



Dezinformacja w wyborach na świecie

NASK



Dezinformacja w wyborach na świecie

ISBN:

978-83-65448-96-5

Ośrodek Analizy Dezinformacji

Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa

Autorzy:

Joanna Nawrotkiewicz

Tadeusz Majchrowski

Vladimir Chorny Elizalde

Samba Dialimpa Badji

Kamil Mikulski

Edycja:

Amelia Chruszcz

Natalia Gruenpeter

Aleksandra Michałowska-Kubś

Andrzej Kozłowski

Anita Kwiatkowska

Piotr Muszyński

CC BY-NC 4.0.

Warszawa 2024

NASK



**PROJEKT FINANSOWANY ZE ŚRODKÓW
MINISTERSTWA CYFRYZACJI**

Spis treści

Demaskowanie dezinformacji w kampaniach wyborczych na świecie	7
Meksyk	9
Krajobraz polityczny	9
Krajobraz dezinformacji w kraju	11
Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami	14
Wykorzystanie deepfake'ów przeciwko Claudii Sheinbaum	17
Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami	24
Odnotowane techniki i metody dezinformacji	26
Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych	29
Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji	30
Podsumowanie	34
Senegal	36
Krajobraz polityczny	36
Krajobraz dezinformacji w kraju	38
Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami	39
Narracja o korupcji w sądownictwie	41
Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami	48
Odnotowane techniki i metody dezinformacji	50
Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych	52
Porównanie z innymi wyborami	53
Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji	54
Podsumowanie	55

Republika Południowej Afryki	56
Krajobraz polityczny	56
Krajobraz dezinformacji w kraju	59
Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami	61
Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami	71
Odnotowane techniki i metody dezinformacji	73
Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych	77
Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji	79
Podsumowanie	81
Tajwan	82
Krajobraz polityczny	82
Krajobraz dezinformacji w kraju	83
Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami	84
Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami	93
Odnotowane techniki i metody dezinformacji	95
Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych	98
Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji	100
Podsumowanie	103
Stany Zjednoczone	105
Krajobraz polityczny	105
Krajobraz dezinformacji w kraju	106
Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami	108
Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami	115

Odnotowane techniki i metody dezinformacji	119
Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych	122
Porównanie z innymi wyborami, które odbyły się w tym samym roku	124
Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji	125
Przeciwdziałanie dezinformacji przez władze państwowe i instytucje publiczne	125
Podsumowanie	127
Podsumowanie	129
Porównanie głównych narracji dezinformacyjnych	129
Główne platformy dystrybucji treści dezinformacyjnych w mediach społecznościowych	131
Wnioski	132
Rekomendacje	134

Demaskowanie dezinformacji w kampaniach wyborczych na świecie

Według The Global Risks Report 2024 (Raportu o Globalnych Zagrożeniach), opracowanego przez Światowe Forum Ekonomiczne, dezinformacja stanie się w ciągu najbliższych dwóch lat najpoważniejszym zagrożeniem globalnym. Kluczowym czynnikiem wzrostu tego zagrożenia są wybory w największych demokracjach świata, takich jak Indie, Meksyk, Wielka Brytania oraz niedawno zakończone wybory w Stanach Zjednoczonych. Głosowanie w 2024 roku przypada w okresie narastającej niepewności gospodarczej i geopolitycznej, wojny w Ukrainie oraz konfliktów na Bliskim Wschodzie. Wydarzenia te tworzą podatny grunt dla rozprzestrzeniania się fałszywych informacji, które mogą zostać wykorzystane do destabilizacji państw i wpływania na procesy wyborcze.

Wybory w 2024 roku mogą wywołać nie tylko skutki w poszczególnych państwach, lecz także wpłynąć na handel międzynarodowy, bezpieczeństwo i stabilność finansową na świecie. Dezinformacja wykorzystywana przez państwa autorytarne może prowadzić do zaostrzenia konfliktów międzynarodowych, wprowadzenia sankcji lub zwiększyć zagrożenie cyberatakami, co z kolei może destabilizować całe społeczeństwa i regiony.

W niniejszej publikacji przedstawiono raporty na temat wpływu dezinformacji na wybory w pięciu krajach: Tajwanie, Senegal, Meksyku, Republice Południowej Afryki i w Stanach Zjednoczonych. Każda analiza dostarcza unikalnego wglądu w to, jak dezinformacja przejawia się na świecie. Trzy z wymienionych państw należą do Globalnego Południa, obszaru będącego strategicznym celem operacji informacyjnych prowadzonych przez Rosję. Tajwan wyróżnia się jako istotny punkt zapalny, nieustannie atakowany przez Chiny wykorzystujące najnowocześniejsze technologie do prowadzenia wyrafinowanych kampanii dezinformacyjnych i kształtowania narracji. Dodatkowo, przedstawiono szczegółową analizę dezinformacji wyborczej w Stanach Zjednoczonych opracowaną jeszcze przed wyborami, ukazując specyficzne wyzwania i strategie. Dzięki zebraniu różnorodnych przykładów publikacja ma na celu wskazanie dalekosiężnych skutków dezinformacji oraz globalnych konsekwencji operacji wpływu.

Dezinformacja często wykorzystuje powtarzające się motywy rezonujące z odbiorcami. Brakuje jednak pogłębionej analizy dotyczącej tego, jak motywy te są dostosowywane do różnych kontekstów społecznych. Wnikliwa obserwacja pozwala dostrzec, że narracje mają zdolność do adaptacji; mogą się zmieniać i dopasowywać do lokalnych realiów, aby odpowiadać specyficznym kulturowym, społecznym i politycznym cechom poszczególnych społeczeństw. Skrupulatna analiza globalnych trendów i wzorców pozwala wyciągnąć cenne wnioski na temat mechanizmów ułatwiających szybkie dostosowanie i rozpowszechnianie szkodliwych treści w określonych regionach. Narracje lub techniki manipulacyjne skuteczne w jednym kraju mogą być dostosowywane i modyfikowane, aby wpływać na uczucia i przekonania w innej grupie odbiorców.

Rozpoznanie i przeciwdziałanie temu zjawisku jest kluczowe. Podniesienie świadomości społecznej na temat metod dezinformacji jest niezbędne – tylko dobrze poinformowane społeczeństwo jest w stanie zbudować odporność oraz rozwijać umiejętność krytycznego myślenia. Są to niezbędne cechy, aby przeciwstawić się przekazom dezinformacyjnym i chronić integralność naszej przestrzeni informacyjnej.

Magdalena Wilczyńska,

Dyrektorka Pionu Ochrony Informacyjnej Cyberprzestrzeni

Meksyk

Vladimir Chorny

Krajobraz polityczny

2 czerwca 2024 roku w Meksyku odbył się najbardziej rozbudowany proces wyborczy w historii tego kraju, w którym wybrano nie tylko prezydenta, ale także całkiem nowy Kongres (128 miejsc w Senacie i 500 miejsc w izbie niższej) oraz obsadzono kilka lokalnych i stanowych stanowisk, np. wybrano gubernatorów w stanach Chiapas, Mexico City, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Puebla, Tabasco, Veracruz i Jukatan. W tym „wyborczym super roku” wybrano ponad 19 tysięcy osób pełniących funkcje publiczne na trzech szczeblach władzy: gminnym, lokalnym i federalnym (INE 2024a)¹.

Dotychczas urzędujący prezydent Andrés Manuel López Obrador (AMLO) jest liderem partii politycznej Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) i rządzi Meksykiem od 2018 r. Obecnie wybrana pierwsza kobieta-prezydent w historii Meksyku, Claudia Sheinbaum Pardo, która objęła urząd 1 października 2024 roku, była gubernatorem miasta Meksyk (2018–2023) również z ramienia MORENA i została przedstawiona jako kandydatka przez koalicję utworzoną przez tę partię polityczną wraz z Partido Verde Ecologista de México (PVEM) i Partido del Trabajo (PT). Główny konkurent Claudii Sheinbaum, Xóchitel Gálvez Ruíz, został zaproponowany przez koalicję partii opozycyjnych zintegrowanych przez Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI) i Partido de la Revolución Democrática (PRD). Partia polityczna Movimiento Ciudadano (MC) przedstawiła Jorge Álvareza Máynesa jako trzecią kandydaturę. Ze względu na kontekst polityczny i preferencje wyborcze była to tak naprawdę rozgrywka między dwoma pierwszymi kandydatami, która pozostawiła Álvareza Máynesa bez realnej szansy na wygraną.

1 INE. „Elecciones 2024”. Skonsultowano 3 września (2024r.). <https://ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2024/>.

Po wyborach Claudia Sheinbaum uzyskała przytłaczającą większość, czyli 59,76% głosów, podczas gdy Xóchitl Gálvez uzyskał tylko 27,46% głosów, a Álvarez Máynez 10,32% głosów (INE 2024b). Nawet przy tak ogromnej różnicy w wynikach miesiące przed wyborami były pełne ataków medialnych wymienianych między kandydatami, a różne przekazy dezinformacyjne kierowano przeciwko obecnie wybranej prezydent Sheinbaum.

Wyniki wyborów Claudii Sheinbaum nadal zwiększają powszechne poparcie, jakim cieszył się AMLO, gdy został wybrany na prezydenta. Nieco nieoczekiwanie (ze względu na ogromną liczbę głosów i różnicę w stosunku do Lópeza Obradora) Sheinbaum uzyskała 35,5 mln głosów w wyborach prezydenckich, tj. o 5 mln więcej niż AMLO w wyborach w 2018 r.² (Arroyo 2024). Liczba głosów ma fundamentalne znaczenie nie tylko z perspektywy poparcia społecznego dla jej urzędowania, ale także z punktu widzenia integracji legislacyjnej w Kongresie, gdzie, biorąc pod uwagę ordynację wyborczą Meksyku, MORENA (i jej sojusznicy) będą mieli ogromną większość (dwie trzecie ustawodawców obecnych w każdej izbie) wystarczającą, aby zmienić konstytucję³.

Po ostatecznym przydzieleniu mandatów przez organ wyborczy ostateczna liczba członków Kongresu według poszczególnych partii politycznych przedstawia się następująco: w izbie niższej, składającej się łącznie z 500 parlamentarzystów: MORENA – 236 mandatów; PVEM – 77 mandatów; PAN – 72 mandaty; PT – 51 mandatów; PRI – 35 mandatów; MC – 27 mandatów; PRD – jeden mandat. Koalicja rządowa uzyskała 364 mandaty. W Senacie: MORENA – 60 mandatów; PAN – 22 mandaty; PRI – 16 mandatów; PVEM – 14 mandatów; PT – 9 mandatów; MC – 5 mandatów; PRD – 1 mandat⁴.

2 Lorena Arroyo. „Sheinbaum, la presidenta más votada en la history reciente de México”, *El País*, 03 czerwca 2024 r. <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2024-06-03/datos-sheinbaum-la-presidenta-mas-votada-en-la-historia-de-mexico.html>.

3 Razieli, Zedryk. „El INE aprueba que Morena y sus aliados tengan mayoría calificada en la Cámara de Diputados”, *El País*, 23 sierpnia 2024 r. <https://elpais.com/mexico/2024-08-23/el-ine-aprueba-que-morena-y-sus-aliados-tengan-mayoria-calificada-en-la-camara-de-diputados.html>. Ta przytłaczająca przewaga zamyka prezydenturę AMLO bez krytyki. Do czasu przedstawienia niniejszej pracy (20 września 2024 r.) rząd AMLO uchwalił już reformę konstytucyjną dotyczącą władzy sądowniczej, która uderza w rdzeń jej niezależności i jest wyraźnym krokiem w kierunku zmniejszenia podziału władzy w Meksyku, głównie poprzez kontrolowanie wyboru sędziów (nie tylko z Sądu Najwyższego, ale w całym kraju) przez władzę wykonawczą, instalowanie mechanizmów kontroli, które zacierają niezależność sądownictwa i usuwają faktyczną integrację Sądu Najwyższego na rzecz koncentracji władzy (Gargarella 2024). Antydemokratyczny aspekt tej władzy jest jednak nie tylko sprzeczny z równowagą i przeciwwagą uprawnień państwa; do tej pory rząd zatwierdził również kolejną reformę konstytucyjną, która eliminuje historyczną kontrolę wojska pod cywilnymi rozkazami i instytucjonalizuje militaryzację państwa z konstytucji (infobae 2024).

4 Ostateczne wyniki wyborów prezydenckich były następujące: Claudia Sheinbaum Pardo: 35 924 519 głosów; Xóchitl Galvez Ruíz: 16 502 697 głosów; oraz Jorge Álvarez Máynez: 6 204 710 głosów. Zob.: INE. „Votos por candidatura”. Sprawdzono 6 października. <https://computos2024.ine.mx/presidencia/nacional/candidatura>.

Platformy społecznościowe i korzystanie z Internetu do wyrażania opinii i rozpowszechniania informacji mają obecnie fundamentalne znaczenie w Meksyku. Według MX Internet Association ponad 100 mln ludzi korzysta z Internetu (co stanowi 84% populacji w wieku powyżej sześciu lat), większość z nich za pośrednictwem smartfonów. Ponad połowa z nich uzyskuje informacje na temat wydarzeń i życia politycznego za pośrednictwem głównych platform internetowych takich jak X, Instagram, Facebook, YouTube i TikTok. Uzupełniająco kandydaci i inne osoby korzystały z aplikacji do przesyłania wiadomości, takich jak Whatsapp i Telegram, w celu tworzenia kanałów rozpowszechniania informacji lub dezinformacji⁵.

Krajobraz dezinformacji w kraju

Dezinformacja w Meksyku nie jest nowym zjawiskiem i ma długą historię, którą można prześledzić jeszcze sprzed czasów, gdy Internet stał się idealnym medium do rozpowszechniania wprowadzających w błąd treści. Media tradycyjne w Meksyku od dawna prezentowały fałszywe informacje, aby wprowadzać w błąd opinię publiczną, nie tylko w kontekście wyborczym, ale także ogólnie⁶. W różnych formach media starały się dezorientować społeczeństwo, czy to w celu odwrócenia uwagi od polityki gospodarczej rządu, czy też ukrywania masowego naruszenia praw człowieka, jak miało to miejsce podczas zabójstw studentów przez wojsko. Meksyk ma długą historię manipulacji prawdą. Niezależnie od tego, pojawienie się Internetu w ogóle, a mediów społecznościowych w szczególności, otworzyło nowe ścieżki dla gry w fałszywe przekazy na różne i bardziej wszechobecne sposoby.

W tym scenariuszu w dezinformację zaangażowany jest więcej niż jeden odpowiedzialny podmiot. Z jednej strony jasne jest, że niektóre z najważniejszych podmiotów to partie polityczne i rządy, które wykorzystują dostęp do mediów tradycyjnych i społecznościowych do rozpowszechniania przekazów mających na celu zaostrenie swoich działań lub atakowanie rywali politycznych. Władze rządowe regularnie angażują się w dezinformację na temat różnych programów powodujących nasilenie konfliktów społecznych na obszarach podat-

5 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024, s. 11-13. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>.

6 Edgar Corzo Sosa (Coord). „Reporte sobre las campañas de desinformación, <Noticias falsas (Fake News)> y su impacto en el derecho a la libertad de expresión”, Comisión Nacional de Derechos Humanos, 2019. <https://www.cndh.org.mx/documento/reporte-sobre-las-campanas-de-desinformacion-noticias-falsas-fake-news-y-su-impacto-en-el>.

nych na zagrożenia, takich jak związane z lokalnymi społecznościami sprzeciwiającymi się rządowi w związku z projektami infrastrukturalnymi lub tam, gdzie wojsko dopuszcza się naruszeń praw człowieka. Z innej strony dezinformacja pochodzi od prywatnych korporacji pracujących bezpośrednio nad rozpowszechnianiem fałszywych treści na różne tematy (głównie w związku z wyborami, ale nie tylko). Prywatne korporacje zajmujące się public relations stworzyły tendencyjne lub fałszywe materiały i udostępniły je w Internecie, dzięki takim kampaniom zyskując tysiące dolarów. W wielu wypadkach korporacje te współpracują z innymi, które oferują usługi botnetów, aby zwiększyć zasięg udostępnianych treści. Wykorzystanie fałszywych kont dotyczy nie tylko kont użytkowników, ale także kopii i podszywania się pod strony mediów, aby zmylić opinię publiczną i sprawić, by uwierzyli, że informacje, które czytają, pochodzą z wiarygodnego źródła medialnego⁷.

Z drugiej strony różne podmioty działają przeciwko dezinformacji na różnych obszarach. Na przykład media w Meksyku mocno się zorganizowały, tworząc sieci weryfikatorów faktów i poświęcając stałe obszary swoich wiadomości na demontaż fałszywych treści i przekazywanie odbiorcom informacji na ten temat. Innymi istotnymi podmiotami w tym zakresie są organizacje społeczeństwa obywatelskiego i środowiska akademickie zaangażowane w różne dziedziny dotknięte dezinformacją, takie jak te pracujące z imigrantami lub pomagające społecznościom znajdującym się w trudnej sytuacji w konfrontacji z państwem. W ciągu ostatnich kilku lat, biorąc pod uwagę rosnące wykorzystanie dezinformacji w kontekście wyborczym, władze wyborcze odgrywały fundamentalną rolę w przeciwdziałaniu dezinformacji głównie, ale nie tylko, w trakcie kampanii wyborczych, i uznały dezinformację za ważny problem meksykańskiej demokracji⁸. Organy wyborcze ściśle współpracują z platformami mediów społecznościowych i innymi pośrednikami internetowymi, takimi jak Meta czy Google, którzy w ostatnich latach wdrożyli programy przeciwdziałania dezinformacji na różne sposoby.

Problematyczne jest to, że ogólny kontekst dezinformacji posłużył jako pożywka dla dezinformacji wyborczej w ostatnich wyborach. Wybory prezydenckie w Meksyku w 2024 r. odbyły się w spolaryzowanym kontekście wyborczym. Claudia Sheinbaum, kandydatka na prezydenta

7 Lorena Ríos, Juan Gómez, Estefanía Cervantes, Alba Alemán. „Cartografías de la desinformación en México. Perspectivas desde el periodismo”. Artykuł 19, listopad 2022 r. <https://articulo19.org/cartografias-de-la-desinformacion-en-mexico-perspectivas-desde-el-periodismo/>.

8 Central Electoral. „Necesaria colaboración entre instituciones, academia y sociedad civil para combatir la desinformación”. INE, 21 marca 2018 r. <https://centralelectoral.ine.mx/2018/03/21/necesaria-colaboracion-entre-instituciones-academia-y-sociedad-civil-para-combatir-la-desinformacion/>.

z ramienia partii rządowej (MORENA), w dniu wyborów była zdecydowaną faworytką. Kandydat opozycji, Xóchitl Galves, został przedstawiony jako alternatywa dla polityki i podejścia AMLO.

Rząd AMLO zainicjował strategię komunikacyjną mającą na celu podkreślenie polaryzacji społecznej między tymi, którzy popierają rząd (określanymi jako „Czwarta Transformacja” – „Cuarta Transformación”), a tymi, którzy rzekomo stoją na antyludowej pozycji „wbrew interesom i potrzebom ludzi”⁹. W tej narracji kontynuacja „Cuarta Transformación” i zawartej w niej „woli ludu” zależała od wyboru następcy AMLO i dyscypliny decyzji podejmowanych przez rząd, z niewielką lub żadną przestrzenią na krytykę z wewnątrz i widocznym brakiem szacunku dla krytyki z zewnątrz, zwłaszcza tej ze strony organizacji praw człowieka, grup ofiar, ruchu feministycznego oraz niezależnych dziennikarzy i mediów¹⁰.

W tym kontekście opozycja polityczna zrobiła w przestrzeni komunikacyjnej wszystko, co mogła, aby wzbudzić wątpliwości na temat Claudii Sheinbaum, która była najbardziej atakowaną kandydatką (nawet gdy taktyka dezinformacji została zastosowana przeciwko wszystkim kandydatom na prezydenta), w tym poprzez wykorzystywanie i rozpowszechnianie fałszywych wiadomości wymierzonych przeciwko oficjalnej kandydatce, dotyczących nie tylko jej pochodzenia, ale także jej stanowisk politycznych, przekonań religijnych i polityki związanej z religią oraz relacjami rządu z kartelami narkotykowymi¹¹.

-
- 9 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024 r. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexicoelias> Camhaji. „La polarización toma México”, El País, 05 marca 2023 r. <https://elpais.com/mexico/2023-03-05/la-polarizacion-toma-mexico.html>anna Lagos. „Elecciones México 2024: Desinformación, IA y el reto de la democracia en un país polarizado”, WIRED, 20 sierpnia 2024 r. <https://es.wired.com/articulos/elecciones-mexico-2024-desinformacion-ia-y-el-reto-de-la-democracia-en-un-pais-polarizado>.
- 10 Carlos Maldonado. „López Obrador señala a las feministas de querer “afectar” su Gobierno y las califica de ‘conservadoras’”, El País, 29 września 2021 r. <https://elpais.com/mexico/2021-09-29/lopez-obrador-acusa-a-las-feministas-de-querer-afectar-su-gobierno-y-las-califica-de-conservadoras.html>Ignacio Rodríguez Reyna. „En busca del antídoto contra la polarización de AMLO”, The Washington Post, 28 lipca 2022 r. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/07/28/amlo-periodista-enfrenta-reportera-palero-polarizacion-reyna-haydee-ramirez/cnn> Español. „López Obrador critica al Centro Prodh por defender a acusados en caso Ayotzinapa. La organización le responde sobre encubrimiento al Ejército”, 14 grudnia 2023 r. <https://cnnspanol.cnn.com/2023/12/14/lopez-obrador-centro-prodh-ayotzinapa-ejercito-orixolivia> Vázquez Herrera. „Centro Prodh responde a AMLO: „Sus juicios de valor y descalificaciones obedecen a su encubrimiento del Ejército””, infobae, 14 grudnia 2023 r. <https://www.infobae.com/mexico/2023/12/14/centro-prodh-responde-a-amlo-sus-juicios-de-valor-y-descalificaciones-obedecen-a-su-encubrimiento-del-ejercito/aristegui> Noticias. „AMLO 818 START” AMLO acusa a Frayba y Centro Prodh de ‘magnificar’ violencia en Chiapas”, 22 kwietnia 2024 r. <https://aristeginoticias.com/2204/mexico/amlo-acusa-a-frayba-y-centro-prodh-de-magnificar-violencia-en-chiapas/synty> García. „Elecciones presidenciales en México: Las desinformaciones y los ataques en redes del proceso 2024”, Voz de América, 30 maja 2024 r. <https://www.vozdeamerica.com/a/elecciones-presidenciales-en-mexico-las-desinformaciones-y-los-ataques-en-redes-del-proceso-2024/7636345.html>manuel Alejandro Guerrero. „Contexto de la desinformación y elecciones 2024”, El Sol de México, 8 czerwca 2024 r. <https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/contexto-de-la-desinformacion-y-elecciones-2024-12052975.html>lebbaba Hameida. „El cerco a la libertad de prensa. Legado de López Obrador: señalamiento, descalificación y desinformación”, Corporación de Radio y Televisión Española, 01 czerwca 2024 r. <https://www.rtve.es/noticias/20240601/cerco-libertad-prensa-legado-lopez-obrador-senalamiento-descalificacion-desinformacion/16120050.shtml>.
- 11 Synty García. „Elecciones presidenciales en México: Las desinformaciones y los ataques en redes del proceso 2024”, Voz de América, 30 maja 2024 r. <https://www.vozdeamerica.com/a/elecciones-presidenciales-en-mexico-las-desinformaciones-y-los-ataques-en-redes-del-proceso-2024/7636345.html>anne Vigna. „Au Mexique, la candidate de gauche Claudia Sheinbaum visée par une campagne massive de dénigrement sur le réseau X”, Le Monde, 8 maja 2024. https://www.lemonde.fr/international/article/2024/05/08/au-mexique-la-candidate-de-gauche-claudia-sheinbaum-visee-par-une-campagne-massive-de-denigrement-sur-le-reseau-x_6232152_3210.html.

Większość fałszywych treści rozpowszechnianych w kampaniach wyborczych była skierowana przeciwko Claudii Sheinbaum, ponieważ była ona faworytką do fotela prezydenckiego. Nawet gdy głównym medium do dzielenia się dezinformacją były platformy społecznościowe (takie jak X – dawniej Twitter, TikTok, Instagram i Facebook), rząd wykorzystywał przestrzeń publiczną do dzielenia się wprowadzającymi w błąd treściami z zamiarem kłamania na temat spraw publicznych i atakowania przeciwników politycznych („wrogów ludu” według terminologii AMLO). Odbywające się codziennie publiczne konferencje prezydenta (zwane „Mañaneras”) były wykorzystywane do przedstawiania narracji, w której grupy społeczne, instytucje i media sympatyzujące z rządem były „dobrymi” obywatelami, a ci, którzy krytykowali rząd, byli „złymi” grupami antyludowymi przeciwko tak zwanej „Cuarta Transformación”¹². Powszechnym zwrotem używanym przez AMLO, który można uznać za odzwierciedlenie wykorzystania dezinformacji przeciwko krytyce jego rządu, było „mam inne dane”, jako odpowiedź, w której wielokrotnie zaprzeczał istotnym faktom i empirycznym dowodom naruszeń praw człowieka, wykroczeń rządu i innych zachowań związanych z korupcją, bezprawiem lub ogólną odpowiedzialnością¹³.

Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami

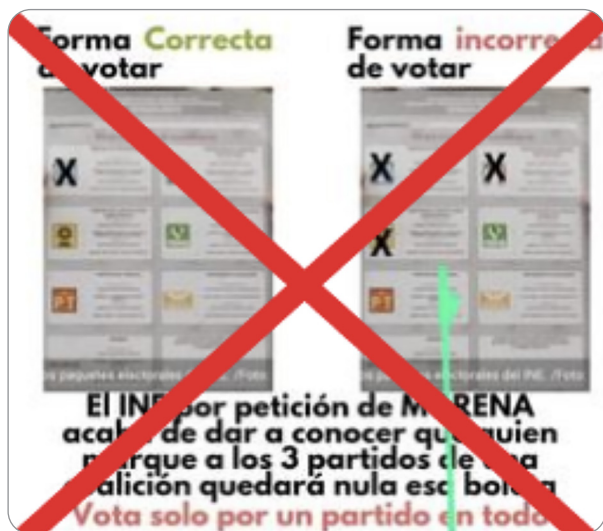
Dezinformacja na temat informacji wyborczych i instytucji wyborczych

Dezinformacja w ostatnich wyborach prezydenckich w Meksyku nie ograniczała się tylko do kandydatów. Wręcz przeciwnie, zarówno proces głosowania w dniu wyborów, jak i instytucje odpowiedzialne za organizację były systematycznie atakowane i delegitymizowane na różne sposoby.

