów. Jeśli

przestaną je czytać i rozpowszechniać, ich produkcja i próby rozpowszechniania nie będą opłacalne. Wybieranie zaufanych mediów do konsumpcji treści informacyjnych i wstrzemięźliwe udostępnianie tylko zweryfikowanych treści będą wsparciem, jakie wszyscy obywatele mogą wnieść do tej walki.

### 5.2.4. REKOMENDACJE DLA YOUTUBE'A

Algorytmy stosowane przez YouTube (i inne media społecznościowe) są jedną z głównych przyczyn „przebijania się” radykalnych treści, w tym fake newsów, do głównego nurtu<sup>40</sup>. Modyfikacja tych algorytmów może pomóc ograniczyć to zjawisko. Kasowanie radykalnych czy fałszywych treści jest ważnym, ale niewystarczającym krokiem. Ponadto YouTube ze względu na swój wpływ oraz duże doświadczenie

w eliminowaniu fake newsów i innych groźnych treści, może być istotnym partnerem w tym procesie. Może dzielić się know-how oraz narzędziami do wykrywania i eliminacji niepożądanych treści z serwisami, które mimo że są dla niego często konkurentami w wyścigu po pieniądze reklamodawców, mogą być także partnerami w walce z fake newsami i kłamstwem w przestrzeni publicznej.

---

<sup>40</sup> Allington D., Joshi T., *What Others Dare Not Say: An Antisemitic Conspiracy Fantasy and Its YouTube Audience*, *Journal of Contemporary Antisemitism*, 19 grudnia 2020, Volume 3 Issue 1.





Co-funded by the  
Europe for Citizens Programme  
of the European Union