¹² Syndy García. “Elecciones presidenciales en México: Las desinformaciones y los ataques en redes del proceso 2024”, *Voz de América*, 30 May 2024. <https://www.vozdeamerica.com/a/elecciones-presidenciales-en-mexico-las-desinformaciones-y-los-ataques-en-redes-del-proceso-2024/7636345.html>;

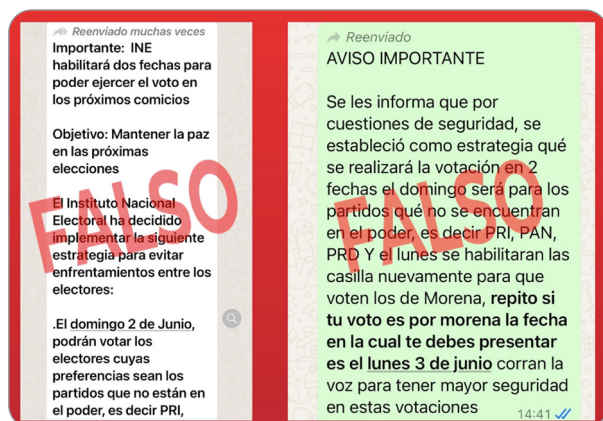
¹³ Ebbaba Hameida. „El cerco a la libertad de prensa, legado de López Obrador: señalamiento, descalificación y desinformación”, *Corporación de Radio y Televisión Española*, 01 czerwca 2024 r. <https://www.rtve.es/noticias/20240601/cerco-libertad-prensa-legado-lopez-obrador-senalamiento-descalificacion-desinformacion/16120050.shtml>.

Jedną z narracji, która zdezorientowała wyborców, było to, jak każdy powinien oznaczyć papierowe karty do głosowania. Fałszywe komunikaty z tym związane próbowały sprawić, żeby wyborcy popełniali błąd



Źródło: verifica.efe.com¹⁵

Inna narracja została rozpowszechniona za pośrednictwem WhatsApp i składała się z wiadomości, w której INE rzekomo informowało, że wybory odbędą się za dwa dni zamiast za jeden (2 czerwca był



Źródło: aristeguinoticias.com¹⁷

w sposobie prezentowania swoich intencji i wybieraniu preferowanego przez siebie kandydata. Co więcej, krążyło również fałszywe twierdzenie, że specjalne długopisy dostarczone przez Instituto Nacional Electoral (INE) do oznaczania tych kart do głosowania były wadliwe i można je było wymazać (wymazywalny atrament), więc albo kazano wyborcom zaznaczyć karty do głosowania innym (zakazanym) markerem, albo sprawiano, że wierzyli, że doszło do oszustwa¹⁴.

W udostępnionych wiadomościach czasami twierdzono, że „ze względów bezpieczeństwa” INE dodała drugi dzień głosowania i że pierwszy dzień (2 czerwca) był przeznaczony dla wyborców popierających koalicję opozycyjną (PAN-PRI-PRD), a drugi dzień (3 czerwca) przeznaczono dla wszystkich zwolenników MORENA. Wiadomość ta miała na celu zmniejszenie liczby głosów oddanych na MORENA¹⁶.

- 14 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, *The Blue Owl Group*, sierpień 2024, s. 11-13. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico> EFE Verifica. 2024. „Desinformación y falsedades en las elecciones mexicanas”, 30 maja. <https://verifica.efe.com/desinformacion-y-falsedades-en-las-elecciones-mexicanas/>. Film wyjaśniający ten trend dezinformacji i reakcje władz wyborczych: <https://www.youtube.com/watch?v=GoS0w9F-hTY&t=1s>.
- 15 Przykład dezinformacji na temat fałszywej informacji o nieważności kart do głosowania. Obrazek pokazuje, że jeśli ludzie zaznaczą więcej niż jedną partię, głos jest nieważny (fałsz). Źródło: EFE Verifica. 2024. „Desinformación y falsedades en las elecciones mexicanas”, 30 maja. <https://verifica.efe.com/desinformacion-y-falsedades-en-las-elecciones-mexicanas/>.
- 16 Aristegui Noticias. “¿Dos fechas para ir a votar? ¡Falso! El único día es el 2 de junio”, 1 czerwca 2024 r. <https://aristeguinoticias.com/0106/mexico/dos-fechas-para-ir-a-votar-falso-el-unico-dia-es-el-2-de-junio/>.
- 17 Przykład fałszywych wiadomości rozpowszechnianych za pośrednictwem WhatsApp. Wiadomość informowała, że wybory odbędą się w dwóch różnych dniach, prosząc o głosowanie na MORENĘ w drugim dniu (który nie był dniem wyborów). Źródło: Aristegui Noticias. “¿Dos fechas para ir a votar? ¡Falso! El único día es el 2 de junio”, 1 czerwca 2024 r. <https://aristeguinoticias.com/0106/mexico/dos-fechas-para-ir-a-votar-falso-el-unico-dia-es-el-2-de-junio/>.

Kwestia ta ma zasadnicze znaczenie dla kontekstu politycznego i ogólnie spolaryzowanych nastrojów, ponieważ historia kraju została naznaczona silną zbiorową traumą w związku z oszustwami wyborczymi, głównie z powodu wyborów prezydenckich w 1988 r., kiedy pojawiły się powszechne doniesienia o oszustwach, a system sprawozdawczości wyborczej „padł”, co oznaczało, że komputerowy system liczenia głosów zawiódł i przestał podawać wyniki na czas, a gdy już podał, zwycięzcą ogłosił kandydata partii politycznej będącej u władzy. Ten „duch” oszustwa wyborczego odżył w wyborach prezydenckich w 2006 r., w których faktyczny prezydent AMLO został pokonany również wśród powszechnych oskarżeń o oszustwa wyborcze. Dezinformacja na ten temat miała na celu wzbudzenie nieufności wśród obywateli i podkreślenie ataków AMLO na instytucje wyborcze.

Rząd Andrésa Manuela Lópeza Obradora podtrzymywał i wykorzystywał narrację nieufności wobec INE. AMLO wielokrotnie wyrażał fałszywe twierdzenia na temat bezstronności tej instytucji, a także uczciwości procesu wyborczego¹⁸. Nawet jeśli zarzuty przeciwko uczciwości INE i wyborów jako takich nie pochodziły wyłącznie od rządu (inne kampanie dezinformacyjne zawierały oskarżenia o możliwe oszustwa zaaranżowane przez rząd), zasięg i zakres ataków AMLO miały szersze reperkusje w debacie publicznej.



Przykładem dezinformacji skierowanej przeciwko INE z innego frontu jest narracja, według której imigranci są wykorzystywani jako strategia wyborcza do wygrania wyborów, co rzekomo było działaniem podjętym przez rząd, ale jednocześnie podważało legitymację instytucji odpowiedzialnej za organizację wyborów. Te fałszywe komunikaty opublikowane w serwisach X, TikTok i Facebook były związane z rzekomą nadmierną rejestracją imigrantów z Ameryki

18 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024, s. 17. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>.

Środkowej (4,7 mln) rzekomo sprowadzonych do Meksyku przez rząd używający programów socjalnych, aby skłonić ich do głosowania na MORENA w wyborach federalnych (INE 2024d)¹⁹. W tym wypadku trend dezinformacyjny na X uzyskał tysiące interakcji w różnych częściach kraju i był wielokrotnie powielany. Zmusiło to INE do publicznego zdementowania tej informacji w różnych mediach. W tych wypadkach, które dotyczyły pracy organów wyborczych, INE dokonała pełnej analizy i przedstawiła doskonały przykład tego, jak prezentować pełne dane, aby informować opinię publiczną o fałszywych treściach²⁰.

El INM nacionalizó migrantes y el INE les dio credenciales de elector y AMLO les dio tarjetas de bienestar para comprar su voto. Por eso hubo 5 millones más de votos para Claudia. Esto no sólo es un fraude electoral, sino una traición a México. Una razón más para anular

El INM nacionalizó migrantes y el INE les dio credenciales de elector y AMLO les dio tarjetas de bienestar para comprar su voto. Por eso hubo 5 millones más de votos para Claudia. Esto no sólo es un fraude electoral, sino una traición a México

Clave/INE	Estado	Gobernador en 2024	Población Mayor de 18 años	Lista Nominal	Pct Exceso	Exceso
1	Aguascalientes		1,047,286	1,097,184	6.8%	49,897
2	Baja California		2,756,849	3,197,232	16.6%	440,383
3	Baja California Sur		614,634	613,595	-0.2%	-1,039
4	Campeche		742,219	694,609	-6.4%	-47,610
7	Chiapas		3,839,606	4,003,927	4.3%	164,321
8	Chihuahua		2,780,182	3,082,310	10.9%	302,128
9	Ciudad de México		7,093,206	7,214,513	11.4%	121,307
5	Coahuila		2,328,275	2,416,665	3.5%	88,390
8	Colima		587,667	584,920	-0.5%	-2,747
10	Durango		1,324,668	1,397,328	5.5%	72,660
11	Guadalupe		4,420,712	4,831,242	9.3%	410,530
12	Guerrero		2,483,829	2,642,259	6.4%	158,430
13	Hidalgo		2,247,647	2,386,302	6.2%	138,655
14	Jalisco		6,125,499	6,535,341	6.9%	409,842
15	México		13,040,278	14,026,178	7.1%	985,900
16	Michoacán		1,333,498	1,448,118	8.3%	114,620
17	Morelos		1,517,111	1,641,605	8.2%	124,494
18	Nayarit		933,065	956,646	2.5%	23,581
19	Nuevo León		1,813,869	1,966,097	8.4%	152,228
20	Oaxaca		2,899,437	3,116,660	7.5%	217,223
21	Puebla		4,692,384	4,974,643	6.2%	282,259
22	Quintana Roo		1,714,439	1,899,053	10.8%	184,614
23	Quintana Roo		1,321,546	1,460,063	10.5%	138,517
24	Sonora		2,005,660	2,185,460	9.3%	179,800
25	Sinaloa		2,324,355	2,369,615	1.6%	45,260
26	Sonora		2,392,275	2,369,880	-0.9%	-22,395
27	Tlaxcala		1,854,303	1,811,505	-2.3%	-42,798
28	Tamaulipas		2,852,031	2,848,971	-0.1%	-3,060
29	Tlaxcala		1,004,039	1,042,687	3.8%	38,648
30	Vermont		6,196,076	6,080,509	-1.9%	-115,567
31	Yucatán		1,707,760	1,766,072	3.4%	58,312
32	Zacatecas		1,156,181	1,265,939	9.5%	109,758
TOTAL Nacional			93,365,153	98,329,591	5.3%	4,964,438

Źródło: x.com, centralelectoral.ine.mx²¹

Wykorzystanie deepfake'ów przeciwko Claudii Sheinbaum

W ostatnich wyborach faworytka do zwycięstwa Claudia Sheinbaum była atakowana w ramach różnych kampanii dezinformacyjnych. Wspólną cechą głównych ataków było jednak wykorzystanie deepfake'ów w filmach, w których kandydatka rzekomo się pojawiła, podtrzymując kwestie związane ze stereotypową wizją lewicy w Meksyku. W jednym z filmów kandydatka MORENA została oskarżona o zamiar zamknięcia Basílica de Guadalupe, jednego z najważniejszych kościołów w Meksyku. W tym wypadku przedstawiono zmontowane wideo, w którym kandydatka pojawiła się na tle satanistycznych symboli i obiecała, że w przypadku wygrania prezydentury zamknie kilka kościołów

19 INE. „FALSO que el INE hubiera entregado 5 millones de credenciales para votar a personas naturalizadas con fines político-electorales”, 21 czerwca 2024 r. <https://centralelectoral.ine.mx/2024/06/21/falso-que-el-ine-hubiera-entregado-5-millones-de-credenciales-para-votar-a-personas-naturalizadas-con-fines-politico-electorales/>.

20 INE. „FALSO que el INE hubiera entregado 5 millones de credenciales para votar a personas naturalizadas con fines político-electorales”, 21 czerwca 2024 r. <https://centralelectoral.ine.mx/2024/06/21/falso-que-el-ine-hubiera-entregado-5-millones-de-credenciales-para-votar-a-personas-naturalizadas-con-fines-politico-electorales/>.

21 Pierwsze zdjęcie to rozmowa między dwoma użytkownikami X, którzy opublikowali fałszywe informacje i twierdzili, że jest to powszechne zachowanie ze strony rządu. Drugie zdjęcie to kolejne konto wykorzystujące rzekomą listę, na której pojawiła się liczba imigrantów, którzy zostali zalegalizowani do głosowania w wyborach. Źródło: INE. „FALSO que el INE hubiera entregado 5 millones de credenciales para votar a personas naturalizadas con fines político-electorales”, 21 czerwca 2024 r.; <https://centralelectoral.ine.mx/2024/06/21/falso-que-el-ine-hubiera-entregado-5-millones-de-credenciales-para-votar-a-personas-naturalizadas-con-fines-politico-electorales/>.

jako środek wymierzony przeciwko wierze katolickiej. Podstawą tej dezinformacji był argument, że Sheinbaum była Żydówką, więc miała opracowany tajny program przeciwko wierze katolickiej²².

W tym samym filmie twierdzono, że Sheinbaum planowała zniesienie własności prywatnej. Materiał rozpowszechniany w maju 2024 r. był edycją innego, w którym wyjaśniła, że wiadomości o zamykaniu kościołów były fałszywe²³. Film był rozpowszechniany w większości mediów społecznościowych i miał ponad 4300 wyświetleń²⁴. Zarzuty były częścią szerszej strategii dezinformacji ze strony partii opozycyjnych, polegającej na wywoływaniu strachu w elektoracie z powodu rzekomego komunistycznego profilu rządu (nigdy niepodtrzymywanego przez rząd w polityce ani dyskursie). Kwestionowanie tego było standardem ze strony prawicowej opozycji politycznej, reprezentowanej głównie (ale nie tylko) w PAN. Wszystko to działo się niezależnie od faktu, że oprócz polityki społecznej o charakterze redystrybucyjnym rząd AMLO zachował konserwatywny charakter w wielu aspektach.

Nie był to jednak jedyny przypadek deepfake'u wymierzonego przeciwko Sheinbaum. W przededniu wyborów pojawiło się wideo wygenerowane za pomocą sztucznej inteligencji, w którym kandydatka zapraszała wyborców do zainwestowania pieniędzy w oszukańczą platformę finansową. Ten film miał na celu zniszczenie wiarygodności kandydatki i zaszkodzenie jej wizerunkowi, jednocześnie wykorzystując jej wiarygodność do zwiększenia zasięgu oszustwa w skoordynowany sposób²⁵. Jak wyjaśniono dalej, w kontekście dezinformacji na temat płci (punkt e) tego rodzaju publikacja odwoływała się do stereotypów związanych z niezdolnością kobiet do zajmowania się polityką i rzekomym udziałem Sheinbaum w oszukańczych działaniach finansowych. Deepfake'owe filmy rozpowszechniane w ramach kampanii były najpierw dystrybu-

22 Syndy García. „Elecciones presidenciales en México: Las desinformaciones y los ataques en redes del proceso 2024”, *Voz de América*, 30 maja 2024 r. <https://www.vozdeamerica.com/a/elecciones-presidenciales-en-mexico-las-desinformaciones-y-los-ataques-en-redes-del-proceso-2024/7636345.html> david Klepper. „Los tópicos sexistas y la desinformación campan por Internet mientras México se alista para votar”, *Los Angeles Times*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2024-06-01/los-topicos-sexistas-y-la-desinformacion-campan-por-internet-mientras-mexico-se-alista-para-votar>.

23 Notatka kontruująca tę fałszywą wiadomość, w której można zobaczyć wideo, znajduje się na stronie: Melina Barbosa. „Circulan video montajes de Claudia Sheinbaum diciendo que cerrará iglesias cuando gane la presidencia”, *verificado*, 29 maja 2024 r. https://verificado.com.mx/claudia-sheinbaum-cierre-de-iglesias-presidencia/#google_vignette.

24 AFP. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”, *El Economista*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circularon-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html>.

25 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, *The Blue Owl Group*, sierpień 2024, s. 17. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexicoanna> Lagos. „Elecciones México 2024: Desinformación, IA y el reto de la democracia en un país polarizado”, *WIRED*, 20 sierpnia 2024 r. <https://es.wired.com/articulos/elecciones-mexico-2024-desinformacion-ia-y-el-reto-de-la-democracia-en-un-pais-polarizado>. W tym sensie skoordynowane działania mające na celu oszukanie i wyłudzenie pieniędzy od ludzi w nieuczciwy sposób są powszechnym problemem występującym w różnych krajach. Zob.: Debunk.org. „The large-scale scam attack also exploits well-known Lithuanian and foreign personalities. Part II”, 23 listopada 2023 r. <https://www.debunk.org/the-large-scale-scam-attack-also-exploits-well-known-lithuanian-and-foreign-personalities-part-ii>.

owane na YouTube, a następnie wykorzystywane za pośrednictwem kont w mediach społecznościowych, takich jak Facebook i X. Choć nie ma jasnych informacji na temat całkowitej liczby wyświetleń, zwykle osiągały one tysiące wyświetleń, zanim zostały zdementowane lub obalone.

„Antysocjalistyczna/populistyczna” postać Xóchitl Gálvez i jej rzekoma ignorancja w rządzeniu

Przypadek wymierzenia fałszywych treści przeciwko prawicowej kandydatce Gálvez obejmował zmienione wideo, w którym rzekomo pojawiła się ona z meksykańską flagą trzymaną do góry nogami. Jedną ze strategii dezinformacji wymierzonych przeciwko niej było koncentrowanie się na jej rzekomej ignorancji w rządzeniu²⁶.

Inną powszechną dezinformacją było twierdzenie, że Gálvez planuje wyeliminować programy społeczne ustanowione przez rząd AMLO. Fałszywe wiadomości dotyczące tego tematu składały się ze starych filmów tej kandydatki lub filmów wyrwanych z kontekstu, w których informacje zostały zmanipulowane w sposób, który wydawał się potwierdzać zarzut²⁷.

W tym przypadku narracja dezinformacyjna miała na celu stworzenie opozycji wobec jednego z podstawowych elementów polityki społecznej i gospodarczej opracowanej przez rząd AMLO (która miała wiele pozytywnych konsekwencji dla wizerunku i poparcia wyborczego rządu). Ponieważ programy te przyniosły korzyści około 30 mln rodzin i są istotne dla rzeczywistego kontekstu społecznego i politycznego w Meksyku, dezinformacja skierowana przeciwko Xóchitl Gálvez miała na celu wywołanie strachu wśród wyborców i zniechęcenie ich do głosowania na opozycję. Narracja ta była szczególnie wspierana przez rząd, który rozpowszechniał reklamy twierdzące, że kandydaci opozycji sprzeciwiają się programom socjalnym i że wyborcy muszą wybrać MORENA, aby zapewnić ich kontynuowanie²⁸.

26 Diana Soto. „¡Falso! Xóchitl no ondeó la bandera de México con el escudo al revés”, *El Sabueso (Animal Político)*, 15 maja 2024 r. <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/desinformacion/xochitl-no-ondeo-bandera-invertida>.

27 AFP. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”, *El Economista*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circulan-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html>.

28 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, *The Blue Owl Group*, sierpień 2024, s. 17. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>.

Inny przypadek „antypopularnej” postaci Xóchitl Gálvez został wykorzystany poprzez dźwięk udostępniony za pośrednictwem X, Facebooka i TikTok, w którym rzekomo można było usłyszeć, jak mówi: „Biedni ludzie nie mają własnych pomysłów; pójdą tylko po to, by spróbować mnie zaatakować, ponieważ biedni ludzie nie mają odpowiedniego myślenia, to jest ich problem. Prawie nie mówię o nich w moich przemówieniach. Szczerze mówiąc, nie poświęcam im nawet minuty”. Dźwięk powstał w wyniku edycji wideo Gálvez, w którym jej deklaracje zostały wyrwane z kontekstu, aby przypisać jej takie stanowisko i skontrastować je z populistycznym obliczem rządu²⁹.



Źródło: verifica.efe.com³¹

Ta ostatnia dezinformacja była rozpowszechniona na TikToku, Facebooku i X, osiągając tysiące wyświetleń; wykorzystywały ją różne konta, na których użytkownicy używali wideo, aby twierdzić, że kandydatka jest rasistką i klasistką³⁰.

Ta ostatnia dezinformacja była rozpowszechniona na TikToku, Facebooku i X, osiągając tysiące wyświetleń; wykorzystywały ją różne konta, na których użytkownicy używali wideo, aby twierdzić, że kandydatka jest rasistką i klasistką³⁰.

Jorge Álvarez Máynez jako zaprzeczający Holokaustowi i lekceważony kandydat

Rozpowszechniany głównie za pośrednictwem X wizerunek kandydata Álvareza Máyneza podtrzymującego antysemickie wypowiedzi i wyrażenia zaprzeczające Holokaustowi, został przedstawiony jako dowód na to, że blisko mu do rzekomej tradycji lewicowych wrogów Żydów³². Religia zawsze była istotnym punktem odniesienia dla elektoratu w Meksyku, dlatego Álvarez Máynez był atakowany przez oponentów przy użyciu tego właśnie argumentu.

29 EFE Verifica. 2024. „Desinformación y falsedades en las elecciones mexicanas”, 30 maja. <https://verifica.efe.com/desinformacion-y-falsedades-en-las-elecciones-mexicanas/>.

30 Daniela Gastón Allen. „La candidata mexicana Xóchitl Gálvez no dijo que <Los pobres carecen de ideas propias>”, efeverifica, 8 maja 2024. <https://verifica.efe.com/candidata-mexicana-xochitl-galvez-pobres-carecen-ideas-propias/>.

31 Przykład fałszywych informacji opublikowanych na TikToku, gdzie użytkownik przesłał wideo z Xóchitl Gálvez. Źródło: Daniela Gastón Allen. „La candidata mexicana Xóchitl Gálvez no dijo que <Los pobres carecen de ideas propias>”, efeverifica, 8 maja 2024. <https://verifica.efe.com/candidata-mexicana-xochitl-galvez-pobres-carecen-ideas-propias/>.

32 Syndy García. „Elecciones presidenciales en México: Las desinformaciones y los ataques en redes del proceso 2024”, Voz de América, 30 maja 2024 r. <https://www.vozdeamerica.com/a/elecciones-presidenciales-en-mexico-las-desinformaciones-y-los-ataques-en-redes-del-proceso-2024/7636345.html>.

Rozpowszechnianie pozbawionych kontekstu filmów w celu tworzenia dezinformacji było powszechne w tych wyborach. Strategia dezinformacji polegała na wykorzystywaniu materiałów wideo w fałszywym kontekście – materiałów z przeszłości używano w odniesieniu do bieżących wydarzeń, aby podać w wątpliwość wiarygodność kandydata lub przypisać mu fakty z nim niezwiązane.

W przypadku Álvareza Máyneza film, na którym uciekał przed grupą wściekłych na niego ludzi, krzyczących „zdrajca” i „skorumpowany”, został udostępniony w różnych mediach społecznościowych, aby twierdzić, że ludzie widoczni na filmie ścigali go z powodów związanych z wyborami w 2024 r. Choć nagranie było autentyczne, pochodziło z 2021 roku, kiedy kandydat zajmował niższe stanowisko w partii politycznej, która przedstawiła go jako kandydata na prezydenta, a gniew był głównie skierowany przeciwko funkcjonariuszowi publicznemu z tej partii oraz jego poparci dla niej³³.



Źródło: chequeado.com³⁴

Nawet jeśli w tym wypadku wideo było prawdziwe i nie zostało zmontowane, celem dezinformacyjnej narracji było wykorzystanie go w fałszywym kontekście, aby podać w wątpliwość poparcie społeczne dla kandydata i wygenerować spekulacje na temat domniemyanych aktów korupcji w jego przeszłej pracy jako urzędnika publicznego. Nie jest jasne, jaki był zasięg publikacji, film został przesłany na YouTube,

³³ chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, Factchequeado, 3 czerwca 2024 r. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.

³⁴ W tym przypadku można zobaczyć obie publikacje, tę z 2021 r. i tę z 2024 r., wykorzystujące ten sam film, w którym informacje zostały zmanipulowane i wprowadzają w błąd. Źródło: chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, Factchequeado, 3 czerwca 2024 r. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.

a następnie udostępniony w różnych mediach społecznościowych, a w niektórych wypadkach został bezpośrednio przesłany na Facebooka i X przez użytkowników udostępniających treści dezinformacyjne (docierając do wszystkich platform społecznościowych używanych regularnie w tych wyborach).

Wymiar płci w zjawisku fałszywych wiadomości

Jednym z tematów dezinformacyjnych wykorzystywanych w ostatnich wyborach prezydenckich były rzekome różnice związane z płcią. W wypadku obu czołowych kandydatek (Sheinbaum i Xóchitl Gálvez) były różne momenty, w których ich zdolności intelektualne podawano w wątpliwość za pomocą fałszywych wiadomości, aby zarzucić im słabość, nieudolność lub ignorancję, powielając stereotypy płciowe dotyczące kobiet³⁵.

Stereotypy te są typowe dla meksykańskiego społeczeństwa i były częścią „polemiki” związanej z pierwszymi w historii wyborami, w których kobieta miała zostać wybrana na prezydenta kraju. Friné Salguero, specjalistka ds. płci z Instituto Simone de Beauvoir, powiedziała, że w związanej z tym dezinformacji „celem jest wykluczenie i zniechęcenie kobiet do udziału w sferze publicznej. Niestety, jest to odzwierciedlenie meksykańskiego społeczeństwa”³⁶. Przykładowo w wyborach prezydenckich obie kandydatki były atakowane za pomocą stereotypu ignorantki i rzekomego braku wystarczającej inteligencji, by objąć stanowisko. W tym wypadku „zbieg okoliczności” polegał na tym, że obie kłamały na temat swoich dyplomów uniwersyteckich, uciekając się do pewnego rodzaju korupcji, aby je zdobyć³⁷.

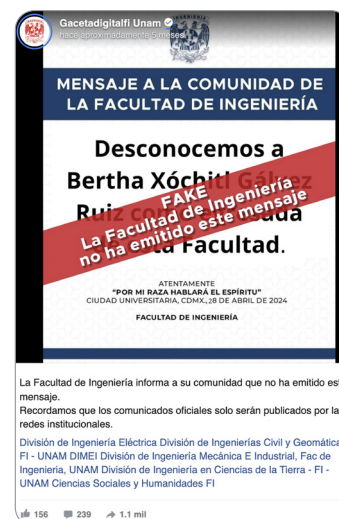
35 AFP. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”, *El Economista*, 01 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circulan-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html> David Klepper. „Los tópicos sexistas y la desinformación campan por Internet mientras México se alista para votar”, *Los Angeles Times*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2024-06-01/los-topicos-sexistas-y-la-desinformacion-campan-por-internet-mientras-mexico-se-alista-para-votar>; chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, *Factchequeado*, 3 czerwca 2024 r. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.

36 AFP. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”, *El Economista*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circulan-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html>.

37 TRT Español. 2024. „Guerra de desinformación envuelve las elecciones presidenciales en México”, AFP, 25 maja. <https://trtespanol.com/america-latina/guerra-de-desinformacion-envuelve-las-elecciones-presidenciales-en-mexico-14927092>.



Source: chequeado.com³⁸



Source: chequeado.com³⁹

Daniela Mendoza, dyrektorka generalna Verificado, wyjaśnia, że rodzaj dezinformacji skierowanej przeciwko kandydatkom czasami bardzo różnił się od dezinformacji wymierzonej przeciwko kandydatom płci męskiej: mizoginistyczne narracje scharakteryzowały te wybory jako brutalnie seksistowskie, w których kandydatki są atakowane za to, że są kobietami, obrażane w związku z tym, jak (fizycznie) wyglądają, jak mówią lub jak się ubierają⁴⁰. Również María Calderón (prawniczka i badaczka z Mexico Institute) uznała, że dezinformacja skierowana przeciwko kandydatkom była bezpośrednio związana z ich płcią, co stanowi wyraźną różnicę w porównaniu z dezinformacją skierowaną przeciwko kandydatom płci męskiej⁴¹.

Warto wspomnieć, że w tym zakresie „przemoc polityczna ze względu na płeć” stała się istotną i znalazła się w centrum kampanii dezinformacyjnych oraz prób przeciwdziałania jej ze strony instytucji i platform.

- 38 Pierwsze zdjęcie to publikacja na Facebooku na temat plagiatu kandydatki Xóchitl Gálvez, rzekomo zgłoszonego przez wydział inżynierii Narodowego Uniwersytetu Meksyku (UNAM). Drugie zdjęcie to publikacja z wydziału inżynierii UNAM, w której wydział przeciwstawia się wprowadzającym w błąd informacjom i wyjaśnia nieprawdziwość publikacji. Źródło: David Klepper. „Los tópicos sexistas y la desinformación campan por Internet mientras México se alista para votar”, Los Angeles Times, 1 czerwca 2024 r. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2024-06-01/los-topicos-sexistas-y-la-desinformacion-campan-por-internet-mientras-mexico-se-alista-para-votar>; chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, Factchequeado, 3 czerwca 2024 r. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.
- 39 Pierwszy obrazek przedstawia publikację na Facebooku dotyczącą plagiatu kandydatki Xóchitl Gálvez, rzekomo zgłoszonego przez wydział inżynierii Narodowego Uniwersytetu Meksyku (UNAM). Drugi obrazek to publikacja wydziału inżynierii UNAM, w której demontują oni wprowadzające w błąd informacje i wyjaśniają nieprawdziwość tej publikacji. Zob. David Klepper. „Los tópicos sexistas y la desinformación campan por Internet mientras México se alista para votar”, Los Angeles Times, 01 June 2024. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2024-06-01/los-topicos-sexistas-y-la-desinformacion-campan-por-internet-mientras-mexico-se-alista-para-votar>; chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, Factchequeado, 03 June 2024. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.
- 40 VerificaRTVE. 2024. „La desinformación en México durante la campaña de las elecciones presidenciales”, Corporación de Radio y Televisión Española, 29 maja. <https://www.rtve.es/noticias/20240529/desinformacion-mexico-campana-elecciones-presidenciales/16123707.shtml>.
- 41 David Klepper. „Los tópicos sexistas y la desinformación campan por Internet mientras México se alista para votar”, Los Angeles Times, 1 czerwca 2024 r. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2024-06-01/los-topicos-sexistas-y-la-desinformacion-campan-por-internet-mientras-mexico-se-alista-para-votar>.

Zjawisko to stanowiło wyraźną przeszkodę dla kandydatek, ponieważ były one poddawane tym atakom w ogólnym kontekście mizoginii panującej w meksykańskim społeczeństwie⁴².

W ramach swojej pracy w kontekście wyborczym Meta uruchomiła również inicjatywę mającą na celu przeciwdziałanie przemocy ze względu na płeć w Internecie. „Voto contra la violencia” to kampania składająca się z serii filmów, w których kobiety o istotnej pozycji w meksykańskim życiu publicznym dzieliły się informacjami i zaleceniami dotyczącymi przeciwdziałania przemocy w sieci i wspierania jej ofiar. Kampania wymusiła również narrację na temat znaczenia udziału kobiet w wyborach i barier dla ich równego uczestnictwa⁴³.

W trendach dezinformacyjnych związanych z tematyką płci powszechnym zabiegiem było publikowanie fałszywych treści, a następnie próba zwiększenia ich zasięgu za pośrednictwem kont użytkowników, którzy dali się na nie nabrać, jednakże wykorzystywano również boty do koordynowania rozpowszechniania wprowadzających w błąd komunikatów, głównie na Facebooku i X.

Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami

Rozpowszechnianie dezinformacji na platformach mediów społecznościowych dominuje w Meksyku. Niewątpliwie główną areną rozprzestrzeniania się dezinformacji podczas ostatnich wyborów prezydenckich były platformy, na których użytkownicy często angażowali się w dyskusje i gdzie coraz częściej pojawiał się dyskurs polityczny i komunikacja publiczna. Platformy takie jak X, Facebook, Instagram, YouTube i TikTok były wykorzystywane do szerzenia fałszywych lub wprowadzających w błąd treści i atakowania wszystkich kandydatów.

Aby znaczenie platform cyfrowych w Meksyku umieścić w kontekście, warto zaznaczyć, że do marca 2024 r. ponad 90 mln osób korzystało z Facebooka, ponad 83 mln z YouTube, ponad 74 mln z TikTok, ponad 44 mln z Instagrama i ponad 18 mln z X; to tylko niektóre z czoło-

42 Anna Lagos. „Elecciones México 2024: Desinformación, IA y el reto de la democracia en un país polarizado”, WIRED, 20 sierpnia 2024 r. <https://es.wired.com/articulos/elecciones-mexico-2024-desinformacion-ia-y-el-reto-de-la-democracia-en-un-pais-polarizado>

43 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024, s. 22. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>UM. 2024. „Acciones contra la desinformación en tiempos electorales”, Naciones Unidas México, 23 de mayo. <https://shorturl.at/YQ39A>.

wych platform cyfrowych, na których obecna była dezinformacja. W Meksyku na początku 2024 r. było około 105 mln użytkowników Internetu (około 85% całej populacji) i 90,2 mln użytkowników mediów społecznościowych (70%)⁴⁴.

Kiedy zajmujemy się strategiami dezinformacji, należy jednak rozważyć więcej aspektów. Według najnowszego raportu Asociación de Internet Mx spośród wszystkich użytkowników Internetu w Meksyku 96% jest aktywnych na WhatsApp, a 40% na Telegramie. Znaczenie tych danych wynika z faktu, że wiele narracji dezinformacyjnych i fałszywych wiadomości rozprzestrzeniających się w kontekście wyborów prezydenckich było przekazywanych za pośrednictwem aplikacji do przesyłania wiadomości, takich jak Telegram i WhatsApp⁴⁵.

Aktorzy dezinformacji wykorzystywali platformy mediów społecznościowych i aplikacje do przesyłania wiadomości w celu rozpowszechniania fałszywych lub wprowadzających w błąd treści, ale inne istotne źródło i miejsce dezinformacji pochodziło z oficjalnych przekazów medialnych rządu. „Mañaneras” prezydenta Andrésa Manuela Lópeza Obradora były jednym z głównych miejsc przekazywania fałszywych wiadomości, zaprzeczania krytyce opartej na dowodach i atakowania politycznych przeciwników rządu na podstawie fałszywych, fragmentarycznych lub zmanipulowanych materiałów. Kwestia przepływu informacji między materiałami rządowymi udostępnianymi podczas „Mañaneras”, platformami cyfrowymi i aplikacjami do przesyłania wiadomości jest często podnoszona przez organizacje weryfikujące fakty.

Nawet jeśli na początku konferencje prezentowane przez prezydenta służyły jako nowe i ekscytujące ćwiczenie odpowiedzialności i otwartej wymiany z niezależnymi dziennikarzami i mediami, „Mañaneras” szybko przekształciły się w platformę propagandy (przez większość czasu) i atakowania tych grup, które AMLO uważał za „złe”, przyjmując wyraźną postawę „przyjaciel-wróg” wobec wszystkich krytyków rządu czy tych, którzy przedstawiali niezależne śledztwa, dane lub badania wykazujące porażkę po stronie rządu. W tej przestrzeni nie było niczym dziwnym, że prezydent wykorzystywał platformę do atakowania swoich przeciwników politycznych i innych partii politycznych, a w niektórych

44 Simon Kemp. „Digital 2024: México”, Datareportal, 24 lutego 2024 r. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-mexico> *mario Silverio*. „Las redes sociales más usadas en 2024”, PrimeWeb, 25 kwietnia 2024 r. <https://www.primeweb.com.mx/redes-sociales-para-empresas>.

45 Karina Rodríguez Peña. „El número de usuarios de Internet en México aumentó 5.25 en 2024”, CIOEdiworld, 20 maja 2024 r. <https://iworld.com.mx/20-estudio-sobre-los-habitos-de-usuarios-de-internet-en-mexico-2024/>.

wypadkach do tworzenia lub zwiększania zasięgu fałszywych wiadomości, takich jak ta o Xóchitl Gálvez, która po wygraniu wyborów na prezydenta miała zlikwidować programy socjalne⁴⁶.

Można tutaj wywnioskować, że przynajmniej z rządowej strony głównym kanałem rozpowszechniania dezinformacji były „Mañaneras” byłego prezydenta Andrésa Manuela Lópeza Obradora. Do 2022 r. AMLO zorganizował 682 konferencje, z których każda trwała około 108 minut. Nawet jeśli dezinformacja w tym programie publicznym nie miała miejsca przez cały czas, jasne jest, że program jako całość był częścią nowego modelu komunikacji politycznej zaprojektowanego przez rząd w celu kontrolowania agendy publicznej „na własnych warunkach” przy powtarzającej się strategii przedstawiania komunikatów wprowadzających w błąd lub fałszywych. Według niezależnego konsultanta SPIN do 31 sierpnia 2021 r. AMLO złożył w tym programie ponad 61 tysięcy fałszywych lub wprowadzających w błąd oświadczeń⁴⁷. Wszystkie „Mañaneras” były nadawane publicznie i transmitowane za pośrednictwem oficjalnych kanałów YouTube rządu, więc oprócz codziennej transmisji wiele z tych informacji zostało zachowanych w Internecie. Na kanale AMLO pełna lista „Mañaneras” składa się z 1 389 filmów o łącznej liczbie 1 020 916 wyświetleń⁴⁸.

Odnotowane techniki i metody dezinformacji

Jedną z technik stosowanych w dezinformacji w Meksyku jest wykorzystywanie sztucznej inteligencji (AI) do tworzenia fałszywych wiadomości. Weryfikatorzy faktów tacy jak El Sabueso udokumentowali wykorzystanie deepfake'ów wideo i audio w tych wyborach. W związku z tym udokumentowano przypadki anonimowych kont na platformach społecznościowych, które tworzyły profile podobne do profili znanych mediów, zamierzając podszywać się pod prawdziwe media w celu udostępniania fałszywych wiadomości (z zastrzykiem pieniędzy, aby zwiększyć zasięg kont)⁴⁹.

46 Marcos Martínez Chacón. „Ola de noticias falsas de cara a las elecciones de México de 2024”, Los Ángeles Press, 26 sierpnia 2023 r. <https://losangelespress.org/elecciones-mexico/ola-de-noticias-falsas-de-cara-a-las-elecciones-de-mexico-de-2024-20230826-6324.html>ebbaba Hameida. „El cerco a la libertad de prensa, legado de López Obrador: señalamiento, descalificación y desinformación”, Corporación de Radio y Televisión Española, 01 czerwca 2024 r. <https://www.rtve.es/noticias/20240601/cerco-libertad-prensa-legado-lopez-obrador-senalamiento-descalificacion-desinformacion/16120050.shtml>.

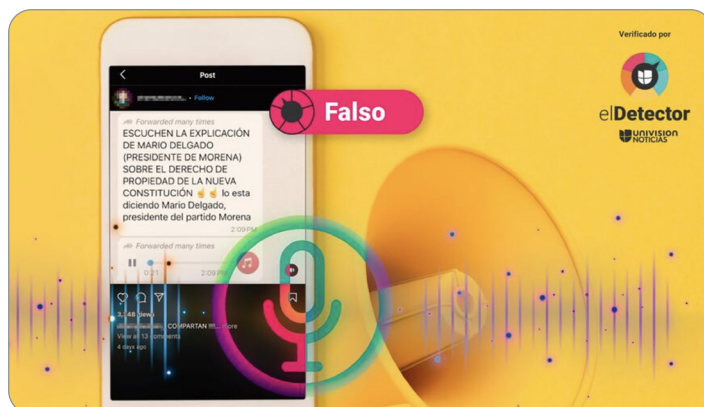
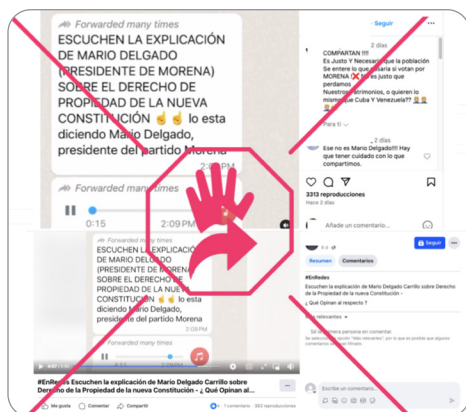
47 Kevin Zapata Celestino. „Las ‚mañaneras’ de AMLO y los abusos de la comunicación presidencial”, Centro de Estudios Espinosa Yglesias, 2022. <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2022/12/Zapata-Celestino-2022-Premio-MEY.pdf>.

48 Oficjalny kanał AMLO można znaleźć pod adresem: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLRnIRGar-296KTsVL0R6MEbpwJzD8ppA>.

49 W wyborach sztuczna inteligencja była wykorzystywana zarówno do tworzenia, jak i przeciwdziałania fałszywym lub wprowadzającym w błąd informacjom. Wiele podmiotów takich jak platformy cyfrowe wykorzystywało sztuczną inteligencję do identyfikowania i powstrzymywania trendów dezinformacyjnych. Meta, Google i inne platformy opracowały narzędzia do analizy treści na swoich platformach, pomagając opinii publicznej odróżnić fałszywe informacje od prawdziwych. Na przykład Meta wygenerowała znaki wodne dla filmów i zdjęć wygenerowanych za pomocą sztucznej inteligencji, zamierzając uzyskać większą przejrzystość i znaczące informacje dla użytkowników. Zob.: Anna Lagos. „Elecciones México 2024: Desinformación, IA y el reto de la democracia en un país polarizado”, WIREd, 20 sierpnia 2024 r. <https://es.wired.com/articulos/elecciones-mexico-2024-desinformacion-ia-y-el-reto-de-la-democracia-en-un-pais-polarizado>

Wykorzystywanie botów do wspierania lub odrzucania określonych informacji było również sposobem, w jaki środowisko dezinformacji zostało wzmocnione w miesiącach poprzedzających wybory. Systematycznie używano zautomatyzowanych kont do zwiększania zasięgu fałszywych wiadomości, co nie jest niczym nowym; najciekawsze jest to, że za tymi botami stały zespoły kampanii partii walczących o prezydenturę. W tym sensie środki publiczne finansują zniestawienie według dyrektorów dwóch najważniejszych weryfikatorów faktów w Meksyku, Verificado i Animal Político⁵⁰.

Innym sposobem było rozpowszechnianie materiałów dźwiękowych za pośrednictwem WhatsApp i przypisywanie ich znaczącym politykom z MORENA. W wiadomości na WhatsApp, w której stwierdzono, że nagranie pochodzi od ówczesnego przewodniczącego MORENA, Mario Delgado, audio należące w rzeczywistości do innej osoby zostało rozpowszechnione z WhatsApp na inne platformy społecznościowe, a następnie udostępnione tysiące razy⁵¹.



Źródło: univision.com⁵²

- 50 VerificaRTVE. 2024. „La desinformación en México durante la campaña de las elecciones presidenciales”, Corporación de Radio y Televisión Española, 29 maja. <https://www.rtve.es/noticias/20240529/desinformacion-mexico-campana-elecciones-presidenciales/16123707.shtml>.
- 51 Lissy de Abreu. „Es falso que el presidente de Morena sea quien habla en ese audio sobre una nueva Constitución en México que suprimiría la propiedad privada”, ElDetector, 26 maja 2024 r. <https://www.univision.com/noticias/presidente-morena-audio-constitucion-propiedad-privada-falso>. W nagraniu można było „usłyszeć” Mario Delgado, ówczesnego przewodniczącego partii politycznej, mówiącego o nowej konstytucji, która zostanie stworzona przez rząd, a w której prawo do własności prywatnej miało zostać wyeliminowane. W tym przypadku dźwięk był prawdziwy i nie pochodził od Mario Delgado, ale od innej niepowiązanej osoby. Zobacz także: chequeado. 2024. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, 3 czerwca. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.
- 52 Oba zdjęcia to przykłady tekstu rozpowszechnianego na Whatsapp, gdzie ustalono, że Mario Delgado podawał fałszywe informacje w imieniu MORENA. Źródło: Lissy de Abreu. „Es falso que el presidente de Morena sea quien habla en ese audio sobre una nueva Constitución en México que suprimiría la propiedad privada”, ElDetector, 26 maja 2024 r. <https://www.univision.com/noticias/presidente-morena-audio-constitucion-propiedad-privada-falso>.

Inną strategią dezinformacyjną było wykorzystywanie starych materiałów wyrwanych z kontekstu i przedstawianie ich tak, jakby dotyczyły wyborów, aby ludzie uwierzyli, że treść wideo rozgrywała się w tym właśnie czasie. Narracja miała na celu wykorzystanie teorii spiskowych dotyczących oszustw wyborczych w Meksyku i wykorzystywała informacje o zdarzeniach, które miały miejsce w 2018 r. i zostały już wykorzystane jako dezinformacja w 2021 r.⁵³

Odnotowano również sytuację, w której działania dezinformacyjne łączyły podszywanie się pod media z wykorzystaniem reklam w celu rozpowszechniania i zwiększania dezinformacji. W ten sposób złośliwe podmioty próbowały tworzyć i wykorzystywać nieautentyczne strony z wiadomościami, korzystając z bibliotek reklamowych Facebooka i Instagrama. W takich przypadkach konta kradły obrazy referencyjne oryginalnych kont mediów, kopiując logo lub nazwę znanego kanału mediowego, ale zmieniając je lub prezentując tak, jakby było to oficjalne konto. W ten sposób konta dezinformacyjne przedstawiano jako wiarygodne strony internetowe i rozpowszechniano reklamy, ale także fałszywe treści; w niektórych wypadkach robiono to nawet przy użyciu stron uznanych weryfikatorów faktów⁵⁴.

Zespoły głównych kandydatów wykorzystywały fałszywe sondaże, aby wygrać fotel prezydencki na różnych etapach wyborów. W tych wypadkach korzystano z fałszywych sondaży, aby udostępnić je w Internecie za pośrednictwem botów lub legalnych kont użytkowników, bądź z sondaży stworzonych przez firmy specjalizujące się w opracowywaniu sondaży, które wykorzystywały jednak wprowadzające w błąd lub fałszywe treści w celu uzyskania określonych wyników, a wszystko to w celu manipulowania głosami wyborców.

Jak ustalono w poprzednim rozdziale, rząd celowo podjął środki zmierzające do ułatwienia propagandy państwowej i wyrażenia tego celu za pomocą innych strategii, które zakładały degradację przeciwników (tak pomyślanych przez AMLO) i dyskredytację wiarygodnych źródeł informacji, takich jak media i organizacje społeczeństwa obywatelskie-

⁵³ Wideo zawierało zarzut oszustwa na korzyść MORENY. Wideo było prawdziwe, ale z 2021 r. i składało się ze zrabowanych kart do głosowania z lokalnych wyborów 2018 r., które zostały należycie zgłoszone władzom i były przedmiotem zgodnego z prawem postępowania, aby uniknąć ryzyka oszustwa. INE i lokalny instytut wyborczy poinformowały o tym fakcie za pośrednictwem wiadomości i oficjalnych kont na różnych platformach. Zob.: chequeado. „Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon”, 3 czerwca 2024 r. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.

⁵⁴ Aby to wyjaśnić, Daniela Mendoza (z Verificado) wyjaśnia: „Tworzą całą stronę internetową rzekomo uznanych mediów lub klonując ich tożsamość i twierdzą na przykład, że Verificado opublikowało sondaż dający przewagę określonemu kandydatowi”. Ze swojej strony Daniel Moreno, dyrektor generalny „Animal Político”, powiedział, że: „Udokumentowaliśmy miliony wydane na reklamę, wymyślone strony internetowe, podające się za legalne media, ale mające wsparcie któregośkolwiek z zespołów kandydatów”, co oznacza, że fałszywe wiadomości, np. sondaże, były rozpowszechniane przez zespoły kampanii wszystkich trzech kandydatów w celu rozsiewania dezinformacji i zniechęcenia do głosowania na opozycję. Zob.: VerificaRTVE. „La desinformación en México durante la campaña de las elecciones presidenciales”, Corporación de Radio y Televisión Española, 29 maja 2024 r. <https://www.rve.es/noticias/20240529/desinformacion-mexico-campana-elecciones-presidenciales/16123707.shtml>.

go. W wielu wypadkach wykorzystanie propagandy państwowej miało na celu odwrócenie uwagi opinii publicznej od niepowodzeń rządu w kwestiach związanych z bezpieczeństwem publicznym i naruszeniami praw człowieka; w innych wypadkach intencją było podzielenie grup, które kiedyś wspierały rząd, ale potem stały się wobec niego krytyczne.

Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych

Podczas wyborów prezydenckich w Meksyku miały miejsce sytuacje, w których domniemywano, że potencjalnie zaangażowani byli agenci z innych krajów. Raporty Departamentu Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych stwierdzają, że rosyjscy złośliwi agenci wykorzystywali treści generowane przez sztuczną inteligencję, reklamy w mediach społecznościowych i konta użytkowników, aby wpływać na odbiorców w Meksyku w kontekście wyborczym i nie tylko⁵⁵. W przededniu wyborów prezydenckich różni eksperci ds. cyberbezpieczeństwa uważali, że istnieje ryzyko, że organ wyborczy INE może zostać zaatakowany przez zagranicznych hakerów chcących ingerować w proces wyborczy (głównie poprzez ataki DDoS, które były głównym atakiem zarejestrowanym przez ten organ) lub wykraść prywatne informacje na temat obywateli Meksyku w celu popełnienia oszustw finansowych. Niektórzy specjaliści publicznie stwierdzili, że potencjalni hakerzy ingerujący w kontekst wyborczy pochodzili z Rosji, Korei Północnej, Chin, USA, Wielkiej Brytanii i Izraela⁵⁶.

Niektórzy dziennikarze w Meksyku wyrażali obawy dotyczące RT (dawniej Russia Today), sugerując, że relacje tej platformy dotyczące meksykańskiej polityki podczas wyborów mogły być częścią szerszych działań propagandowych podejmowanych przez rosyjski rząd w celu wpłynięcia na wynik z korzyścią dla Rosji. Zgodnie z tym poglądem rządząca partia MORENA była postrzegana jako potencjalny sojusznik, który mógłby zrównoważyć interesy USA w regionie. RT oskarżano o roz-

55 DEPARTAMENT SPRAWIEDLIWOŚCI USA. „Justice Department Disrupts Covert Russian Government-Sponsored Foreign Malign Influence Operation Targeting Audiences in the United States and Elsewhere”, Biuro Spraw Publicznych, 4 września 2024 r. <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-disrupts-covert-russian-government-sponsored-foreign-malign-influence>. Wiadomość ta została zdementowana przez Ambasadę Rosji w Meksyku. Zob.: Embajada de la Federación de Rusia en los Estados Unidos Mexicanos. „Sobre la ‚injerencia rusa‘ en las elecciones mexicanas”, 12 stycznia 2024 r. <https://mexico.mid.ru/es/noticias/sobre-la-injerencia-rusa-en-las-elecciones-mexicanas/>.

56 Christopher Calderón. „Elecciones en México, bajo amenaza de cibercriminales”, El Financiero, 31 maja 2024 r. <https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-mexico-2024/2024/05/31/elecciones-en-mexico-bajo-amenaza-de-cibercriminales/><https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-mexico-2024/2024/05/31/elecciones-en-mexico-bajo-amenaza-de-cibercriminales/>.

powszechnianie dezinformacji związanych z wyborami, w tym teorii spiskowych opartych na fałszywych lub wprowadzających w błąd treściach. Twierdzenia te nie zostały jednak ostatecznie udowodnione⁵⁷.

Z drugiej strony wykryto i zwalczano wprowadzające w błąd komunikaty związane z zagraniczną interwencją w meksykańskich wyborach w odniesieniu do fałszywych wiadomości stwierdzających udział rządu Wenezueli. Pojawiły się twierdzenia, że Nicolás Maduro weźmie udział w wyborach w Meksyku i będzie obecny na kilku ważnych publicznych demonstracjach, ale zarzuty te były fałszywe i pozbawione rzeczywistego znaczenia i powagi⁵⁸.

Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji

Meksyk ma solidne autonomiczne ramy instytucjonalne dotyczące wyborów. Przez dziesięciolecia budowanie wiarygodnych organów wyborczych było jednym z najważniejszych postępów demokracji w kraju naznaczonym historią oszustw i centralizacją władzy wykonawczej. Niezależnie od tego podczas ostatnich wyborów widać było wyraźnie zamiar rządu, aby zaatakować tę legalność i podać w wątpliwość pracę Instituto Nacional Electoral (INE). Zamiar ten był częścią szeroko zakrojonej strategii polaryzacji Andrésa Manuela Lópeza Obradora, który próbował stworzyć klimat nieufności i braku krytyki spoza swojego ruchu politycznego. Działanie to zmanipulowało debatę publiczną przeciwko różnym sektorom, nie tylko instytucjom równoważącym (INE i władzy sądowniczej) władzę wykonawczą, lecz także przeciwko społeczeństwu obywatelskiemu, mediom i niezależnym dziennikarzom z różnych sektorów. Ten klimat kontroli informacji i negocjowania krytyki opartej na dowodach dotyczących stosowania przemocy w kraju (nie tylko przez kartele narkotykowe, lecz także przez wykorzystywanie wojska w wielu aspektach życia publicznego), systematycznego łamania praw człowieka w różnych stanach kraju i możliwych aktów korupcji, doprowadził do żyznej gleby dla dezinformacji⁵⁹. Krajobraz ten

57 Niektórzy krytycy twierdzą, że odzwierciedlają one stronniczą interpretację rosyjskich wpływów. W odpowiedzi Andrey A. Zemskiy, rzecznik rosyjskiej ambasady, zaprzeczył jakemukolwiek zaangażowaniu rosyjskiego rządu w finansowanie lub kierowanie kampaniami komunikacyjnymi RT związanymi z Meksykiem. Zob.: Perla Pineda, „Jaki będzie oficjalny kanał wyborczy w Meksyku?” *El Economista*, 26 lutego 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/RT-sera-el-canal-oficial-electoral-en-Mexico-20240226-0139.html> pablo Hiriart, „Putin, con todo en las elecciones de México”, *El Financiero*, 11 stycznia 2024 r. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/pablo-hiriart/2024/01/11/putin-con-todo-en-las-elecciones-de-mexico/>.

58 Daniela Martínez, „Falso que Maduro viene a México para las elecciones, el video es de 2021”, *El Sabueso*, 20 maja 2024 r. <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/desinformacion/falso-maduro-viene-para-elecciones>.

59 W raporcie agencji Reuters stwierdzono, że ogólne zaufanie do wiadomości wśród ludności Meksyku spadła z 49% do 36% w 2023 roku. Przynajmniej część tego spadku wiarygodności jest związana ze strategią AMLO polegającą na atakowaniu mediów i ustanowieniu „alternatywnej prawdy” o życiu politycznym w Meksyku (Guerrero 2024).

został wykorzystany przez wszystkie partie polityczne do „gry” w dezinformację i wzajemnych ataków z oczywistą stratą dla debaty publicznej i prawa dostępu do informacji wszystkich Meksykanów.

W atmosferze polaryzacji nastrojów społecznych instytucja odpowiedzialna za organizację wyborów, tj. Instituto Nacional Electoral, rozpoczęła publiczną kampanię przeciwko dezinformacji w mediach społecznościowych i na temat procesu wyborczego. Certeza Electoral (Pewność Wyborcza) była multidyscyplinarnym obserwatorium zajmującym się identyfikacją dezinformacji i przeciwdziałaniem jej za pomocą zweryfikowanych informacji⁶⁰. W ramach tego projektu INE stworzył konto użytkownika X, @CertezaINE, gdzie udostępniano ustalenia co do fałszywych wiadomości, aby zrównoważyć trendy dezinformacyjne na X⁶¹.

Łączna liczba „komunikatów” z Certeza Electoral wyniosła 63 publikacje, w których INE podzieliła się istotnymi informacjami dotyczącymi wyborów i aktów dezinformacji; 28 publikacji, w których fałszywe wiadomości zostały poprawione i wykryte dla użytkowników różnych mediów społecznościowych; 21 wyjaśnień dotyczących wiadomości, które były niekompletne lub fragmentaryczne (ale niekoniecznie były fałszywymi wiadomościami); 9 materiałów informacyjnych i wizualnych, które stworzono w celu informowania użytkowników i obywateli w ogóle; 1 chatbot przygotowany dla użytkowników, którzy chcieli dowiedzieć się czegoś o wiarygodności różnych wiadomości („Inés verifica” lub „Inés te responde”)⁶², który osiągnął wynik ponad 200 000 aktywnych rozmów z użytkownikami; 6 940 pytań o prawdziwość różnych wiadomości; i prawie półtora miliona odpowiedzi bota na interakcje z użytkownikami⁶³.

W przypadku tego ostatniego chatbota INE porozumiało się z Meta, aby wykorzystać go jako część wspólnego projektu wdrażanego w trakcie wyborów. Współpraca ta była elementem aktywnej polityki Meta w walce z dezinformacją. Meta współpracowała także z organizacją społeczną „Movilizadorio” w ramach programu „Soy Digital” — edukacyjnej inicjatywy mającej na celu rozwijanie krytycznego my-

60 INE. „Certeza Electoral 2024”. Dostęp 1 września 2024 r. <https://centralectoral.ine.mx/certeza/>.

61 AFP. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”. *El Economista*, 1 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circulan-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html>.

62 W tym przypadku każda osoba mogła dodać numer WhatsApp podany przez INE lub kliknąć link na stronie internetowej INE, aby przejść do chatbota, a następnie złożyć dowolne zapytanie dotyczące wiadomości w celu ustalenia jej prawdziwości (*El Economista* 2024).

63 INE. „Estos son los datos de las acciones contra la desinformación, implementadas en las Elecciones 2024”. *Central Electoral*, 19 lipca 2024 r. <https://centralectoral.ine.mx/2024/07/19/estos-son-los-datos-de-las-acciones-contra-la-desinformacion-implementadas-en-las-elecciones-2024/>.

ślenia o sposobach, w jakie ludzie konsumują informacje w Internecie, z wyraźnym zamiarem przeciwdziałania dezinformacji⁶⁴. We współpracy z mediami, takimi jak Animal Político i Reuters Mexico, Meta ograniczyła zasięg postów zawierających nieprawdziwe informacje, co zapobiegało ich dotarciu do szerszej publiczności. Kiedy media stwierdziły, że dana treść jest fałszywą informacją, Meta oznaczwała taki materiał i informowała użytkowników o braku wiarygodności, gdy chcieli udostępnić narrację zawierającą dezinformację⁶⁵.

Starania podjęte przez Meta są częścią szerszego kompromisu ze strony korporacji działających w Internecie w celu przeciwdziałania dezinformacji generowanej przez sztuczną inteligencję. Przyczynianie się do dbania o uczciwość wyborów stało się polityką kilku istotnych platform i korporacji (TikTok i Microsoft również podpisały umowę). Porozumienie obejmuje ustalenia w zakresie przejrzystości sztucznej inteligencji, audytu algorytmów i współpracy z weryfikatorami faktów⁶⁶.

Google ze swojej strony przygotowało kampanię skupioną na temacie przejrzystości. W ramach inicjatywy „Transparencia México” firma opublikowała raport dotyczący reklam politycznych w wyszukiwarce. Następnie ustanowiła przepisy, zgodnie z którymi każda agencja chcąca publikować reklamy wyborcze musi przejść proces weryfikacji i zgłosić, kto zapłacił za reklamę oraz poinformować o przydzielonym budżecie. Podjęta również różne działania związane z udostępnianiem informacji o opcjach politycznych, procesie wyborczym, istotnych informacjach na temat kandydatów, dniu wyborów i wielu innych istotnych szczegółach pochodzących z oficjalnych źródeł⁶⁷. Jeśli chodzi o sprawdzanie faktów, Google przeszkoliło około 500 dziennikarzy i studentów dziennikarstwa w zakresie sprawdzania faktów w ramach „Latam Chequea”, inicjatywy mającej na celu przeciwdziałanie dezinformacji podczas wyborów. Jako uzupełnienie swoich zautomatyzowanych produktów, Google dostosował Gemini, swojego chatbota AI, aby umożliwić użytkownikom konsultowanie się w sprawie wyborów i przekierować ich do wyszukiwarki⁶⁸.

64 Meta. „Presentamos programa contra la información falsa rumbo a las elecciones 2024 en México”, 7 lutego 2024 r. <https://about.fb.com/ltam/news/2024/02/presentamos-programa-contr-la-informacion-falsa-rumbo-a-las-elecciones-de-2024-en-mexico/>nUM. „Acciones contra la desinformación en tiempos electorales”, Naciones Unidas México, 23 de mayo, 2024. <https://shorturl.at/YQ39A>.

65 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024, s. 22. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>.

66 AI Elections Accord. „A Tech Accord to Combat Deceptive Use of AI in 2024 Elections”, 16 lutego 2024 r. <https://www.aielectionaccord.com/#:-:~:text=This accord seeks to set,with their own policies and>

67 Andrea Barenque. „Addressing Disinformation in a Politically Polarized Landscape”, The Blue Owl Group, sierpień 2024, s. 23. <https://www.blueowlgrp.com/er24-mexico>.

68 Fernanda González. „Elecciones en México: las big tech se alistan para combatir la desinformación durante la jornada electoral”, WIRED, 28 maja 2024 r. <https://es.wired.com/articulos/elecciones-en-mexico-las-big-tech-se-alistan-para-combatir-la-desinformacion-durante-la-jornada-electoral>.

TikTok podjął środki w celu ograniczenia treści związanych z promowaniem urzędników publicznych lub kandydatów, ograniczenia monetyzacji, a nawet zakazania płatnych reklam politycznych. W ramach swoich norm wspólnotowych zabronił również wykorzystywania treści politycznych generowanych przez sztuczną inteligencję, aby zapobiegać i przeciwdziałać dezinformacji⁶⁹. W miesiącach poprzedzających wybory oprócz spotkań mających na celu współpracę z organami wyborczymi TikTok odbył również różne spotkania z organizacjami społeczeństwa obywatelskiego specjalizującymi się w promowaniu i ochronie praw cyfrowych w Internecie, aby omówić różne zasady moderowania treści, które miałyby zostać wdrożone w kontekście wyborczym.

Z kolei różne media organizowały rozmaite projekty mające na celu walkę z dezinformacją. Jednym z nich była platforma cyfrowa Animal Político, która od lat prowadzi projekt „El Sabueso” („Pies”, nawiązanie do psa policyjnego, który potrafi wykrywać fałszywe wiadomości). „El Sabueso” działał w różnych wyborach, sprawdzając fakty i wykrywając fałszywe wiadomości (poprawiając je i sygnalizując podmioty za nie odpowiedzialne)⁷⁰. Działalność rozpoczął jako agencja weryfikująca fakty w ramach Animal Político w 2015 r. z udziałem trzech dziennikarzy; obecnie współpracuje z 18 dziennikarzami, którzy poświęcają część swojej pracy na zadania związane z dezinformacją. W tych wyborach „El Sabueso” wdrożył również chatbota („VerifiChat”), aby umożliwić każdej osobie wysyłanie treści do zespołu dziennikarskiego, który mógł ocenić, czy nie są to fałszywe wiadomości⁷¹.

Przypadek Verificado jest również doskonałym przykładem przeciwdziałania dezinformacji przez media. Jako agencja zajmująca się sprawdzaniem faktów i zwalczaniem fałszywych wiadomości, Verificado jest jedną z najbardziej wpływowych platform mediowych w Meksyku, jeżeli chodzi o wykrywanie i demontaż narracji dezinformacyjnych. Platforma ta ściśle współpracowała nie tylko z INE, ale także z platformami społecznościowymi, takimi jak Meta, oraz z innymi krajowymi i międzynarodowymi mediami zajmującymi się dezinformacją, aby relacjonować wybory w Meksyku przed, w dniu wyborów i po wyborach, aby przeanalizować zakres i konsekwencje fałszywych narracji w kraju⁷².

69 Diego Valverde. „TikTok Measures Against Disinformation in Mexico's 2024 Elections”, Mexico Business, 15 kwietnia 2024 r. <https://mexicobusiness.news/tech/news/tiktok-measures-against-disinformation-mexicos-2024-elections>.

70 El Sabueso. 2024. „Desinformación”, Animal Político, konsultowane 2 września. <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/desinformacion>.

71 NUM. „Acciones contra la desinformación en tiempos electorales”, Naciones Unidas México, 23 de mayo, 2024. <https://shorturl.at/YQ39A>.

72 Verificado. „Las desinformaciones que marcaron la jornada electoral en México 2024”, 4 czerwca 2024 r. <https://verificado.com.mx/desinformaciones-que-marcaron-jornada-electoral/>.

Inna platforma mediowa, tym razem z międzynarodowej agencji Agencja France-Press, założyła AFP Factual jako stronę internetową, której celem jest walka z dezinformacją w wyborach w Meksyku. Projekt ten ma umowy o współpracy z głównymi platformami społecznościowymi, takimi jak Google, Meta i TikTok, i współpracuje z nimi w celu wykrywania i korygowania fałszywych wiadomości⁷³.

Bez wątpienia dobrą praktyką przeciwdziałania dezinformacji w ostatnich wyborach była współpraca między platformami, społeczeństwem obywatelskim i zorganizowanymi mediami w celu zwalczania fałszywych wiadomości, zwłaszcza w Internecie. Na przykład w Meta zbudowano sieć współpracy niezależnych weryfikatorów faktów, którzy wchodzili w interakcje na platformie i analizowali wiadomości, aby sygnalizować użytkownikom, że dana treść jest „fałszywa, częściowo fałszywa, zmodyfikowana lub pozbawiona wystarczającego kontekstu”⁷⁴.

Podsumowanie

Wybory prezydenckie w Meksyku są dobrym przykładem na potrzeby analizy powszechnej dezinformacji i przeciwdziałania jej. Jak wyjaśniono powyżej, narracje dezinformacyjne były wielopłaszczyznowe, pochodziły z nierozpoznanych stron internetowych i kont oraz były organizowane przez rząd w różnych formach. W atmosferze polaryzacji społecznej współpraca mediów, niezależnych dziennikarzy zainteresowanych sprawdzaniem faktów, organów wyborczych (zwłaszcza INE) i platform cyfrowych zaniepokojonych rozprzestrzenianiem się fałszywych wiadomości miały fundamentalne znaczenie dla przeciwdziałania dezinformacji, tworzenia narracji informacyjnych, edukacji cyfrowej i przeciwstawiania się oświadczeniom rządu, które były błędne lub nieuzasadnione.

Choć to stwierdzenie można traktować jako wstępne, a potrzebne są kolejne badania oparte na konkretnych dowodach, wydaje się jasne, że jednym z efektów dezinformacji w przypadku Meksyku jest degradacja debaty publicznej spowodowana koncentracją czasu, środków i uwagi na sprawach nieprawdziwych lub opartych na wprowadza-

73 AFP. „82.565 migrantes naturalizados podrán votar en las elecciones de 2024 en México, no 4,7 millones”, AFP Factual, 15 maja 2024 r. <https://factual.afp.com/doc.afp.com.34RP8PTaFP>. „Fake news que circularon sobre las elecciones 2024 en México”, El Economista, 1 czerwca 2024 r. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Fake-news-que-circulan-sobre-las-elecciones-2024-en-Mexico-20240531-0086.html>.

74 Animal Político. „INE y Meta se alían para combatir la desinformación en el proceso electoral de 2024”, 7 lutego 2024 r. https://www.animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/te-explico/ine-meta-desinformacion-elecciones-2024?rtbref=rtb-upgroajjdv2tlylorjv_1714188876489.

jących w błąd informacjach (zamiast skupienia na merytorycznych propozycjach, planach rządowych i programach politycznych). Widocznym skutkiem jest również wyraźna erozja i podważenie autorytetu kluczowych instytucji niezbędnych dla zdrowej demokracji, takich jak organ nadzorujący wybory (INE), media (zwłaszcza krytyczne, niezależne media i dziennikarze) oraz istotna część społeczeństwa obywatelskiego krytyczna wobec projektów rządowych (dla przykładu dwa ważne obszary to ruch feministyczny i organizacje pozarządowe działające na rzecz praw człowieka). Trudniej jest wskazać odpowiedzialne podmioty, nie z powodu braku zaangażowania w działania dezinformacyjne, ale wręcz przeciwnie: wielu uczestników wyborów, jeśli nie wszyscy, używało i nadużywało dezinformacji (zakres tego zjawiska i konkretne metody finansowania tych kampanii dezinformacyjnych wymagają dalszych badań, co jest istotne z punktu widzenia informacji publicznej). Ponadto, szczególną uwagę należy zwrócić na strategię rządową – lub propagandową strategię komunikacyjną – opartą na nieustannym podkreślaniu polaryzacji i delegitymizacji podmiotów pełniących rolę przeciwwagi w przestrzeni publicznej.

Coraz intensywniejsze korzystanie z Internetu w Meksyku (pod względem dostępu) jest bronią obosieczną, która współdziała ze złożonym zjawiskiem dezinformacji. Wiele osób otrzymuje wiadomości za pośrednictwem mediów społecznościowych, podczas gdy edukacja cyfrowa potrzebna do identyfikowania fałszywych wiadomości i narracji dezinformacyjnych wciąż się rozwija i jest niewystarczająca. Dezinformacja generowana przez sztuczną inteligencję pogłębia ten problem ze względu na zaawansowane technologie, które umożliwiają głębokie fałszowanie wideo i audio w sposób, który utrudnia zwykłym użytkownikom odróżnienie rzetelnych informacji od fałszywych wiadomości.

Ten przegląd powinien być nie tylko wezwaniem do alarmu dla osób zaniepokojonych stanem demokracji i praw dostępu do informacji w Meksyku, ale także przypomnieniem o potrzebie odpowiednich regulacji zgodnych z Międzypaństwowym Systemem Praw Człowieka, zarówno w zakresie odpowiednich ram odpowiedzialności urzędników publicznych, obowiązków platform cyfrowych, jak i demokratycznej regulacji sztucznej inteligencji.

Senegal

Samba Dialimpa Badji

Krajobraz polityczny

W marcu 2024 r. Senegal wybrał nowego prezydenta republiki w osobie Bassirou Diomaye Diakhar Faye. Wybory te oznaczają trzecią zmianę władzy, która odbywa się przy urnach wyborczych, co kontrastuje z tym, co zwykle dzieje się w niektórych krajach Afryki Zachodniej, gdzie zamachy stanu są głównym sposobem dojścia do władzy. W tym sensie Senegal zawsze był uważany za ostoję demokracji i wyspę stabilności w subregionie, który jest sceną wielopłaszczyznowych kryzysów.

Stabilność ta nie uchroniła jednak kraju przed kryzysami politycznymi, takimi jak ten, który miał miejsce w latach 2021–2024. Kryzys rozpoczął się w 2021 r. od oskarżenia o gwałt wniesionego przez pracownicę salonu masażu przeciwko politykowi Ousmane Sonko. Jego wezwanie przez sądy spowodowało kilkudniowe demonstracje, które zostały brutalnie stłumione przez policję, w wyniku czego zginęło około dziesięciu osób, z których część została zastrzelona¹. Aresztowanie i proces w 2023 r. również wywołały gwałtowne protesty, w których zginęło ponad 20 osób². Później skazany w sprawie o zniesławienie Ousmane Sonko został uznany za niekwalifikującego się do wyborów prezydenckich, w których zastąpił go Bassirou Diomaye Diakhar Faye, przyszły zwycięzca tych wyborów.

Zaraz po objęciu władzy nowy prezydent Senegalulu chciał nadać swoim działaniom panafrykański charakter. Jego pierwszym posunięciem była zmiana nazwy Ministerstwa Spraw Zagranicznych na Ministerstwo Integracji Afrykańskiej i Spraw Zagranicznych. Jego pierwsze wizyty ograniczyły się do sąsiednich krajów: Mauretanii, Gambii, Wybrzeża Kości Słoniowej i Gwinei. Bassirou Diomaye Faye zgłosił się również na ochotnika do pogodzenia Wspólnoty Gospodarczej Państw Afryki Zachodniej (ECOWAS) z Burkina Faso, Mali i Nigrem, które opuściły subregionalną organizację, aby stworzyć własny blok o nazwie Sojusz Państw Sahelu. Najważniejsze pytanie dotyczy relacji z Francją, byłym kolonizatorem, z którym Senegal zawsze utrzymywał bliskie stosunki dy-

1 „Sénégal: un an après la mort de 14 manifestants, les familles réclament justice”, Amnesty International, 3 marca 2022 r., <https://www.amnesty.org/fr/latest/news/2022/03/senegal-un-an-apres-mars-2021-les-familles-reclament-justice/>

2 Anne Le Touzé, „Une initiative recense les morts de la répression au Sénégal”, DW, 15 lutego 2024 r., <https://www.dw.com/fr/cartografreesenegal-recenser-victimes-senegal/a-68268838>

plomatyczne. Nowy prezydent i jego partia Pastef zawsze twierdzili, że chcą nowego podejścia w stosunkach między dwoma krajami w celu osiągnięcia relacji „win-win”, szczególnie na poziomie gospodarczym. Choć Bassirou Diomaye Faye zadeklarował, że nie będzie radykalnego zerwania stosunków między krajami, wciąż nie złożył oficjalnej wizyty we Francji. Dwukrotnie udał się jednak do Paryża, aby wziąć udział w konferencjach. Nie było żadnych oznak zmian w stosunkach dyplomatycznych z Rosją, mimo że w lipcu Moskwa uruchomiła w Dakarze Izbę Handlu i Inwestycji Afryki, Rosji i Eurazji³.

12 września prezydent Diomaye Faye rozwiązał Zgromadzenie Narodowe, torując drogę do zorganizowania przedterminowych wyborów parlamentarnych 17 listopada.

Twierdził, że dzięki przedterminowym wyborom chce mieć większość w Zgromadzeniu Narodowym, które do tej pory było zdominowane przez byłą partię rządzącą i jej sojuszników, aby móc właściwie realizować swoją politykę. Przed rozwiązaniem Zgromadzenie Narodowe było zdominowane przez partię byłego prezydenta Macky'ego Salla, Sojusz dla Republiki (Alliance for the Republic, APR) i jego sojuszników z koalicji Benno Bokk Yaakaar (Benno Bokk Yaakaar oznacza Zjednoczeni w Nadziei w języku Wolof, najczęściej używanym języku w Senegalu).

Wybory te niewątpliwie przekształcą senegalski krajobraz polityczny, ponieważ większość historycznych partii politycznych, które zdominowały scenę polityczną od czasu uzyskania przez kraj niepodległości, jest w trakcie zaniku lub łączenia się w nowe podmioty. Przez 40 lat, czyli od 1960 do 2000 r., Senegalem rządziła Partia Socjalistyczna, a następnie od 2000 do 2012 r. Senegalska Partia Demokratyczna, historyczna partia opozycyjna założona w 1974 r. Żadna z tych partii nie miała kandydata w wyborach prezydenckich w 2024 r. Podobnie partie polityczne historycznej senegalskiej lewicy, takie jak AJ/PADS, LD/MPT i PIT, nie mają już takiego wpływu, jaki miały w przeszłości.

3 współpraca Rosja – Senegal: „La Chambre de commerce et d'investissement Afrique, Russie et Eurasie installée à Dakar”, Emedia, 24 lipca 2024 r., <https://emedia.sn/cooperation-russie-senegal-la-chambre-de-commerce-et-dinvestissement-afrique-russie-et-eurasie-installee-a-dakar/>

Krajobraz dezinformacji w kraju

Dezinformacja w Senegalu ma różne wymiary i wpływa na różne obszary, co ilustrują przykłady przedstawione w tym rozdziale. Jeden z nich dotyczy przypadku młodego senegalskiego tancerza, który został zamordowany we własnym pokoju w dzielnicy na przedmieściach stolicy Dakaru w sierpniu 2024 r. Natychmiast po ogłoszeniu jego śmierci influencerzy mediów społecznościowych, zwłaszcza na TikToku i Facebooku, zaczęli rozpowszechniać wszelkiego rodzaju plotki i teorie na temat zabójstwa. Kiedy policja ogłosiła aresztowanie podejrzanego, niektórzy z tych influencerów opublikowali zdjęcie osoby fałszywie oskarżając ją o bycie zabójcą⁴.

Inny epizod związany z rozpowszechnianiem fałszywych treści miał miejsce miesiąc wcześniej, kiedy pojedyncze osoby i całe rodziny zajęły domy zbudowane w ramach projektu dotyczącego nieruchomości. Ludzie, którzy myśleli, że domy te należą do rządowego projektu nieruchomości, dowiedzieli się, że Prezydent Republiki ogłosił, że każda bezdomna rodzina może je zająć. Plotka o rzekomym ogłoszeniu tego faktu przez prezydenta Senegal został przekazana i szeroko rozpowszechniona za pośrednictwem WhatsApp⁵.

Dwa przytoczone powyżej przykłady doskonale ilustrują przewodnią rolę mediów społecznościowych w rozpowszechnianiu fałszywych treści w Senegal. Badanie Afrobarometru z 2021 r. wskazuje, że użytkowników mediów społecznościowych uważa się za jedną z tych grup, które najczęściej rozpowszechniają fałszywe treści⁶. Obok nich w tym samym badaniu wymienia się również polityków, dziennikarzy i media, a także członków rządu⁷. Afrobarometer to sieć badawcza z siedzibą w Ghanie, która przeprowadza badania opinii publicznej na temat demokracji, zarządzania, gospodarki i społeczeństwa.

4 SAIKOU SEYDI (@Saikouseydi1), „Depuis ce matin, des tiktokeurs exposent la photo de mon petit frère pour dire que c'est le présumé meurtrier de Aziz Dabala. Nous avons porté plainte. Lui c'est Ousmane Diaa, il n'est pas allé à Touba et on le (sic) l'appelle pas Modou. C'est un étudiant. @bathiedrizzy @Noo_JDcard", Twitter (obecnie X), 29 sierpnia 2024 r., <https://x.com/Saikouseydi1/status/1827458277728202963?t=RF559lbU8Jlc2B2CLTIKPw&s=19>

5 Azil Momar Lô i Souleymane Diassy, „Au Sénégal, l'affaire «ubbi dëkk» ou quand la désinformation trouve un terreau fertile dans les urgences sociales”, Africa Check, 13 sierpnia 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/blog/au-senegal-laffaire-ubbi-dekk-ou-quand-la-desinformation-trouve-un-terreau-fertile-dans-les-urgences-sociales>

6 Mamadou Abdoulaye Diallo, „AD451: Les Sénégalais souhaitent un accès sans restriction aux réseaux sociaux, mais déplorent les fausses informations et les discours de haine”, Afrobarometr (2021). <https://www.afrobarometer.org/publication/ad451-les-senegalais-souhaitent-un-acces-sans-restriction-aux-reseaux-sociaux-mais/>

7 Mamadou Abdoulaye Diallo, „AD451: Les Sénégalais souhaitent un accès sans restriction aux réseaux sociaux, mais déplorent les fausses informations et les discours de haine”, Afrobarometr (2021). <https://www.afrobarometer.org/publication/ad451-les-senegalais-souhaitent-un-acces-sans-restriction-aux-reseaux-sociaux-mais/>

Dezinformacja nabiera zatem rozpędu w kraju dzięki platformom cyfrowym, takim jak: Facebook, X, YouTube i WhatsApp. Jedną z powszechnych praktyk jest pobieranie fragmentów wideo lub audio z programów telewizyjnych lub radiowych i udostępnianie ich na platformach komunikacyjnych takich jak WhatsApp, często wrywając fakty z kontekstu, co prowadzi do tworzenia dezinformacji⁸. Z drugiej strony, tradycyjne media często relacjonują debaty w mediach społecznościowych w formie artykułów bez przeprowadzania niezbędnej weryfikacji prawdziwości rzekomych faktów. W związku z tym fałszywe treści mogą tworzyć cykl, zaczynając się od plotki przekazywanej ustnie przed dotarciem na WhatsApp, gdzie jest udostępniana od jednego użytkownika do następnego, by trafić na platformę mediów społecznościowych taką jak Facebook lub Twitter, a na koniec też do niektórych tradycyjnych mediów⁹. Zjawisko to nadaje komunikatom wiarygodny wygląd, ułatwiając w ten sposób ich rozprzestrzenianie.

Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami

Narracja o oszustwach wyborczych

Narracja o oszustwach wyborczych powtarza się w każdym wyborach w Senegalu.

Forsowano ją wraz z plotkami i fałszywymi twierdzeniami o manipulacji rejestrem wyborczym. Jednym z fałszywych twierdzeń, które często krążyły w okresie okołowyborczym, było to o sztucznym powiększaniu populacji wyborców na północy kraju, w regionie, z którego pochodzi były prezydent Macky Sall. Na przykład infografika udostępniona za pośrednictwem WhatsAppa, a także na X, przedstawia fałszywe dane dotyczące liczby zarejestrowanych wyborców w departamencie Ranerou na północy kraju. Według tej infografiki liczba ta wzrosła z 24 315 w 2019 r. do 193 718 w 2024 r. Po weryfikacji okazuje się, że liczba wyborców w 2024 roku wynosi 27 396¹⁰. Wyniki głosowania na północy kraju były źródłem kontrowersji, odkąd Macky Sall doszedł do władzy.

8 Assane Diagne, „Les médias à l'heure de la désinformation sur l'Internet”, *State of the Newsroom – Senegal* (2023).

9 Samba Dialimpa Badji, *L'écosystème des fausses informations au Sénégal. Une vue d'ensemble* (Accra: Centrum Demokracji i Rozwoju, 2022).

10 „Elections présidentielle de 2024 au Sénégal: des allégations sur la carte électorale de Matam vérifiées”, *Africa Check*, 23 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/articles/presidentielle-senegal-2024-carte-electorale-electeurs-matam-ranerou-pikine-dakar-desinformation>

Niektórzy liderzy opozycji często oskarżają administrację wyborczą o za-
wyżanie liczby wyborców na tym obszarze w celu zwiększenia wyniku
Macky'ego Salla¹¹.



Plakat przedstawiający fałszywe dane dotyczące liczby zarejestrowanych wyborców w departamencie Ranerou na północy kraju, źródło: x.com

Inny fałszywy zarzut dotyczył rzekomego istnienia fikcyjnych lokali wyborczych. Pojawił się, gdy ekspert wyborczy stwierdził, że mapa wyborcza zawiera co najmniej 826 zwycięskich lokali wyborczych¹². W tweecie podał przykład gminy Dakar, która według niego miała najwięcej fikcyjnych lokali wyborczych¹³. Minister Spraw Wewnętrznych opublikował później komunikat prasowy, w którym przedstawił szczegóły i wyjaśnił, dlaczego zarzuty eksperta wyborczego były fałszywe¹⁴.

Narracja ta była głównie forsowana przez liderów opozycji i ich zwolenników. Większość kont zaangażowanych w tę narrację to zwykli użytkownicy mediów

społecznościowych, zwykle wspierający partie opozycyjne i nieznani z wcześniejszego zaangażowania w kampanie dezinformacyjne. Co więcej, nic nie wskazuje na to, że kampania była skoordynowana.

Narracja na temat oszustw wyborczych była przedmiotem znacznego zaangażowania, szczególnie w mediach społecznościowych. Na przykład post o fikcyjnych lokalach wyborczych opublikowany 16 marca uzyskał 48,5 tys. wyświetleń i był retweetowany 259 razy. Pomimo reakcji niektórych użytkowników Twittera (obecnie X) wskazujących, że znają niektóre z tych lokali wyborczych, ponieważ tam głosowali, fałszywe oświadczenie nadal krążyło, wzmacniane głównie przez konta należące do zwolenników opozycji.

11 Adja Khoudia Thiam, „Controverse autour du nombre de votants au Fouta: les jeunes de Bby de Podor parlent de manipulation”, Actusen, 3 sierpnia 2022 r., <https://actusen.sn/controverse-autour-du-nombre-de-votants-au-fouta-les-jeunes-de-bby-de-podor-parlent-dune-manipulation/>

12 Ndiaga Gueye, „Sénégal – Présidentielle 2024: une carte électorale avec d'au moins 826 bureaux de vote fictifs, 1856 non localisables et 1998 abris provisoires”. Au moins 2 359 587 électeurs impactés, Domu Kajoor, 12 marca 2024 r., <https://domukajoor.org/senegal-presidentielle-2024-une-carte-electorale-dau-moins-826-bureaux-de-vote-fictifs-1856-non>

13 Domukajoor (@domukajoor), „#Presidentielle2024Commune Parcelles Assainies (Dakar) 1ere commune avec le plus de bureaux de vote fictifs: 34 bureaux de vote avec 19104 électeurs Source potentielle de faux procès-verbaux de résultats. Les 22 BV du Lieu de vote «Ecole Unité 14» dupliques à «Ann. Djinda Thiam”, Twitter (obecnie X), 16 marca 2024 r., <https://x.com/domukajoor/status/1768950101731397789?t=mRf31mH-LpKAgx-Hst1hcg&s=03>

14 Aminata Sarr, „Supposés bureaux de vote fictif, modifications du fichier électoral: La DGE parle „d'affirmations erronées””, Seneweb, 20 marca 2024 r. https://www.seneweb.com/news/Politique/supposes-bureaux-de-vote-fictifs-modific_n_436070.html

Narracja ta nie odbiła się szerokim echem prawdopodobnie ze względu na fakt, że kandydat byłej partii rządzącej nie wygrał wyborów. Przyczyniło się to jednak do wzrostu podejrzeń wobec procesu wyborczego.

Zarzuty o oszustwa wyborcze w trakcie przygotowań pojawiły się w kontekście bieżących wydarzeń. Odbłyły się one w sytuacji, gdy partie opozycyjne potępiły postawę Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Generalnej Dyrekcji Wyborczej, które według nich nie przestrzegały przepisów kodeksu wyborczego. Skrytykowano Generalną Dyrekcję Wyborczą za to, że nie udostępniła im rejestru wyborców na czas.

Narracja o korupcji w sądownictwie

Inna narracja skierowana była przeciwko systemowi sądowniczemu, a w szczególności wyborczemu wymiarowi sprawiedliwości. Rozszerzając narrację wymierzoną w administrację wyborczą, zarzuty wobec wymiaru sprawiedliwości miały na celu poparcie tezy o przygotowanym oszustwie wyborczym. Zarzuty przeciwko sądownictwu doszły do głosu, gdy dwóch sędziów Rady Konstytucyjnej zostało oskarżonych o korupcję przez kandydata partii rządzącej, Amadou Ba, w celu wykluczenia innego kandydata, Karima Wade'a, syna byłego prezydenta Abdoulaye Wade'a¹⁵.

Następnie w serwisie YouTube opublikowano niewiarygodne nagranie audio, które miało być rozmową kandydata Amadou Ba z dwoma sędziami Rady Konstytucyjnej, którym rzekomo przekazał instrukcje dotyczące odrzucenia kandydatury Karima Wade'a¹⁶.

15 „Karim Wade et le Pds accusent deux juges du conseil constitutionnel de corruption”, Xalima News, 21 stycznia 2024 r., <https://www.xalimasn.com/karim-wade-et-le-pds-accusent-deux-juges-du-conseil-constitutionnel-de-corruption/>

16 „PILNE: Karim Wade udostępnia nagranie wideo, w którym oskarża Amadou Ba o korupcję na forum Rady Konstytucyjnej”, Senenews, 13 marca 2024 r., https://www.senenews.com/actualites/urgent-karim-wade-partage-une-video-accusant-amadou-ba-de-corruption-sur-des-juges-du-conseil-constitutionnel_487828.html

Narracja ta była forsowana przede wszystkim przez Senegalską Partię Demokratyczną (Parti démocratique sénégalais, PDS) i jej zwolenników, którzy wykorzystali ją, aby wzywać do wznowienia procesu wyborczego i poparcia idei odroczenia wyborów prezydenckich. Kanał YouTube,

który opublikował niewiarygodny materiał audio, został uruchomiony 31 stycznia 2024 r., 10 dni po pierwszych oskarżeniach przeciwko sędziom, a w momencie publikacji nagrania miał tylko sześciu subskrybentów¹⁷.

Treści związane z tą narracją spotkały się ze znacznym zaangażowaniem, w szczególności ze strony zwolenników Senegalskiej Partii Demokratycznej, którzy forsowali ją w celu uzyskania wznowienia procesu wyborczego, oraz zwolenników innych partii, którzy odrzucali te oskarżenia. Większość kont aktywnych wokół tej narracji należała do przywódców politycznych i zwykłych użytkowników mediów społecznościowych.



Post udostępniający nagranie audio rzekomo dowodzące korupcji dwóch sędziów Rady Konstytucyjnej,
źródło: x.com

Główną konsekwencją narracji było to, że oskarżenie dwóch sędziów Trybunału Konstytucyjnego zostało wykorzystane przez Prezydenta Republiki jako pretekst do odroczenia wyborów prezydenckich, pierwotnie zaplanowanych na 25 lutego 2024 r. Poprosił on Zgromadzenie Narodowe zdominowane wówczas przez jego partię o przegłosowanie ustawy odraczającej wybory do 24 grudnia. Rada Konstytucyjna ostatecznie uznała ustawę za niezgodną z prawem, co pozwoliło na przeprowadzenie wyborów 24 marca 2024 r.

Narracja mająca na celu zdyskredytowanie rywali politycznych

Kolejna grupa działań dezinformacyjnych obejmowała narracje mające na celu zdyskredytowanie rywali politycznych. Takie narracje były wykorzystywane przez wszystkie partie przeciwko różnym kandydatom. Na przykład w jednym z mediów opublikowano artykuł kwestio-

17 „URGENT: Karim Wade partage une vidéo accusant Amadou Ba de corruption sur des juges du Conseil Constitutionnel”. Senenews, 13 marca 2024 r. https://www.senenews.com/actualites/urgent-karim-wade-partage-une-video-accusant-amadou-ba-de-corruption-sur-des-juges-du-conseil-constitutionnel_487828.html

nujący obywatelstwo kandydata Khalify Ababacara Sall, sugerując, że nie jest on uprawniony do startu w wyborach¹⁸. Senegalskie prawo nie zezwala na start w wyborach prezydenckich osobom, które nie mają wyłącznie obywatelstwa senegalskiego. Oczywiście plotki te były fałszywe, ponieważ oskarżony zrzekł się francuskiego obywatelstwa w 2015 r.¹⁹

Innym kandydatem, który znalazł się na celowniku tej narracji, jest Bassirou Diomaye Faye, obecny prezydent Senegal. W nagraniu audio, które krążyło w mediach społecznościowych (X i Facebook), można usłyszeć głos przedstawiony jako głos bliskiego mu biznesmena, mówiący, że Bassirou Diomaye Faye nie nadaje się na prezydenta, a w jego partii a w jego partii zapanował pesymizm. Mimo że autor nagrania nie został zidentyfikowany, organizacja zajmująca się weryfikacją faktów, Africa Check, ustaliła, że to nie był głos wspomnianego biznesmena²⁰.

Inną strategią mającą na celu zdyskredytowanie niektórych kandydatów było oskarżanie ich o pozostawanie pod wpływem obcych państw. Na przykład Amadou Ba, kandydat byłej koalicji rządzącej, został oskarżony o uleganie wpływom Francji²¹. Zorganizowanie w Paryżu seminarium między rządami Francji i Senegal w grudniu 2023 r., na kilka miesięcy przed wyborami prezydenckimi, zostało zinterpretowane przez część opozycji jako stronnictwo Francji wobec kandydata partii rządzącej²².

Drugą partią, której dotyczą te oskarżenia, jest partia Pastef obecnego prezydenta Bassirou Diomaye Faye. Partia została początkowo oskarżona o bycie partią islamistyczną powiązaną z Bractwem Muzułmańskim²³. Narracja ta pojawiła się na długo przed wyborami prezy-

18 „Khalifa Sall est-il toujours français?”, Direct News, 22 lutego 2024 r.

19 Mor Amar, „Khalifa Sall, candidat à la présidentielle de 2024 au Sénégal, n'est plus français depuis fin octobre 2015”. Africa Check, 25 marca 2024 r. <https://africacheck.org/fr/fact-checks/articles/senegal-election-presidentielle-2024-candidat-khalifa-sall-nationalite-francaise-retiree-en-octobre-2015>

20 SaytuSEN2024 (@SaytuSEN2024), „L'Alliance SaytuSen2024 a contacté l'architecte Pierre Goudiaby Atépa, présenté comme l'auteur de ces déclarations sonores”, Twitter (obecnie X), 23 marca 2024 r., https://x.com/SaytuSEN2024/status/1771645298378424758?ref_src=twsrc^tfw|twcamp^tweetembed | twterm^1771645298378424758 | twgr^ff6890b65d80f888b311d39ca942d165b286792d | twcon^s1_&ref_url=https://africacheck.org/fr/presidentielle-senegalaise-de-2024

21 TLR-tv, „#Sénégal: le Premier Ministre #Amadou #Ba serait-il le candidat de la France en 2024 au Sénégal?...”, Facebook, 19 września 2023 r., <https://www.facebook.com/TLRrenaissance/videos/sénégal-le-premier-ministre-amadou-ba-serait-il-le-candidat-de-la-france-en-2024/1006356277183484/>

22 Abou Sy, „La France interpellée sur la visite éclair d'Amadou Ba”, Senepius, 12 grudnia 2023 r., <https://www.senepius.com/politique/lopposition-parle-dingerence>

23 Abdoul Hamidou „Diouldé” Kane, „Conspiration islamiste et vague de violences au Sénégal: Echec à l'harmattan' du Sahel”, Leral, 29 lutego 2024 r., https://www.leral.net/Conspiration-islamiste-et-vague-de-violences-au-Senegal-Echec-a-l-harmattan-du-Sahel-Par-Abdoul-Hamidou-Dioulde-Kane_a362443.html

denckimi i była forsowana przez niektóre francuskie media²⁴. Ponadto Ousmane Sonko, lider partii Pastef, został oskarżony o otrzymanie 20 mln dolarów z Kataru²⁵.

Narracja ta była głównie forsowana przez aktorów politycznych i ich zwolenników. Zaangażowały się w nią również niektóre media i komentatorzy.

Publikacje dotyczące tej narracji uzyskały stosunkowo niewielkie zaangażowanie. Na przykład na X nagranie audio Diomaye Faye zostało ponownie opublikowane 51 razy, głównie przez konta wspierające kandydata byłej partii rządzącej Amadou Ba. Większość z 64 reakcji pochodziła od zwolenników Bassirou Diomaye Faye, którzy kwestionowali autentyczność nagrania. Artykuł na temat obywatelstwa Khalify Ababacara Salla został ponownie opublikowany przez trzy strony internetowe.

Nie było żadnych rozległych konsekwencji wynikających z tej narracji. Co więcej, nic nie wskazuje na to, że ta narracja miała jakikolwiek wpływ na decyzje wyborców. Mogła jednak powodować rozproszenie uwagi, przestaniając debaty na poważniejsze tematy.

Narracja o destabilizacji kraju przez siły okultystyczne

Narracja ta była wykorzystywana głównie przez partię rządzącą i rząd przeciwko opozycji, a zwłaszcza partii obecnego prezydenta. Celem było ugruntowanie w opinii publicznej poglądu, że niektórzy przywódcy opozycji, w szczególności ci z Pastef, dążyli do destabilizacji kraju. Tak więc po podjęciu decyzji o przełożeniu wyborów prezydenckich zaplanowanych na 25 lutego były prezydent Macky Sall zasugerował w wywiadzie dla amerykańskiej agencji AP, że „zorganizowane siły” zamierzają przejąć kraj, jeśli opozycja odmówi rozmów²⁶. Oświadczenie to było zgodne z kampanią prowadzoną od co najmniej dwóch lat przez część senegalskich mediów i wymierzoną w partię Pastef. Partia została oskarżona o spiskowanie z „siłami okultystycznymi” w celu za-

24 „Le député Matar Diop accuse Ousmane Sonko de financements Qatari: Aminata Toure évoque une « tradition » politique sénégalaise, aDakar.com, 11 December 2023, <http://news.adakar.com/h/144481.html>

25 Coumba Kane, „Sénégal: le pouvoir met en garde contre des ‘forces organisées’ qui menaceraient la sécurité du pays”, Le Monde, 12 February 2024, https://www.lemonde.fr/afrique/article/2024/02/12/senegal-le-pouvoir-met-en-garde-contre-un-risque-de-coup-d-etat-l-opposition-denonce-un-chantage_6216127_3212.html

26 Coumba Kane, „Sénégal: le pouvoir met en garde contre des ‘forces organisées’ qui menaceraient la sécurité du pays”, Le Monde, 12 lutego 2024 r., https://www.lemonde.fr/afrique/article/2024/02/12/senegal-le-pouvoir-met-en-garde-contre-un-risque-de-coup-d-etat-l-opposition-denonce-un-chantage_6216127_3212.html

siania chaosu w kraju. W związku z tym kilka gazet napisało artykuły i zamieściło je na pierwszych stronach, używając wyrażenia „siły okultystyczne”, przekazując oskarżenia bez dowodów ze strony członków rządu i partii rządzącej. Na przykład w marcu 2023 r. niektóre media opublikowały historie, według których dwie grupy o nazwie „Commando Pastef” i „Force Occulte” przygotowywały się do zorganizowania ataków w Dakarze²⁷. Co więcej, w tym samym okresie policja podczas konferencji prasowej fałszywie przedstawiła nagrania wideo rzekomo pokazujące nieznane osoby strzelające do demonstrantów²⁸. Weryfikacja faktów przeprowadzona przez niektóre media, takie jak francuski kanał telewizyjny France 24, wykazała, że w rzeczywistości ubrani po cywilnemu strzelcy byli z policji²⁹.

Pojawiły się również oskarżenia o zмовę między partią Pastef a niepodległościową grupą rebeliantów (MFDC) z Casamance, regionu pochodzenia Ousmane Sonko na południu kraju³⁰.

Te oskarżenia o próbę destabilizacji kraju doprowadziły do delegalizacji partii Pastef przez Ministra Spraw Wewnętrznych, który oskarżył ją o „częste wzywanie swoich zwolenników do ruchów powstańczych”. Decyzja o rozwiązaniu została później cofnięta po przyjęciu ustawy amnestyjnej tuż przed wyborami prezydenckimi.

Wielu aktorów było zaangażowanych w tę narrację, począwszy od urzędników państwowych, jak widać na przykładzie wspomnianej powyżej konferencji prasowej policji krajowej. Niektóre media, takie jak Le Soleil czy L'Observateur, były również zaangażowane we wzmacnianie tej narracji.

W mediach społecznościowych odnotowano bardzo małe zaangażowanie. Jest to z pewnością spowodowane faktem, że narracja ta była głównie forsowana przez tradycyjne media. W ciągu ostatnich trzech lat opublikowano wiele artykułów na temat rzekomych relacji między Pastef a Bractwem Muzułmańskim.

27 „Graves révélations sur des projets d'attentats”, Seneweb, 27 marca 2023 r., https://www.seneweb.com/news/Societe/laquo-commando-de-pastef-raquo-les-grave_n_405571.html

28 „Suivez la conférence de presse de la Police nationale”, opublikowane 4 czerwca 2023 r. przez Seneweb. YouTube. 00:16:24. <https://www.youtube.com/watch?v=sA3pP3Tq61U>

29 „Senegal: czy uzbrojeni żołnierze nie ucierpieli podczas ostatnich manifestacji?”, opublikowane 7 czerwca 2023 r. przez France 24, YouTube, 00:06:17, <https://www.youtube.com/watch?v=qK4m3iCt5TE>

30 Cheikh Moussa Sarr, „L'un des projets de Pastef est la continuation de la guerre perdue par le MFDC”, Senepus, 9 lipca 2023 r. <https://www.senepus.com/politique/lun-des-projets-de-pastef-est-la-continuation-de-la-guerre-perdue>

Główną konsekwencją tej narracji było rozwiązanie partii Pastef. Ponadto wielu działaczy partyjnych zostało aresztowanych i uwięzionych lub założono im elektroniczne bransoletki na kilka miesięcy, zanim zostali zwolnieni po głosowaniu nad ustawą amnestijną na kilka tygodni przed wyborami prezydenckimi.

Fałszywe badania opinii publicznej

Narracja ta polegała na publikowaniu fałszywych sondaży rzekomo przedstawiających intencje wyborcze senegalskich wyborców. Technika ta polegała na tworzeniu graficznych wizualizacji przedstawiających zdjęcia kandydatów wraz z procentami głosów i udostępnianiu ich w mediach społecznościowych. Na przykład 19 marca konto X (Luka Malle) opublikowało infografikę przedstawiającą sondaż, w którym Bassirou Diomaye Faye rzekomo wyprzedził innych kandydatów³¹. Zgodnie z infografiką, badanie opinii publicznej zostało przeprowadzone przez podmiot o nazwie „Centre d'études politiques internationales”. Po weryfikacji organizacja Africa Check nie znalazła żadnego ośrodka o takiej nazwie i okazało się, że taka ankieta nie istnieje³².

Według „Jeune Afrique”, panafrykańskiego magazynu informacyjnego z siedzibą w Paryżu, autor publikacji na temat niewiarygodnego sondażu na korzyść kandydata Bassirou Diomaye Faye ukrywa satelitarne konto propagandowe rosyjskiej prywatnej firmy wojskowej Wagnera³³. W 2023 r. All Eyes On Wagner, projekt badający dane wywiadowcze dotyczące działalności Wagnera, również powiązał to samo konto z rosyjską grupą zbrojną. To konto jest „osobą, która nie istnieje, ale jest nawet cytowana w rosyjskich mediach Wagnera”, stwierdzono w artykule na stronie projektu All Eyes On Wagner³⁴.

Przed opisaną powyżej sprawą krążyły inne rzekome badania opinii publicznej. Według jednego z nich przewagę miał być premier Amadou Ba, kandydat rządzącej koalicji, a według innego – były minister i były burmistrz Dakaru, Khalifa Ababacar Sall. Na przykład aby uwiarygodnić „ankietę” umieszczającą Amadou Ba w czołówce, twórcy infografiki wskazali, że została ona przeprowadzona przez instytut o nazwie OPI-

31 Luka Malle (@MalleLuka), „Selon le Centre d'études politiques international, le peuple du #Sénégal favorisera Bassirou Diomaye Faye lors de la prochaine élection présidentielle”. Faye, candidat d' @SonkoOfficiel, symbolise la lutte pour la liberté et la justice sociale”, Twitter (obecnie X), 19 marca 2024 r., <https://x.com/malleluka/status/1770010840625782987>

32 Azil Momar Lo, Vladedz Onanina, „Présidentielle de 2024 au Sénégal: attention, ce prétendu sondage diffusé sur les réseaux sociaux n'est pas authentifié”, Africa Check, 22 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/articles/senegal-election-presidentielle-mars-2024-bassirou-diomaye-faye-faux-sondage-desinformation-manipulation-20240322>

33 Mehdi Ba, „Présidentielle au Sénégal: en l'absence de sondage, les fake-news fleurissent”, Jeune Afrique, 19 marca 2024 r., <https://www.jeuneafrique.com/1549246/politique/presidentielle-au-senegal-en-labsence-de-sondages-les-fake-news-fleurissent/>

34 „La chasse continue”, All Eyes on Wagner, 3 sierpnia 2023 r., <https://alleyesonwagner.org/2023/08/03/la-chasse-continue/>

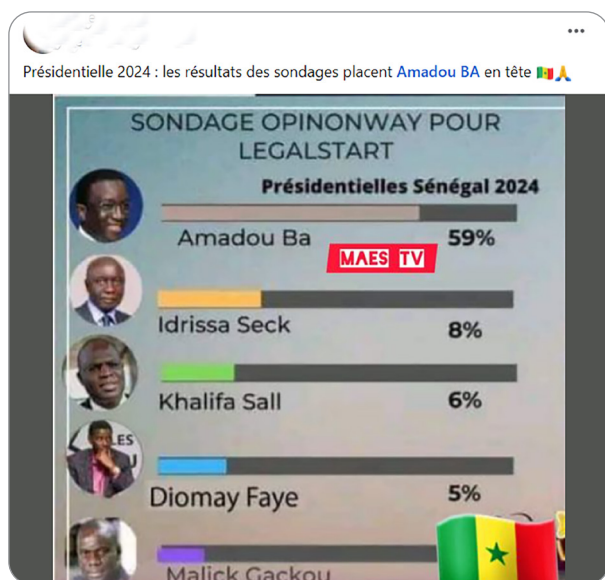
NONWAY, co może sugerować, że jest to instytut francuskich ankiet i marketingu Opinionway. Okazuje się, że było to podszywanie się, ponieważ wiceprezes Opinionway powiedział, że jego instytut nigdy nie przeprowadził takiej ankiety³⁵. Co więcej, wydaje się, że była to skoordynowana operacja, ponieważ infografika została opublikowana na Facebooku tego samego dnia przez siedem różnych kont, niektóre wyświetlały zdjęcie kandydata Amadou Ba na swoim profilu.

Inne publikacje, które wyglądają na część skoordynowanej operacji, to te, które odnoszą się do innego sondażu, w którym kandydat Pape Djibril Fall znalazł się w drugiej turze. Został on udostępniony jednocześnie przez 15 kont na Facebooku³⁶. Było to jednak rażąco fałszerstwo, ponieważ podawano trzech kandydatów zakwalifikowanych do

drugiej rundy. Tylko że w senegalskim systemie wyborczym nie jest to możliwe.

Należy zauważyć, że senegalskie prawo zabrania publikowania sondaży politycznych w okresach wyborczych.

Większość podmiotów zaangażowanych w udostępnianie fałszywych sondaży to konta powiązane ze zwoleńnikami kandydatów. Nie jest pewne, czy zainteresowani kandydaci byli bezpośrednio zaangażowani w tworzenie fałszywych sondaży. Ponadto jedno konto, które udostępniło jedną fałszywą ankietę, zostało zidentyfikowane jako powiązane z siecią dezinformacji rosyjskiej prywatnej firmy wojskowej Wagner.



Post udostępniający fałszywy sondaż opinii publicznej podszywający się pod francuską agencję sondażową Opinionway.

Źródło: Facebook.com

Te fałszywe sondaże były głównie udostępniane na Facebooku. Wydaje się, że niektóre publikacje były skoordynowane, tak jak to miało miejsce w wypadku około piętnastu kont na Facebooku.

35 Faysal Arnold Bukary, „Présidentielle de 2024 au Sénégal: un faux sondage donne Amadou Ba en tête des intentions de vote”, Africa Check, 20 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/meta-programme-fact-checks/presidentielle-mars-2024-senegal-faux-sondage-amadou-ba-desinformation-20240320>

36 Faysal Arnold Boukary, „Sénégal: un faux sondage sur l'élection présidentielle prévue le 24 mars”, Africa Check, 21 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/meta-programme-fact-checks/presidentielle-mars-2024-senegal-faux-sondage-amadou-ba-diomaye-faye-pape-djibril-fall-desinformation-20240320>

Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami

Prywatna aplikacja do przesyłania wiadomości WhatsApp jest bez wątpienia najczęściej używaną i najpopularniejszą platformą cyfrową w Senegal. Według World Population Review, w kraju jest 5,2 mln użytkowników WhatsAppa³⁷. Ponadto fakt, że jest to zamknięta platforma, utrudnia zmierzenie zakresu krążącej tam dezinformacji. Mimo to WhatsApp pozostaje platformą, która ułatwia rozpowszechnianie dezinformacji, szczególnie za pośrednictwem grup.

Według raportu DataReportal 2024 Facebook jest w Senegal najczęściej używaną siecią społecznościową i ma tam 3,35 mln użytkowników³⁸. Platforma ta jest szeroko wykorzystywana do rozpowszechniania dezinformacji. Analiza artykułów weryfikujących fakty opublikowanych w okresie wyborczym pokazuje, że część wykrytych fałszywych treści pochodzi z Facebooka. Instagram mający 1,20 mln użytkowników i LinkedIn mający 1,10 mln członków rzadko pojawiają się jako źródła dezinformacji. X, który ma 259 900 użytkowników i YouTube mający 3,71 miliona użytkowników są również wykorzystywane do rozpowszechniania dezinformacji, zwłaszcza jeśli chodzi o udostępnianie informacji zaczerpniętych z innych platform³⁹.

Na przykład konto @ababacarDoucou4 mające 7 163 obserwujących na X i bardzo aktywne w udostępnianiu treści mających na celu zdyskredytowanie Bassirou Diomaye Faye i członków jego partii udostępniło klip wideo z wywiadu telewizyjnego, w którym Ousmane Sonko został oskarżony o przyjęcie 20 mln dolarów⁴⁰. Ten sam klip wideo został również udostępniony na TikToku⁴¹ tego samego dnia z dokładnie taką samą wiadomością przez konto o nazwie abdoulahidiouf (17 tys. obserwujących).

37 „WhatsApp users by country 2024”, World Population Review, (2024), <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/whatsapp-users-by-country>

38 <https://datareportal.com/reports/digital-2024-senegal>

39 <https://datareportal.com/reports/digital-2024-senegal>

40 sagacité Sagacité (@AbabacarDoucou4), „Ousmane Sonko a reçu 20 millions de dollars provenant de Qatar. 12 milliards FCFA des Qatari pour renégocier les contrats pétroliers et gaziers”, Twitter (obecnie X), 5 grudnia 2023 r., <https://x.com/ababacarDoucou4/status/1731852438364135480>

41 ABDOULAH DIOUF (abdoulahidiouf), „Ousmane Sonko a reçu 20 millions de dollars provenant de Qatar. 12 milliards FCFA des Qatari pour renégocier les contrats pétroliers et gaziers”, TikTok, 5 grudnia 2023, <https://www.tiktok.com/@abdoulahidiouf/video/7308990574382599430>

TikTok to sieć społecznościowa, która zyskuje na popularności w Senegalu. Według danych izraelskiej firmy marketingowej Start.io platforma ma 450 200 użytkowników, głównie młodych ludzi. 98% użytkowników jest w wieku od 18 do 34 lat⁴². W 2023 roku TikTok został zawieszony na kilka miesięcy. Rząd uznał, że była to „sieć faworyzowana przez złośliwych ludzi do rozpowszechniania nienawistnych i wywrotowych wiadomości zagrażających stabilności kraju”⁴³. Według specjalisty od sprawdzania faktów TikTok odgrywa obecnie coraz większą rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji⁴⁴. Platforma charakteryzuje się łatwością obsługi i wiralowym charakterem, zwłaszcza że wideo opublikowane na TikToku można następnie łatwo powielać i udostępniać na innych platformach cyfrowych⁴⁵.

Analiza artykułów opublikowanych przez stronę Africa Check w okresie wyborczym pokazuje, że prawie wszystkie platformy mediów społecznościowych były wykorzystywane do rozpowszechniania dezinformacji. Można to wytłumaczyć faktem, że treści publikowane na jednej platformie są często pobierane i udostępniane na innych. Większość kont zidentyfikowanych w tych artykułach nie jest znana z długoterminowego rozpowszechniania dezinformacji, nawet jeśli robiły to w okresie wyborczym. Jednym z tych kont jest strona na Facebooku „En Direct de Pikine”, utworzona w 2019 r. i mająca 141 tys. obserwujących. Jest to jedno z kont, które opublikowało fałszywą ankietę na temat Amadou Ba podszywając się pod Opinionway. Analiza treści najczęściej publikowanych przez tę stronę sugeruje, że ma ona raczej na celu budowanie zaangażowania, a dezinformacja może nie być jej główną motywacją.

Jednak inne konta, takie jak strona KAYZ FOF PAGE na Facebooku, były zaangażowane w rozpowszechnianie dezinformacji przez długi czas. Strona, która ma 122 tys. obserwujących, została utworzona w 2020 r. Większość treści składa się z filmów, w których właściciele rozmawiają na różne tematy, nieustannie rozpowszechniając fałszywe treści. Inne bardzo aktywne strony na Facebooku, takie jak ANITA TV, Sonko Rek, wyróżniają się bardziej propagandą polityczną i rozpowszechnianiem stronniczych i tendencyjnych informacji. ANITA TV (50 tys. obserwujących) i konto Anita Diop, które sprawia wrażenie powiązanego z nią,

42 <https://www.start.io/audience/tiktok-users-in-senegal>

43 „Senegal: la suspension de TikTok par le gouvernement considérée comme une entrave à la liberté d'expression et d'information”, Business & Human Rights Resource Centre, 2 sierpnia 2023 r., <https://www.business-humanrights.org/fr/dernieres-actualites/senegal-la-suspension-de-tiktok-par-le-gouvernement-considerée-comme-une-entrave-à-liberté-d'expression-et-d'information/>

44 Wywiad ze specjalistą ds. weryfikacji faktów przeprowadzony online, 8 września 2024 r.

45 Mahtarus, „L'affaire Aziz Dabala: comment TikTok alimente la désinformation?”, Socialnetlink, 26 sierpnia 2024 r., <https://www.socialnetlink.org/2024/08/26/laffaire-aziz-dabala-comment-tiktok-alimente-la-desinformation/>

publikują treści sprzyjające byłej partii rządzącej i oczerniające opozycję. Jeśli chodzi o stronę Sonko Rek (107 tys. obserwujących, zdjęcia Bassirou Diomaye Faye i Ousmane Sonko jako zdjęcia profilowe), publikuje ona negatywne treści na temat byłej partii rządzącej.

Odnotowane techniki i metody dezinformacji

Do opisu zachowania aktorów dezinformacyjnych wykorzystano DISARM framework⁴⁶. W okresie wyborczym stosowano różne techniki i metody dezinformacji. Mogły to być zarówno treści wprowadzające w błąd, jak i sfabrykowane. Mylące informacje mogą czasami otaczać istniejące narracje. Tak było, gdy twierdzenie o wezwaniu dwóch sędziów z Rady Konstytucyjnej przez urząd antykorupcyjny zostało rozpowszechnione i szeroko skomentowane w mediach społecznościowych. Twierdzenie to zrodziło się z narracji jednego z kandydatów na temat korupcji dwóch sędziów. Ta technika wykorzystywania istniejących narracji (T0003) była szeroko stosowana podczas wyborów⁴⁷.

Zniekształcanie faktów to kolejna powszechna technika dezinformacji zaobserwowana podczas wyborów. Zgodnie z ramami DISARM polega to na zmienianiu, przekręcaniu lub wyolbrzymianiu istniejących faktów w celu stworzenia narracji, która różni się od rzeczywistości (T0023). Miało to miejsce podczas wiecu zorganizowanego przez kandydata byłej partii rządzącej Amadou Ba na północy kraju. Około dziesięciu kont na Facebooku udostępniło wideo sugerujące, że wiec zgromadził ogromny tłum. W rzeczywistości było to wideo z 2021 r. pokazujące wizytę byłego prezydenta Mack'ego Salla na północy kraju, ale tym razem umieszczone w fałszywym kontekście⁴⁸.

Powszechnie stosowana jest również technika zawartości sfabrykowanej. Na przykład fałszywe sondaże, w których ten czy inny kandydat został zwycięzcą wyborów lub zakwalifikował się do drugiej tury, były publikowane za pomocą grafik udostępnianych w mediach społecznościowych i innych platformach, takich jak WhatsApp.

⁴⁶ Zob. <https://disarmframework.herokuapp.com/>

⁴⁷ SaytuSEN2024, Rapport d'activités de la coalition SaytuSEN2024, (Dakar, SaytuSEN2024).

⁴⁸ Faysal Arnold Boukary: „Présidentielle de 2024 au Sénégal: faux cette video ne montre pas la caravane d'un candidat dans le nord du pays”, Africa Check, 19 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/meta-programme-fact-checks/presidentielle-mars-2024-senegal-video-amadou-ba-fouta-faux-desinformation-20240319>

Można przytoczyć również fałszywe nagłówki gazet w tym samym duchu. Technika ta polegała na udostępnianiu w mediach społecznościowych plików PDF podszywających się pod (T0099) istniejące strony tytułowe gazet z fałszywymi nagłówkami. Jeden z dokumentów, podszywający się pod Le Quotidien, jeden z największych dzienników w kraju, przedstawiał zdjęcie szefa muzulmańskiej wspólnoty religijnej zwanej Mouride, któremu towarzyszył tytuł „Wpływowy przewodnik religijny Serigne Mountakha Mbacké wyraźnie wypowiedział się przeciwko propozycji kandydata na prezydenta Diomaye Faye, aby przenieść stolicę Senegalu do Ziguinchor”⁴⁹. Ta fałszywa pierwsza strona była częścią kampanii mającej na celu zdyskredytowanie Bassirou Diomaye Faye po tym, jak kilka dni wcześniej oświadczył, że miasto Ziguinchor na południu kraju powinno być gospodarczą i kulturalną stolicą Senegalu. Niektórzy z jego politycznych rywali, zwłaszcza zwolennicy byłej partii rządzącej, zniekształcili jego uwagi, twierdząc, że powiedział, iż stolica musi zostać przeniesiona do Ziguinchor.

Nowym i nabierającym tempa trendem w zakresie dezinformacji, który zaobserwowano podczas wyborów prezydenckich, jest wykorzystanie rozpowszechniania nagrań audio (T0088). Są to zazwyczaj nagrania audio nieznanego pochodzenia, zawierające bezpodstawne stwierdzenia. Ponadto są one nagrywane „w językach narodowych (zwłaszcza w języku Wolof, najczęściej używanym języku w kraju) udostępniane na WhatsAppie, co umożliwia dotarcie do dużej liczby odbiorców, na ogół składających się z osób o niskim wykształceniu i ograniczonych umiejętnościach cyfrowych, co czyni je podatnymi na manipulację”⁵⁰.

Inna warta wspomnienia metoda jest szeroko stosowana przez nowe osobowości medialne i staje się coraz bardziej popularna w kanałach telewizyjnych i telewizji internetowej. Te nowe osobowości, niezależnie od tego, czy są to „chroniqueurs” (komentatorzy telewizyjni i internetowi), czy influencerzy, oferują mieszankę analiz, zweryfikowanych, tendencyjnych i fałszywych informacji, tak że często trudno jest zweryfikować ich prawdziwość. Jednym z przykładów jest były dziennikarz Cheikh Yerim Seck, regularnie zapraszany do kanałów telewizyjnych. Należy on do tych, którzy podsycali plotkę, że Ousmane Sonko otrzymał 20 mln dolarów od Kataru⁵¹.

49 Faysal Arnold Boukary, „Sur Internet, une fausse une du journal sénégalais „Le Quotidien' du 20 mars 2024”, Africa Check, 20 marca 2024 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/meta-programme-fact-checks/presidentielle-senegal-2024-diomaye-faye-khalife-mouride-capitale-ziguinchor-le-quotidien-fausse-une-20-mars-2024>

50 Wywiad ze specjalistą ds. weryfikacji faktów przeprowadzony online, 8 września 2024 r.

51 sagacité Sagacité (@AbabacarDoucou4), „Ousmane Sonko a reçu 20 millions de dollars provenant de Qatar. 12 milliards FCFA des Qatari pour renégocier les contrats pétroliers et gaziers”, Twitter (obecnie X), 5 grudnia 2023 r., <https://x.com/ababacarDoucou4/status/1731852438364135480>

Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych

Do tej pory nie ma wyraźnych oznak szerokich wpływów zagranicznych w Senegal. Istnieją jednak pewne oznaki, że zagraniczni aktorzy powiązani z Rosją są zaangażowani w rozpowszechnianie dezinformacji w tym kraju⁵². Warto również wspomnieć o sprawie z przeszłości, dotyczącej wyborów w 2019 roku – dużo później ustalono, że zaangażowane były podmioty zewnętrzne, a były prezydent Macky Sall korzystał z usług izraelskiej agencji wpływu podczas swojej kampanii wyborczej⁵³. Pokazuje to, że czasami ujawnienie takiej ingerencji jest długim procesem.

Według Africa Center for Strategic Studies Afryka Zachodnia jest regionem najczęściej atakowanym przez dezinformację; na tym kontynencie udokumentowano prawie 40% kampanii dezinformacyjnych. Mniej więcej połowa tych ataków ma związek z Rosją, która „zalała Sahel dezinformacją od 2018 r., prowadząc 19 kampanii skierowanych przeciwko Mali, Burkina Faso i Nigrowi”⁵⁴.

Jednak w okresie wyborczym zainteresowanie ze strony prorosyjskich kont funkcjonujących jak boty w sieciach społecznościowych, które obracają się wokół junt wojskowych Sahelu, było dość minimalne. Zainteresowanie i regularna krytyka nowego prezydenta Senegal za to, że nie wykazał natychmiastowego zainteresowania zbliżeniem się do Rosji lub nie ogłosił nagłego i radykalnego zerwania z Francją pojawiły się po wyborach. Co więcej, tuż po wyborze Bassirou Diomaye Faye, amerykański influencer Jason Hinckle, śledzony na X przez ponad 2 miliony osób, opublikował serię publikacji na temat Senegal, fałszywie twierdząc w jednej z nich, że „nowy prezydent Senegal zrywa stosunki z Francją i nawiązuje bliższe stosunki z Rosją”⁵⁵.

Nie ma jednak dowodów na to, że tweety te są działaniem koordynowanym przez rosyjskie sieci wpływu.

52 „Mapping a Surge Disinformation in Africa”, Afrykańskie Centrum Studiów Strategicznych, 13 marca 2024 r., <https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa/>

53 Momar Dieng, „Macky Sall, africain client de ‚Team Jorge’: le soupçon d’une élection 2019 fabriquée et emportée refait surface”, Impact, 16 lutego 2023 r., https://www.impact.sn/Macky-Sall-client-africain-de-Team-Jorge-le-soupcon-d-une-election-2019-fabriquee-et-emporee-refait-surface_a36943.html

54 „Mapping a Surge of Disinformation in Africa”, Afrykańskie Centrum Studiów Strategicznych, 13 marca 2024 r., <https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa/>

55 Jackson Hinckle (@jacksonhinckle), „SENEGALS NEW PRESIDENT will BREAK OFF ties with FRANCE and establish closer ties with RUSSIA”, Twitter (obecnie X), 28 marca 2024 r., <https://x.com/jacksonhinckle/status/1773369454401056981?s=48>

Porównanie z innymi wyborami

Od 2021 r. Senegal doświadcza poważnego kryzysu politycznego z epizodami przemocy, a nawet ofiarami śmiertelnymi. Sytuacja ta jeszcze bardziej spolaryzowała krajobraz polityczny, a debata polityczna naznaczona jest głębokimi podziałami. Podobnie jak wszystkie sytuacje kryzysowe, ta również przyczyniła się do rozprzestrzeniania się fałszywych lub wprowadzających w błąd treści. W takich okolicznościach odbyły się wybory parlamentarne w lipcu 2022 r. W tym czasie widoczne były już te trendy dezinformacyjne, które zaobserwowano także później, podczas wyborów prezydenckich w 2024 roku. W trakcie wyborów w 2022 r. technika podszywania się pod pierwsze strony gazet była powszechnie stosowana do tego stopnia, że zaniepokoiła obrońców wolności prasy. Na przykład Reporterzy bez Granic opisali tę technikę jako niebezpieczną i mogącą łatwo oszukać użytkowników mediów społecznościowych, a dyrektor biura tej organizacji w Afryce Zachodniej argumentował, że „może ona wpłynąć na demokratyczną debatę i zaszkodzić mediom, które padły jej ofiarą, niszcząc ich reputację, a nawet narażając dziennikarzy na niebezpieczeństwo”⁵⁶.

Inne techniki dezinformacji obejmują wykorzystanie zmanipulowanych lub pozbawionych kontekstu filmów i zdjęć, fałszywych i bezpodstawnych twierdzeń, a także manipulowanie statystykami wyborczymi. Ze względu na brak badań ilościowych trudno jest porównać zakres dezinformacji między tymi dwoma wyborami.

W porównaniu z wyborami prezydenckimi w 2019 r. odnotowano bardziej intensywną cyrkulację fałszywych treści w Internecie. Wiąże się to z takimi czynnikami jak wzrost dostępu do Internetu i mediów społecznościowych. Lepszy dostęp do platform cyfrowych oznacza, że ludzie są coraz bardziej narażeni na dezinformację online. Po drugie technologie, w tym sztuczna inteligencja, oznaczają, że treści można łatwo tworzyć za pomocą dostępnych platform, a następnie rozpowszechniać je z udziałem innych, takich jak TikTok, a przez to wzmacniać dezinformację. Na przykład „w latach 2019–2024 w Senegalu znacznie rozpowszechniło się korzystanie z TikToka. I to jest akcelerator dezinformacji”⁵⁷.

⁵⁶ „Senegalese newspaper front pages hijacked for political propaganda purposes”, Reporterzy bez Granic, 29 lipca 2022 r., <https://rsf.org/en/senegalese-newspaper-front-pages-hijacked-political-propaganda-purposes#:~:text=The five newspapers whose front,Sud Quotidien and Le Quotidien>

⁵⁷ Wywiad ze specjalistą ds. weryfikacji faktów, 8 września 2024 r.

Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji

Nie było żadnej inicjatywy na poziomie państwa i instytucji publicznych na rzecz przeciwdziałania dezinformacji. Wszystkie główne inicjatywy zostały podjęte przez organizacje społeczne i medialne. Najważniejszą z nich jest SaytuSen2024, inicjatywa mediów i platform społeczeństwa obywatelskiego, koncentrująca się na kwestiach wyborczych z pewną wrażliwością na ryzyko, jakie dezinformacja może mieć w kontekście wyborczym. Była to koalicja łącząca organizację weryfikującą fakty (Africa Check), cztery platformy mediowe (La Maison des Reporters, Setanal Média, Enquête, Oustaf News), szkołę dziennikarską (Ejicom) i dwie organizacje społeczeństwa obywatelskiego (Sénégal Vote i Divan Citoyen). Koalicja ta postawiła sobie za cel walkę z rozprzestrzenianiem się dezinformacji związanej z wyborami prezydenckimi w 2024 r.⁵⁸ Dokonano tego poprzez publikowanie artykułów weryfikujących fakty i filmów wideo dotyczących umiejętności korzystania z mediów⁵⁹.

Amerykańska organizacja pozarządowa National Democratic Institute (NDI) również zainicjowała program zwalczania dezinformacji w wyborach. Rozpoczęty w 2023 r. program obejmował prowadzenie różnych działań w kraju we współpracy z różnymi mediami i organizacjami społeczeństwa obywatelskiego⁶⁰. Działania te obejmowały podnoszenie świadomości młodych ludzi na temat dezinformacji i jej konsekwencji oraz szkolenie dziennikarzy, blogerów i osób wywierających wpływ w internecie w zakresie technik weryfikacji informacji.

Inną inicjatywą było działanie organizacji pozarządowej Oxfam. W ramach programu „Wajjal election” („Przygotowanie do wyborów” w języku wolof, najczęściej używanym języku w Senegal) Oxfam zorganizował panel na temat dezinformacji w okresie wyborczym, a także szkolenie z weryfikacji faktów dla dziennikarzy⁶¹.

58 „Sénégal – lancement de #SaytuSEN2024, une alliance de vérification des faits autour de la présidentielle 2024”, [komunikat prasowy], Africa Check, 28 listopada 2023 r., <https://africacheck.org/fr/fact-checks/blog/communique-de-presse-saytuSEN2024-election-presidentielle-senegal-alliance-verification-factchecking-medias-contre-desinformation>

59 SaytuSEN2024, Rapport d'activités de la coalition SaytuSEN2024, (Dakar, SaytuSEN2024).

60 NDI, „Overview”. <https://www.ndi.org/sub-saharan-africa/senegal>

61 Ousmane Goudiaby, „Présidentielle 2024: Oxfam en croisade contre la désinformation en période électorale”, Sud Quotidien, 17 stycznia 2024 r. <https://www.sudquotidien.sn/presidentielle-2024-oxfam-en-croisade-contre-la-desinformation-en-période-electorale/>

Podsumowanie

Wybory prezydenckie w 2024 r. były mocno naznaczone dezinformacją. W rzeczywistości stanowiło to kontynuację tego, co zaobserwowano podczas wyborów prezydenckich w 2019 r. i wyborów parlamentarnych w 2022 r. W krajobrazie politycznym pojawia się coraz śmielsze pragnienie wpływania na opinię publiczną poprzez fałszywe komunikaty i ich lepsze rozpowszechnianie za pomocą techniki, aby wzmocnić wiarę w te fałszywe treści. Nic nie wskazuje jednak na to, że dezinformacja ta mogła wpłynąć na wybór wyborców. Mimo wszystko, przyczyniła się ona do powstania podejrzeń co do procesu wyborczego i podważenia zaufania do instytucji. Niestety walka z dezinformacją nie jest priorytetem dla władz publicznych, ponieważ rząd nie podjął żadnej inicjatywy w tym kierunku w okresie wyborczym. Co więcej, nieliczne organizacje zaangażowane w walkę z dezinformacją nie mają wystarczających zasobów, aby zainicjować działania na dużą skalę.

Projekt SaytuSEN2024, który połączył 8 organizacji, w tym media, organizacje społeczeństwa obywatelskiego i szkołę dziennikarską, był interesującą, ale zbyt skromną inicjatywą, aby mieć realny wpływ. Może jednak służyć jako przykład dla przyszłych inicjatyw w walce z dezinformacją.

Republika Południowej Afryki

Tadeusz Michrowski

Krajobraz polityczny

Republika Południowej Afryki jest niedoskonałą demokracją, ale jest znacznie bliżej ideału niż jej sąsiedzi (z wyjątkiem Botswany) i na równi z niektórymi krajami UE. Uważa się, że ma jedne z najsilniejszych systemów zachowania równowagi i kontroli na kontynencie¹. To sprawia, że kraj ten jest wyjątkowy w swoim regionie, ponieważ dzieli niektóre problemy i mocne strony zarówno z tak zwanymi krajami zachodnimi, jak i afrykańskimi.

Warto jednak wspomnieć o rosnącej liczbie mieszkańców RPA uważających, że kraj zmierza w złym kierunku (85% w 2022 r., 46% w 2011 r.) i wyrażających niezadowolenie z demokracją (między 60% a 70% od 2021 r., 39% w 2011 r.), podczas gdy zaufanie do instytucji państwowych w kraju jest niskie (w 2023 r. 32% ufało rządowi krajowemu i 33% parlamentowi). Jest to wynik zgodny z ogólnymi tendencjami w głównych demokracjach w ciągu ostatnich kilku lat².

Krajobraz polityczny RPA jest zdominowany przez rządzący Kongres Południowoafrykański (ANC) i dwie partie, które się z niego wywodzą: Bojownicy o Wolność Gospodarczą (EFF) i Umkhonto weSizwe (MK). Dodatkowo znaczącym graczem jest także, dotychczasowo, główny opozycyjny Sojusz Demokratyczny (DA). EFF i MK są wyraźnie antyzachodnie, DA jest prozachodnia, a ANC w ostatnich latach dostosowała się bardziej do obozu antyzachodniego, jednakże należy ją określić jako partię o niejednoznacznym kierunku. Warto również zauważyć, że prezydent RPA, który dzieli konstytucyjne uprawnienia z parlamentem, jest wybierany przez parlament. Wybory parlamentarne są w związku z tym w pewnym sensie wydarzeniem typu „zwycięzca bierze wszystko”.

¹ Paul Nantuya, *Lessons from South Africa for Holding Leaders Accountable*, Afrykańskie Centrum Studiów Strategicznych, dostęp 15.09.2024. <https://africacenter.org/spotlight/lessons-south-africa-holding-leaders-accountable/>

² Rosnąca liczba mieszkańców RPA uważa, że kraj zmierza w złym kierunku (85% w 2022 r., 46% w 2011 r.) i wyraża niezadowolenie z demokracją (między 60% a 70% od 2021 r., 39% w 2011 r.), podczas gdy zaufanie do instytucji państwowych w kraju jest niskie (w 2023 r. 32% ufało rządowi krajowemu i 33% parlamentowi), co jest zgodne z ogólnymi trendami w głównych demokracjach w ciągu ostatnich kilku lat.

ANC wygrała wybory w RPA w 2024 r., ale po raz pierwszy w historii straciła samodzielną większość w parlamencie. Do tego czasu to głównie wewnętrzne starcia frakcji ANC, a nie wyniki wyborów powszechnych, decydowały o kierunku politycznym kraju.

Rządzącą ANC postrzegano powszechnie jako partię reprezentującą interesy czarnych mieszkańców RPA ze względu na jej korzenie jako ruchu wyzwolenczego. Popularność tego ugrupowania przekładała się na dużą liczbę (w pewnym momencie ponad milion)³ członków. Stagnacja gospodarcza, wysokie bezrobocie, niezdolność państwa do zapewnienia podstawowych usług oraz korupcja i zawłaszczanie państwa przez partię sprawiły, że ANC straciła wyborców. W wyborach parlamentarnych w 2019 r. partia zdobyła 57,5% głosów⁴, co kontynuuje tendencję spadkową widoczną od 2009 r. W 2024 r. partia otrzymała 40,2% głosów i straciła niezależną większość⁵.

ANC chce kontynuować politykę balansowania między Rosją i Chinami a Zachodem, co często oznacza rzucanie wyzwania temu ostatniemu. Jej politycy zamierzają rozwijać ideę RPA jako czempiona Globalnego Południa i jego regionu. Po inwazji na Ukrainę w 2022 r. Republika Południowej Afryki przyjęła prorosyjskie stanowisko, choć zwłaszcza na początku reakcje w rządzie były mieszane. Jako szeroki front polityczny ANC zachowuje elastyczność, a polityka tej partii będzie zależeć od ustaleń wewnątrzpartyjnych i tych podjętych w ramach koalicji rządzącej. Południowoafrykańska polityka pozostała w dużej mierze zakorzeniona w etnicznym postrzeganiu interesów, a nie w programach, dlatego partie, które oddzieliły się od ANC, zdobyły głosy przez nią utracone. Partia Bojowników o Wolność Gospodarczą (EFF) pojawiła się w 2013 roku jako partia populistyczna, opisywana jako radykalna, lewicowa i antykapitalistyczna⁶ kierowana przez Juliusa Malemę, byłego (i wyrzuconego z szeregów partii) lidera młodzieżowego skrzydła ANC. EFF jest partią przeciwną polityce USA i państw Zachodu, krytykującą francuską i amerykańską obecność na kontynencie i wspierającą Rosję; partia postrzega siebie jako panafrykańską, broniącą idei Stanów Zjednoczonych Afryki podobnych do Związku Radzieckiego. Po wyborach EFF pozostała w opozycji, zdobywając dość słaby wynik 9,5%⁷.

3 Paddy Harper, „Kryzys egzystencjalny – członkostwo w ANC spada o ponad jedną trzecią w ciągu pięciu lat”, *Mail & Guardian*, dostęp 15.09.2024.; <https://mg.co.za/politics/2022-12-18-existential-crisis-anc-membership-drops-by-more-than-one-third-in-five-years/>

4 Wyniki wyborów 2019 r., IEC, dostęp 15.09.2024, [https://results.elections.org.za/home/NPEPublicReports/699/Results Report/National.pdf](https://results.elections.org.za/home/NPEPublicReports/699/Results%20Report/National.pdf)

5 Wyniki wyborów 2024 r., IEC, dostęp 15.09.2024, <https://results.elections.org.za/dashboards/npe/>

6 Manifest założycielski EFF, dostęp 15.09.2024, <https://effonline.org/wp-content/uploads/2024/01/Founding-Manifesto.pdf>

7 Wyniki wyborów 2024 r., IEC, dostęp 15.09.2024, <https://results.elections.org.za/dashboards/npe/>

Inną partią, która miała nadzieję wykorzystać odpływ wyborców z ANC była uMkhonto weSizwe (MK) kierowana przez byłego lidera i prezydenta Kongresu Południowoafrykańskiego, Jacoba Zumę, która ukonstytuowała się pół roku przed wyborami. Określana jest jako prosyjska partia, rzekomo stworzona z pomocą GRU⁸. MK jest ugrupowaniem czarnych nacjonalistów z wieloma postulatami zbliżonymi do EFF. Otrzymała 14,6% głosów⁹ i pozostała w opozycji.

Główną partią opozycyjną jest Sojusz Demokratyczny (DA), prozachodnia liberalna partia wywodząca się z prowincji Western Cape, w której rządzi. Ugrupowanie to jest często postrzegane jako reprezentujące interesy białych i/lub zamożnych mieszkańców RPA. Uzyskawszy 20,8% w wyborach w 2019 r. i 21,8% w 2024 r.¹⁰, DA nie był w stanie wykorzystać odpływu wyborców z ANC. Celem DA było pozostanie wystarczająco silnym partnerem dla ANC, ponieważ bardziej radykalne skrzydło Zumy odłączyło się od partii i odniosło sukces. Stało się częścią nowego rządu i prawdopodobnie wprowadzi do polityki więcej liberalnych i prozachodnich zmian.

Wybory w RPA w 2024 r. przyniosły dalszy wzrost liczby małych partii i niezależnych kandydatów (łącznie: 70, w RPA nie ma progu wyborczego). Tendencja spadkowa frekwencji wyborczej utrzymała się, podobnie jak spadek odsetka zarejestrowanych wyborców. 58,6% zarejestrowanych oddało swój głos w wyborach powszechnych w 2024 r. Odsetek ten jest coraz niższy w każdych kolejnych wyborach od 2009 r., kiedy wynosił 77,3%¹¹. Szacunkowa liczba zarejestrowanych wyborców jako odsetek populacji w wieku uprawniającym do głosowania spadła z ponad 80% w 2014 r. do około 67% w wyborach 2024 r.¹²

8 Andre Pienaar, „Jacob Zuma, the MK Party, and the Kremlin's GRU”, National Security News, dostęp 15.09.2024 <https://nationalsecuritynews.com/2024/02/jacob-zuma-the-mk-party-and-the-kremlins-gru/>

9 Ibidem

10 Wyniki wyborów 2024, dostęp 15.09.2024 IEC, <https://results.elections.org.za/dashboards/npe/>

11 Victoria O'Reagan, „The big no-vote: over 11 million registered voters did not cast ballots in 2024 polls”, Daily Maverick, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-06-07-the-big-no-vote-over-11-million-registered-voters-did-not-cast-ballots-in-2024-polls/>

12 Seth Thorne, „Over 13 million eligible voters in South Africa not registered for the 2024 elections”, dostęp 15.09.2024, BusinessTech <https://businesstech.co.za/news/government/758143/over-13-million-eligible-voters-in-south-africa-not-registered-for-the-2024-elections/>

Krajobraz dezinformacji w kraju

Aby zrozumieć krajobraz dezinformacji w RPA, warto zauważyć, że przy dwunastu językach urzędowych i co najmniej trzydziestu pięciu językach ogółem (przy czym część ludności nie mówi po angielsku w ogóle lub tylko w podstawowym stopniu), mapowanie dezinformacji odbywa się głównie w bańce anglojęzycznej.

Ważne jest również uwzględnienie unikalnego kontekstu społecznego tego kraju. W rankingu The Economist RPA uzyskała wysokie wyniki (na równi z Wielką Brytanią) pod względem uczestnictwa w życiu politycznym oraz szczególnie niskie pod względem kultury politycznej. Jest to krajobraz społeczeństwa, w którym obywatele w znacznym stopniu uczestniczą w działalności politycznej, ale działalność ta nie jest odpowiednio kontrolowana, a nawet staje się brutalna¹³. Prowadzi to do paradoksów takich, jak parady poparcia dla LGBT+ maszerujące bez przeszkód przez te same miejsca, w których nocą grupy mężczyzn włamują się do domów kobiet uważanych za homoseksualne z przekonaniem, że grupowy gwałt uczyni je heteroseksualnymi. Łatwość samoorganizacji mieszkańców RPA sprawia, że dezinformacja staje się bardziej niebezpieczna, gdy społeczności zaczynają działać na jej podstawie. Co więcej, dyskurs polityczny w tym kraju jest bardzo tożsamościowy: grupy społeczne różnych etniczności często postrzegają swoje interesy jako sprzeczne i są szczególnie podatne na wzajemne podżeganie. Łatwo jest grać na strachu przed zemstą za apartheid (tj. dezinformacja na temat prawdziwych liczb i powodów stojących za tzw. morderstwami na farmach; fałszywa narracja o „białym ludobójstwie”) lub strachu, że biała populacja próbuje osiągnąć za pomocą kapitału to, co kiedyś osiągała siłą (narracje wokół realizowania przez DA interesów białych), a także różne ideologiczne odchylenia (od marksistowskich po rasistowsko-neonazistowskie). Istnieje wiele historycznych i kulturowych odniesień, które na to pozwalają, np. śpiewana do dziś piosenka Dubul' ibhunu („Kill the Boer”) jest częścią dziedzictwa walki z apartheidem i antagonizuje ludność mówiącą w języku afrikaans. Duża część manipulacji opiera się na silnych konfliktowych nastrojach.

13 The Economist Democracy Index 2023, Economist Intelligence Unit: 10, dostęp 15.09.2024, https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/Democracy-Index-2023-Final-report.pdf?version=0&mkf_tok=NzUzLVJJUS00MzgAAAGVOB2gvFzc8yRMVOhJQKXjeAEFlr8SpnI97LUNI5WYw-KQnRcP5DpcSa6XT8v-qeuf_r1B0IDv5FPTDVH1hkWkBK1_cCDKt5_bh3Zev1v14b0v-Q

Dezinformacja pochodzi od lokalnych podmiotów, zwłaszcza dużych partii, takich jak MK czy EFF, jak również od wielu mniejszych podmiotów politycznych (partii i indywidualnych kandydatów, ponieważ ci ostatni mogą kandydować do parlamentu), a także różnych grup politycznych, grup interesu, a nawet grup religijnych.

Zarówno Moskwa, jak i Pekin ingerują w infosferę Republiki Południowej Afryki. Rosja odnotowała między innymi udaną kampanię #IStandWithPutin, #IStandWithRussia wokół inwazji na Ukrainę,^{14,15} a Chiny wykorzystają fałszywe konta, aby wzmocnić oddziaływanie postów swoich dyplomatów w mediach społecznościowych, którzy udostępniali artykuły chińskich mediów państwowych¹⁶. Chińskie firmy państwowe posiadają udziały w Independent Media, właścicielu outletu IOL, piątego najpopularniejszego wydawcy internetowego w RPA¹⁷.

W kontekście dezinformacji wyróżnia się fakt, że South African Broadcast Service, krajowy nadawca publiczny, cieszy się dużym zaufaniem (57% ankietowanych)¹⁸. To znacznie więcej niż brytyjskie BBC, na którym był wzorowany. Ogólnym trendem w latach 2019–2022 w RPA był wzrost zaufania do wiadomości w ogóle¹⁹. Media publiczne pozostają podmiotem przeciwdziałającym dezinformacji, podczas gdy uważa się, że ogólna wolność prasy maleje, ale wciąż jest wysoka, nawet jak na zachodnie standardy²⁰. Podczas wyborów media i ich analizy były uczciwe i wiarygodne²¹. Również południowoafrykańska Niezależna Komisja Wyborcza (IEC) aktywnie przeciwdziała dezinformacji. Wszystko to sprawia, że RPA jest krajem, który pod wieloma względami przestrzega zachodnich demokratycznych standardów przeciwdziałania dezinformacji i znacznie przewyższa inne kraje regionu.

14 Paul Nantulya, „China's Strategy to Shape Africa's Media Space”, Africa Center for Strategi Studies, „Documented Disinformation Campaigns in Africa”, dostęp: 15.09.2024, https://africacenter.org/wp-content/uploads/2022/04/Africa_Center_disinformation_documentation_4_26_22.pdf

15 Centre for Information Resilience, „The #IStandWithPutin & #IStandWithRussia campaign in South Africa”, dostęp: 15.09.2024, <https://www.info-res.org/post/the-istandwithputin-istandwithrussia-campaign-in-south-africa>

16 <https://africacenter.org/spotlight/china-strategy-africa-media-space/>

17 Freedom House, Beijing's Global Media South Africa, dostęp: 15.09.2024, Influence <https://freedomhouse.org/country/south-africa/beijings-global-media-influence/2022>

18 ibidem

19 Chris Roper, „South Africa”, Reuters Institute, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/south-africa#:~:text=Between%2019%20and%202022%2C%20trust, jointly%20with%20BBC%20in%202021>

20 Światowy Indeks Wolności Prasy 2024, Reporterzy bez Granic, dostęp 15.09.2024, <https://rsf.org/en/index>

21 Media Performance Review, Media Monitoring Africa: 12, dostęp 15.09.2024 https://www.mediamonitoringafrica.org/wp-content/uploads/2024/07/MPR_Report_120724.pdf

Pomimo tych wysiłków Republika Południowej Afryki pozostaje podatnym gruntem dla dezinformacji. Jedne z największych na świecie nierówności ekonomicznych, nierówności edukacyjne²² przebiegające często wzdłuż linii etnicznych oraz ponad połowa populacji żyjąca w ubóstwie²³ oznacza, że narzędzia do przeciwdziałania dezinformacji pozostają w zasięgu stosunkowo ograniczonej liczby obywateli, podczas gdy wysokie wykorzystanie Internetu i mediów społecznościowych pozwala na skuteczne rozprzestrzenianie się manipulacji. Nieufność do instytucji, napięcia etniczne i rozczarowanie polityką są łatwo wykorzystywane przez twórców dezinformacji.

Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami

Narracja 1. Sfałszowane wybory

Najistotniejszą ze wszystkich narracji w wyborach w 2024 r. była ta o rzekomym „fałszowaniu wyborów”, forsowana głównie przez aktorów związanych z partią MK, a później także przez EFF. Narracja rozpoczęła się kilka miesięcy przed wyborami i osiągnęła szczyt w okolicach dnia głosowania. Trafiła ona do wszystkich głównych mediów społecznościowych i, w lżejszej formie, do głównego nurtu za sprawą głównej strony informacyjnej IOL, która dociera do milionów widzów²⁴.

EFF, która początkowo nie uczestniczyła w tej narracji i aktywnie jej przeciwdziałała²⁵, w końcu wzięła w niej udział²⁶, najprawdopodobniej po tym, jak przywódcy zdali sobie sprawę, że MK i sposób, w jaki wykorzystuje powszechny gniew i nieufność, odbiera poparcie EFF.

MK, EFF i niektóre mniejsze ruchy polityczne twierdziły, że wybory zostaną sfałszowane przed i w trakcie procesu wyborczego, a także podczas liczenia głosów lub że zostały sfałszowane, gdy tylko utworzono koalicję rządzącą. Informację tę podały ogólnokrajowe media. Posty dezinformacyjne zgromadziły miliony wyświetleń w Internecie za pośrednictwem kont w mediach społecznościowych na X (dawniej

22 „Niektóre dzieci są bardziej równe od innych: Edukacja w Republice Południowej Afryki”, Prawo do edukacji, dostęp 16.09.2024, <https://www.right-to-education.org/resource/some-children-are-more-equal-others-education-south-africa>

23 SoNA-in-Numbers - 2024, rząd RPA, dostęp 15.09.2024, <https://www.gov.za/news/sona-numbers-2024>

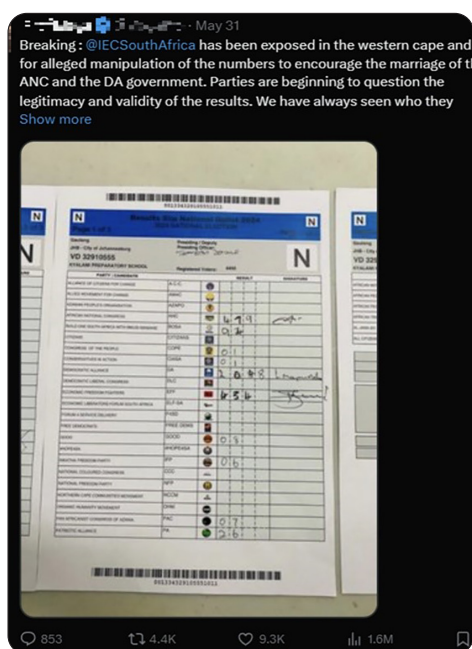
24 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/0jdj19h>

25 Julius Malema, @Julius_S_Malema, 25.02.2024, https://x.com/Julius_S_Malema/status/1761675828423692688

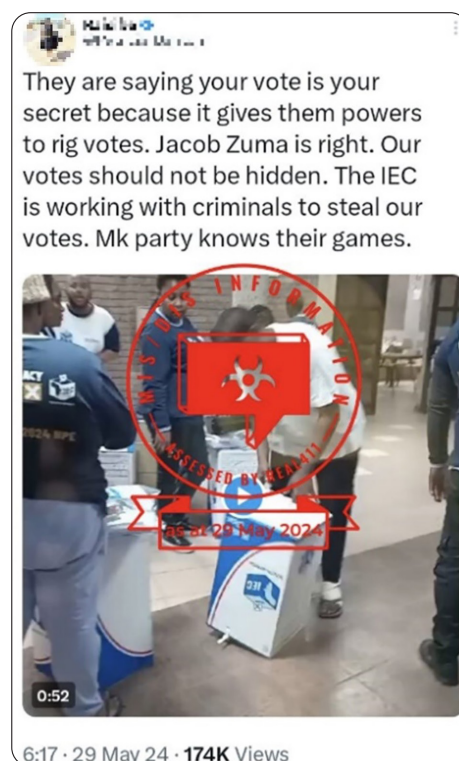
26 Bulelani Nonyukela, „Malema zmienia ton w sprawie fałszowania głosów w obliczu zbliżających się wyborów”, TimesLive, dostęp 15.09.2024, <https://www.timeslive.co.za/politics/2024-04-23-listen-malema-changes-tune-on-vote-rigging-as-elections-loom/>

Twitter)²⁷, YouTube²⁸ i TikTok²⁹. Do 28.05.2024 r. (dzień przed wyborami) na X pojawiło się około 14 tys. postów wspominających o Niezależnej Komisji Wyborczej (IEC) wraz ze słowami takimi jak „kradzież” lub „sfalszowane”³⁰.

Post w serwisie X dotyczący fałszowania głosów w prowincji KwaZulu-Natal opublikowany przez Duduzile Zumę, córkę lidera MK, uzyskał ponad 600 tys. wyświetleń, a inny, z innego konta i w innej prowincji, ponad 1,5 miliona³¹. Istniały różne ścieżki tej narracji: niektórzy twierdzili, że ANC i DA „zapłaciły” za fałszowanie wyborów³², inni sugerowali, że niektóre głosy nie zostały policzone³³ lub nawet, że CIA była w to zaangażowana³⁴. Dezinformacja celowo skupiła się na KwaZulu-Natal, prowincji, w której MK miał największe poparcie: już kilka lat wcześniej doszło tam do zamieszek związanych z poparciem dla Zumy, oraz na Western Cape, gdzie DA była u władzy.



Post w serwisie X w którym twierdzono, że wybory zostały sfalszowane, a wyniki unieważnione, osiągnął 1,6 mln wyświetleń.



Post w serwisie X, który osiągnął prawie 175 tysięcy wyświetleń, utrzymywał, że IEC stosuje tajne głosowanie, przez co głosy są fałszowane na niekorzyść partii MK.

27 Newroom Afrika, @Newroom405, 31.05.2024, <https://x.com/Newroom405/status/1796560783519649896>; <https://x.com/superlinearza/status/1795441112292970889>

28 Newroom Afrika, @newroomafrika5914, 31.05.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=2JMScBC6kw>

29 Superlinear, @superlinearza, 02.06.2024, <https://x.com/superlinearza/status/1795441112292970889>

30 Ibidem

31 <https://x.com/MoyaProf/status/1796567579739193637>

32 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/4U9J8D0E>

33 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/8SGG9U1S>

34 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/5RIIZN8S>

Wiele mało znanych kont uczestniczących w tej narracji nasiliło aktywność mniej więcej w czasie, gdy opisywany przekaz zaczął się pojawiać i przestało lub nagle spowolniło publikowanie w późniejszych tygodniach.

Wywołało to komentarz głównego urzędnika wyborczego, który nazwał tę sytuację „wyraźnie zaaranżowanym wysiłkiem, aby powiedzieć, że te wybory nie mogą być wolne i uczciwe, zanim jeszcze się odbędą”. Partia MK wydała oficjalne oświadczenie w sprawie rzekomego „złego zarządzania” wyborami³⁵. Przed wyborami i po nich zdarzały się sytuacje, że ludzie (przynajmniej w jednym wypadku zwolennicy MK) próbowali siłą wdrzeć się do magazynów, w których przechowywano karty do głosowania^{36,37}.

Celem narracji było podważenie procesu wyborczego i wiary w sens uczestnictwa w nim. W 2024 r. odnotowano historycznie najmniejszą frekwencję wyborczą. Co więcej, ponieważ RPA nie zezwala na exit-polls³⁸, spowodowało to dalszy chaos przed opublikowaniem ostatecznych wyników. Ta narracja stworzyła grunt dla wielu innych, które pojawiły się podczas wyborów.

Narracja 2. „Koalicja ANC-DA jest tworzona przez niejasne siły”

Tuż po wyborach i przed ogłoszeniem ostatecznych wyników sugerowano, że ANC zapłacono 150 milionów randów za utworzenie rządu koalicyjnego z DA. Przekaz ten pojawił się w różnych mediach społecznościowych, przede wszystkim na WhatsApp, przy czym nadano mu fałszywą wiarygodność, podając rzekome źródło: stronę internetową Mail & Guardian (choć nigdy nie pojawiły się tam publikacje na ten temat)³⁹. Odbiorcą płatności miała być południowoafrykańska rodzina miliarderów Oppenheimerów. Domniemany powód umowy: utrwalenie interesów wielkiego biznesu kosztem zwykłych mieszkańców RPA.

35 Superlinear, @superlinearza, 02.06.2024, <https://x.com/superlinearza/status/179544112292970889>

36 South African Government News Agency, „IEC potwierdza próbę nieautoryzowanego wejścia do magazynu w Gauteng”, dostęp 15.09.2024, <https://www.sanews.gov.za/south-africa/iec-confirms-attempted-unauthorised-entry-ifs-gauteng-warehouse>

37 Natasha Marrian, „IEC to act against MK Party over invasion of storage facility”, News24, dostęp 15.09.2024,

<https://www.news24.com/news24/politics/political-parties/iec-to-act-against-mk-party-over-invasion-of-storage-facility-20240527>

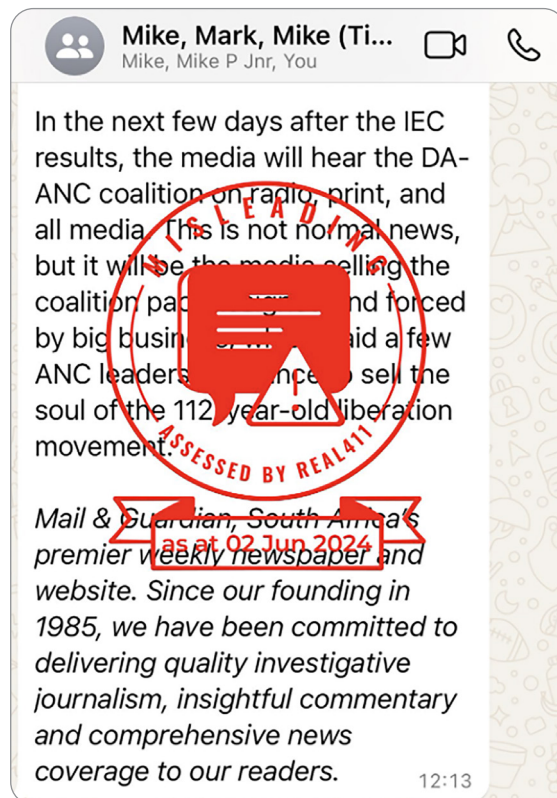
38 Ustawa wyborcza z 1998 r., Dziennik Rządowy Republiki Południowej Afryki, sekcja 109, dostęp 15.09.2024, https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/act73of1998.pdf

39 Rebecca Davis, „Disinformation nation — a concerted campaign to destabilise SA post elections”, Daily Maverick, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-06-02-disinformation-nation-a-concerted-campaign-to-destabilise-sa-post-elections/>

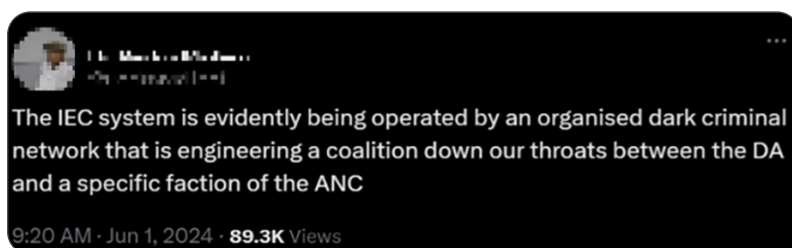
Chociaż ta konkretna narracja została również sklasyfikowana jako „satyra”, była ona symptomatyczna dla całego trendu twierdzącego, że istnieją tajne grupy, które chcą wpłynąć na wynik koalicji.



Wiadomość z WhatsApp, w której twierdzono, że biznesmeni zapłacili ANC za koalicję z DA na podstawie tajnej umowy. Kwota ta odpowiada wysokości znanego uprzednio zadłużenia ANC. Wymieniane są nazwiska słynnych miliarderów. Pod tą publikacją widnieje fałszywy podpis „News Reporter”.



Wiadomość WhatsApp w której twierdzono, że nadchodzące rozmowy koalicyjne (naturalne ze względu na oczekiwane wyniki) będą forsowane przez media jako część „wyprzedaży” ANC. Historia została fałszywie podpisana jako pochodząca z „Mail & Guardian”, jednego z czołowych południowoafrykańskich serwisów informacyjnych.



Post w serwisie X w którym twierdzono, że „ciemna sieć przestępcza” stoi za możliwością koalicji ANC–DA osiągnął prawie 90 tysięcy wyświetleń.

Dezinformacja ta pojawiła się w kluczowym momencie: gdy ANC była już w trakcie rozmów koalicyjnych. Stanowiło to próbę wywarcia presji na ANC przeciwko rozmowom z DA jako głównym partnerem i popchnięcia jej w kierunku partnerstwa z MK+EFF. Sprytnie wykorzystata opinię o ANC jako podmiocie skorumpowanym, a także nastroje mieszkańców RPA: rasowe (nieufność, zwłaszcza między konserwatywną białą i skrajnie lewicową czarną społecznością) i antykapitalistyczne (postrzeganie, że obecna forma kapitalizmu stworzyła nierówności ekonomiczne, a DA pozostaje jej orędownikiem). W wypadku informacji o „150 milionów randów” kwota nie była przypadkowa: była to dobrze znana suma długów partii na koniec 2023 r.⁴⁰

W mediach społecznościowych istniało wiele kont mających duży zasięg, zwłaszcza na X, gdzie niektóre posty osiągnęły setki tysięcy wyświetleń. Nawet media głównego nurtu do pewnego momentu forsowały fałszywą narrację o „wyprzedazy”, w tym IOL, czołowy serwis internetowy docierający do 390 tys. czytelników dziennie^{41,42,43}. Mimo to dokładny zakres narracji trudno zmierzyć. Zbudowano ją na autentycznych zastrzeżeniach wielu zwolenników ANC, obawiających się, że koalicja oparta na DA oznacza koniec lewicowych korzeni partii. Ostatecznie nie wpłynęła ona na końcowy wynik: doszło do koalicji ANC-DA. Mogła mieć niewielki wpływ na wielkość koalicji: przy 11 partiach ich liczba, zwłaszcza tych mniejszych, była wyższa niż ANC potrzebowała do skutecznego rządzenia, ale pomogła nowemu rządowi uzyskać legitymizację jako szerokiej koalicji.

40 Siyabonga Sithole, „Saved by the deal: Dług ANC w wysokości 150 mln rupii Luthuli niemal oznaczał najgorszy rok ANC”, IOL, dostęp 15.09.2024, <https://www.iol.co.za/saturday-star/news/saved-by-the-deal-ancs-r150-million-luthuli-debt-almost-marked-the-ancs-worst-year-ab171a8a-7e93-4141-8503-25591a75cef1>

41 Bizcommunity, „Biggest news publications in South Africa”, <https://www.bizcommunity.com/article/biggest-news-publications-in-south-africa-479069a#:~:text=IOL, South Africa's second-largest, and 13 million page views>

42 Konto Lindiwe Matlali TikTok, dostęp 15.09.2024, 7392181409990872326

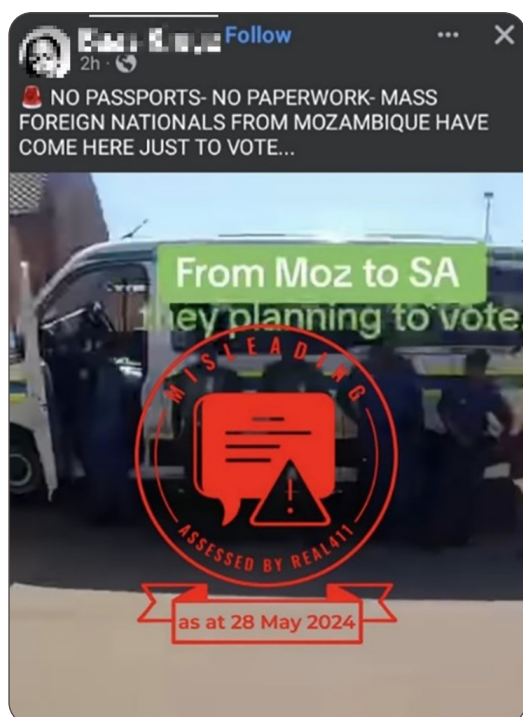
43 „WYBORY 2024: A nie mówiliśmy? Ramaphosa, Naspers i powstanie koalicji ANC-DA”, IOL, dostęp 15.09.2024, <https://www.iol.co.za/news/politics/opinion/elections-2024-we-told-you-so-ramaphosa-naspers-and-the-rise-of-the-anc-da-coalition-4ff74ce6-3f86-4873-9bb9-2c637d1ef211>

Narracja 3. Zbliżająca się migracja i fałszywe głosy migrantów

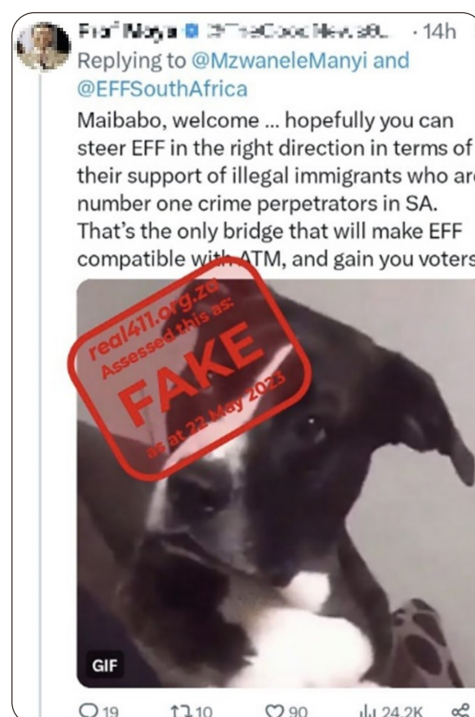
Republika Południowej Afryki to kraj stosunkowo atrakcyjny dla migracji i mający około 3 mln migrantów⁴⁴ pochodzących głównie z sąsiedniego Zimbabwe i Mozambiku, a także Angoli, Demokratycznej Republiki Konga, Republiki Środkowoafrykańskiej i innych krajów subsaharyjskich. RPA przyjęło również około 250 tysięcy uchodźców, ale nie prowadzi polityki umieszczania ich w obozach – uchodźcy mają swobodę mieszkania wraz z obywatelami⁴⁵.

Ta sytuacja, jak również obserwowane osłabienie gospodarki i wysokie bezrobocie, stworzyły środowisko podatne na dezinformację związaną z narracjami antyimigracyjnymi.

Prezentowany przekaz głosi, że imigranci są odpowiedzialni za przestępstwa, obciążają służbę zdrowia i odbierają pracę mieszkańcom RPA. Od połowy pierwszej dekady XXI wieku w kraju doszło do kilku wybuchów przemocy wobec migrantów.



Post w którym twierdzono, że nieposiadający żadnych dokumentów obywatele Mozambiku przybywają do RPA, aby wziąć udział w wyborach.



Post w serwisie X, w którym postawiono bezpodstawne stwierdzenie, że obcokrajowcy są odpowiedzialni za większość przestępstw w RPA. Pojawił się w odniesieniu do proimigranckiej polityki EFF.

⁴⁴ Migration Data in SADC, Migration Data Portal, dostęp 15.09.2024, <https://www.migrationdataportal.org/regional-data-overview/southern-africa#:~:text=An%20estimated%202.9%20million%20migrants,of%20education%20and%20better%20opportunities.>

⁴⁵ UNHCR, dostęp 15.09.2024, <https://www.unhcr.org/countries/south-africa#:~:text=Unlike%20Namibia%20and%20Botswana%2C%20South,environment%20of%20mixed%20population%20flows.>



Post na portalu X, w którym rozpowszechniano fałszywe treści na temat rzekomego przestępstwa popełnionego przez obcokrajowców.

Jednym z głównych aktorów propagujących dezinformację jest ksenofobiczna organizacja Operation Dudula („Dudula” w języku zuluskim oznacza „wypędzić”); przed wyborami powszechnymi w 2024 r. ruch ten przekształcił się w partię polityczną i wystartował w prowincjonalnej części wyborów, ale bez powodzenia⁴⁶. Często nazywany grupą strażniczą ruch działa od lat i odpowiada za ataki na migrantów i należące do nich firmy. Za pośrednictwem mediów społecznościowych twierdził on przed wyborami, że partia EFF sprowadzi obcokrajowców do RPA i spróbuje wykorzystać ich do sfalszowania wyborów. Konta powiązane z Operation Dudula udostępniały również treści przedstawiające Afrykanów z innych krajów jako zwierzęcych i niecywilizowanych.

Relacje takie jak rozpowszechniana przez Operation Dudula były prawdopodobnie bardziej ostrożne podczas wyborów ze względu na przypadki ogłaszania przez południowoafrykańskie

sądy wyroków za podżeganie do nienawiści. W 2023 r. członek ruchu został skazany na grzywnę w wysokości 100 tys. randów lub trzy lata pozbawienia wolności za podżeganie do przemocy⁴⁷. Dlatego też, gdy na krótko przed wyborami pojawiły się tego rodzaju dezinformacyjne treści, były one rozpowszechniane głównie za pośrednictwem WhatsAppa i często trudne do zmapowania i przypisania określonym autorom.

W jednej z nich pojawia się film przedstawiający dwie kobiety ścigane po ulicy i dotkliwie pobite przez grupę mężczyzn. Głos spoza kadru twierdzi, że sytuacja ma miejsce w Nigerii, a dwie kobiety zostały zaatakowane, ponieważ pochodzą z Republiki Południowej Afryki. Weryfikacja faktów wykazała, że jest to wideo z Ugandy i prawie na pewno nie ma nic wspólnego z obywatelami RPA. Film miał na celu podżeganie do nienawiści i przemocy wobec innych afrykańskich narodów i migrantów, a także stworzenie wrażenia, że Republika Południowej Afryki rozpada się, ponieważ jej kobiety odeszły od lojalności wobec południowoafrykańskich mężczyzn, za co teraz płacą.

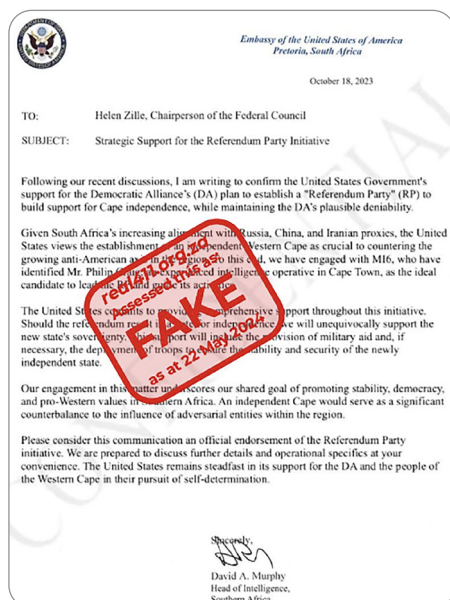
⁴⁶ IEC, dostęp: 15.09.2024, [https://results.elections.org.za/home/NPEPublicReports/1335/Results Report/National.pdf](https://results.elections.org.za/home/NPEPublicReports/1335/Results%20Report/National.pdf)

⁴⁷ Kaveel Singh, „Notatka głosowa WhatsApp prowadzi do skazania członka Operation Dudula, który podżegał do przemocy”, News24, dostęp 15.09.2024, <https://www.news24.com/news24/southafrica/news/whatsapp-voice-note-leads-to-conviction-of-operation-dudula-member-who-incited-violence-20230901>

Głównymi kanałami tej narracji były WhatsApp i X, a „ksenofobia” była trzecim pod względem popularności tagiem wśród skarg na dezinformację na stronie Real411 przez trzy miesiące poprzedzające dzień wyborów. Dziesiątki pojedynczych postów na X zebrały dziesiątki, a nawet setki tysięcy wyświetleń każdy, obieg na WhatsAppie pozostaje trudny do zweryfikowania, ale w przeszłości była to główna platforma do promowania dezinformacyjnych treści przez ruch Dudula. Cała narracja miała na celu polaryzację społeczną, przedstawienie ANC jako partii, która niszczy kraj, i nasilenie czarnego nacjonalizmu, co przyniosło korzyści MK i niektórym mniejszym partiom.

Narracja 4. Hellen Zille, Gaza i niepodległa Prowincja Przylądkowa Zachodnia

Dezinformacyjne treści wymierzone w DA w dużej mierze skupiały się na jej prominentnej polityk (i byłej liderce), Helen Zille. Znalazła się wśród nich narracja, że DA walczy o odłączenie Prowincji Przylądkowej Zachodniej od RPA (tj. z pomocą CIA)⁴⁸, że jest przeciwna czarnoskóremu przywództwu⁴⁹, a nawet, że DA odda Prowincję Przylądkową Zachodnią „syjonistom”⁵⁰.



Fałszywy list od rządu USA do Helen Zille, w którym rząd USA popiera niepodległość Prowincji Przylądkowej Zachodniej jako przeciwwagę m.in. dla rosyjskich i chińskich wpływów w regionie.



Artykuł dezinformacyjny (krążący przez co najmniej kilka lat przed wyborami, który ponownie wyłynął w okresie okołowyborczym), w którym twierdzono, że Helen Zille z DA żałuje promowania czarnego przywództwa w partii.

48 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/19bsqh35>

49 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/W4654XPU>

50 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints-view/9JPE0RRW>



Post na portalu X, w którym twierdzono, że firmy z branży nieruchomości, które są „syjonistyczne”, pracują na rzecz nielegalnej imigracji do RPA i czerpią z tego korzyści.

Miało to na celu zarówno wywołanie gniewu skierowanego przeciwko DA, jak i strachu przed jego polityką, zwłaszcza wśród części czarnoskórych wyborców, ponieważ partia ta walczyła o głosy bardziej liberalnych przedstawicieli tej społeczności. Inne cele to zdestabilizowanie kraju w okresie okołowyborczym i ponowne uderzenie w wiarygodność ewentualnej koalicji powyborczej. Nie skupiano się wyłącznie na Zille, ponieważ często atakowano innych przywódców, w tym ANC, ale Zille pozostaje interesującym punktem: narracja skupiła się na treściach dotyczących jej rzekomych działań z przeszłości. Również Thabo Mbeki, były prezydent z ANC, był celem jednej kampanii dezinformacyjnych. Odmienną kwestią był związany z tym antysemityzm: Helen Zille ma żydowskie korzenie, a narracja próbowała wykorzystać antyizraelskie nastroje związane z działaniami tego kraju w Strefie Gazy. RPA jest główną siłą próbującą pociągnąć Tel Awiw do odpowiedzialności, podczas gdy DA pozostała głównym wyborem dla stosunkowo niewielkiej (1,6%) społeczności muzulmańskiej w kraju⁵¹.

Pomimo oczywistego kryzysu zaufania do ANC, DA zdobyła tylko jeden punkt procentowy głosów więcej w porównaniu z wyborami powszechnymi w 2019 r. Sugeruje to nieufność czarnoskórych wyborców, która mogła się częściowo nasilić za sprawą tej narracji. Opisywany przekaz był najbardziej widoczny na platformach takich jak X, TikTok i WhatsApp. Często przeplatał się z innymi fałszywymi narracjami (zwłaszcza „fałszowaniem wyborów”), a na TikToku wspomniano o nim w setkach postów, często z niską (od kilku do kilku tysięcy) liczbą wyświetleń każdy.

51 Ilham Rawoof, „Południowoafrykańscy muzulmanie nie głosowali na propalestyńskie partie. Dlaczego nie?”, Novara Media, dostęp 15.09.2024, <https://novaramedia.com/2024/06/11/south-african-muslims-didnt-vote-for-pro-palestine-parties-why-not/>

Narracja 5. Udział CIA

Sugerowanie ingerencji amerykańskiej Centralnej Agencji Wywiadowczej w południowoafrykańską politykę, zwłaszcza wymierzonej przeciwko MK, było popularną narracją przed i po wyborach równoległe do kilku innych wspomnianych wcześniej.

Po pierwsze, pomysł secesji Prowincji Przylądkowej Zachodniej był związany z fałszywym listem od CIA. Agencję tę wymieniano również w kontekście rzekomych spotkań z członkami IEC⁵², rzekomo opracowanego przez CIA planu zamordowania Zumy oraz wiceprezydenta RPA, a nawet jej zaangażowania w spisek mający na celu rozpoczęcie wojny w KwaZulu-Natal ze względu na szanse przejścia przez MK rządów w prowincji⁵³. Pojawiły się również narracje o fałszowaniu wyborów przez CIA lub rząd USA.



Post na portalu X z następującymi twierdzeniami: 1. Drukowanie większej liczby kart do głosowania w celu sfalszowania wyborów, 2. Metoda pochodząca od CIA wpłynęła na wynik wyborów w USA.



Post na portalu X, w którym wykorzystano zdjęcie ze spotkania z pracownikami ambasady USA jako „dowód” na to, że CIA weźmie udział w fałszowaniu wyborów w RPA.

⁵² Sesinga Mavikithi, @themankhosi, 29.04.2024, <https://x.com/themankhosi/status/1785021170338693387>

⁵³ Kirsten Cossar, „South Africa, don't fall for fake headline claiming the CIA will begin a war in KwaZulu-Natal and frame Zuma's uMkhonto”, Africa Check, dostęp 15.05.2024, we <https://africacheck.org/fact-checks/meta-programme-fact-checks/south-africa-dont-fall-fake-headline-claiming-cia-will-start>

Ta konspiracyjna narracja była otwarcie wymierzona w Zachód i Stany Zjednoczone i grała na antykolonialnych nastrojach. Rozpowszechniały ją głównie konta wyraźnie wspierające MK, pokazując przy tym, między innymi, fałszywe pierwsze strony gazet. Niektóre z postów miały setki tysięcy wyświetleń na X i Facebooku. Nie była to nowa narracja, ale nabrała ona znacznego rozmachu i rozgorzała na nowo w okresie okołowyborczym.

Jej cel był podobny do niektórych innych: zasiać nieufność do ANC i strach przed DA u władzy (z korzyścią dla MK, a być może też EFF i mniejszych aktorów), ale także zwiększyć nastroje antyzachodnie i antyamerykańskie w dłuższej perspektywie.

Narracja na temat ingerencji CIA i USA pojawiła się na X, TikToku i w postach na blogach, do których prowadziły linki z innych platform. Mające duży zasięg konta na X, takie jak profil Duduzile Zuma-Sambudla, utrwaliły tę narrację, dając jej w efekcie miliony wyświetleń, przy czym niektóre pojedyncze posty przekroczyły 150 tysięcy wyświetleń.

Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami

Głównym medium społecznościowym dla promowania dezinformacji był serwis X. 68% skarg potwierdzonych jako dezinformacja przez stronę Real411 (zajmującą się, między innymi, fact-checkingiem) pochodziło właśnie stamtąd. Następnym był TikTok z 15%, WhatsApp z 8%, Facebook z 6%⁵⁴ i inne platformy poniżej 5%. Wśród 26 mln użytkowników mediów społecznościowych największą popularnością cieszyły się WhatsApp (93,9% aktywnych użytkowników mediów społecznościowych), Facebook (88,4%) i TikTok (73,6%), podczas gdy X (55,1%) znalazł się na szóstym miejscu⁵⁵. Rozbieżność między tymi stanowiskami wynika przynajmniej częściowo z łagodnej polityki X w zakresie usuwania i przeciwdziałania dezinformacji oraz z faktu, że WhatsApp pozostaje trudny do przeanalizowania. Komunikacja WhatsApp jest szyfrowana, a wycieki z baniek zdarzają się rządziej (np. wideo wspomniane w narracji imigrantów nigdy nie zostało zgłoszone jako dezinformacja do serwisu Real411).

54 Raport okresowy przedstawiony Komisji Wyborczej Republiki Południowej Afryki przez Media Monitoring Africa, Media Monitoring Africa, dostęp 15.09.2024, https://www.mediamonitoringafrica.org/wp-content/uploads/2024/06/240531-MMA-Real411-interim-elections-report-AS_edits-clean.pdf

55 Katherine McInnes, South African Digital & Social Media Statistics 2024, Meltwater, dostęp 15.09.2024, <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-south-africa>

Niektóre z bardzo popularnych w kraju kont rozpowszechniały dezinformację przed wyborami, w ich trakcie i po nich.

Julius Malema, lider EFF i 10. najpopularniejszy użytkownik X w RPA, używał swojego konta wyłącznie do przeciwdziałania narracjom o fałszowaniu wyborów⁵⁶, a mimo to wspierał je w niektórych swoich przemówieniach⁵⁷.

To konta zwolenników EFF, takie jak to o nazwie Sentletse⁵⁸, forsowały narrację o sfałszowanych wyborach⁵⁹. Dzięki prawie 300 tys. obserwujących było to jedno z najpopularniejszych kont należących do czołówki kont dezinformujących, które angażowały się w manipulacyjne działania na długo przed wyborami⁶⁰. Publikuje ono również wiadomości pro-rosyjskie i antyizraelskie, ale stosunkowo niska wydajność konta, biorąc pod uwagę liczbę jego obserwujących, wydaje się wskazywać, że nie uczestniczyło ono w zorganizowanych operacjach dezinformacyjnych.

Do najbardziej wpływowych kont w mediach społecznościowych należą konta Duduzile Zuma-Sambudli, córki lidera MK i byłego prezydenta Jacona Zuma, na X i TikToku. Duduzile regularnie publikowała własne i cudze treści zarzucające sfałszowanie wyborów. Jej aktywność na X składa się głównie z tego typu wiadomości oraz z przekazów politycznych związanych z MK i Jaconem Zumą. Na TikToku większość treści była podobna. Jej kanały są od dawna znane z promowania treści dezinformacyjnych, a ona sama była jedną z najbardziej znanych propagatorek kampanii #IStandWithPutin wspierającej Rosję podczas inwazji na Ukrainę⁶¹.

Innym kontem sięgającym dezinformację było oficjalne konto MK⁶², które później zmieniło nazwę. Był to jeden z dwóch czołowych (obok konta Duduzile Zuma-Sambudias) profili rozpowszechniających narrację o skradzionych wyborach⁶³. Promuje on również inne treści dezinformacyjne, takie jak te skierowane przeciwko szczepieniom.

56 Hanno Labuschagne, „Top 10 South African Twitter users – excluding Elon Musk”, Mybroadband, dostęp 15.09.2024, <https://mybroadband.co.za/news/internet/454032-top-10-south-african-twitter-users-excluding-elon-musk.html>

57 Bulelani Nonyukela, „Malema changes tune on vote rigging as elections loom”, TimesLive, dostęp 15.09.2024, <https://www.timeslive.co.za/politics/2024-04-23-listen-malema-changes-tune-on-vote-rigging-as-elections-loom/>

58 Sentletse, @Sentletse, <https://x.com/Sentletse>

59 Sentletse, @Sentletse, 01.06.2024, <https://x.com/Sentletse/status/1796806175658279356>

60 Sentletse, @Sentletse, 11.12.2024, <https://x.com/Sentletse/status/1734137640327233643>

61 Siyabonga Sithole, „I stand with Putin, and I'm not paid for it, says Duduzile Zuma-Sambudla accused of pro-Russia disinformation campaign”, IOL, dostęp 15.09.2024, <https://www.iol.co.za/the-star/news/i-stand-with-putin-and-im-not-paid-for-it-says-duduzile-zuma-sambudla-accused-of-pro-russia-disinformation-campaign-cbaee18c-a89e-4a34-8c3e-d7bc4df9677d>

62 uMKHONTO WESIZWE Info Centre, @MKParty_InfoGuy, https://x.com/MKParty_InfoGuy

63 Superlinear, @superlinearza, 02.06.2024, <https://x.com/superlinearza/status/1795441112292970889>

Znaczące wyniki wykazały konta o stosunkowo niskiej liczbie obserwujących (dziesiątki tysięcy), które były najbardziej aktywne i uzyskały najwyższy zasięg, co może wskazywać na korzystanie z komór echa. Wśród tych profili znajdowały się również konta związane z MK. Lokalni specjaliści, zwłaszcza Kyle Findlay z think tanku Murmur Intelligence, zauważyli możliwość sztucznego wzmocnienia niektórych kont i wykorzystania usług „płatnych influencerów” do rozpowszechniania dezinformacji.

Bardzo skutecznym kanałem dezinformacji było konto o nazwie Prof. Moya⁶⁴. Publikowano tam i rozpowszechniano większość wspomnianych narracji dezinformacyjnych. W dniu wyborów opublikowano wiadomości, w których pojawiły się takie frazy jak „zatrzymaj liczenie”. Konto pojawiło się na początku 2023 r. i początkowo miało niewielki zasięg. Publikowano na nim treści wyraźnie wymierzone przeciw imigracji i ANC, popierające Trumpa i Rosję. Licząc około 20 tys. obserwujących, jest daleko w tyle za największymi południowoafrykańskimi kontami na X, a mimo to uzyskało wysoki zasięg dzięki kluczowym postom dezinformacyjnym. Opublikowany tam post o sfałszowanych wyborach w Western Cape zebrał ponad 1,5 mln wyświetleń, inny o planie CIA wywołania wojny w KwaZulu-Natal prawie 200 tysięcy.

Odnótowane techniki i metody dezinformacji

Treści dezinformacyjne zainfekowały i wykorzystwały niektóre z głównych linii polaryzacji w społeczeństwie.

Korzystano przy tym z istniejących narracji (T0003). Po pierwsze, idea mówiąca, że RPA nie jest skutecznie zarządzanym krajem. Powszechne przekonanie o pogarszającym się stanie rzeczy (np. gospodarki, bezpieczeństwa) oraz o tym, że partia rządząca jest skorumpowana i trzyma się władzy za wszelką cenę, zostało wykorzystane w narracji o fałszowaniu wyborów. Po drugie, idea, że różne grupy etniczne w RPA mają różne, sprzeczne ze sobą programy, a biała populacja pozostaje uprzywilejowana. Wykorzystano to, aby dodać do narracji myśl, że biała populacja będzie próbowała bronić swoich rzekomych interesów i zastosuje nielegalne i wątpliwe moralnie środki. Po trzecie,

przekonanie, że migracja i migranci są negatywną siłą w RPA, zostało wykorzystane do rozpowszechnienia narracji o kradzieży głosów przez osoby spoza RPA, które miały głosować w taki sposób, aby zniekształcić wynik wyborów.

Wzmocniło to również istniejące teorie spiskowe (T0022.001) lub częściowo stworzyło nowe (T0022.002). Po pierwsze, Zachód, a zwłaszcza Stany Zjednoczone i ich agencje wywiadowcze, ingerują w wewnętrzną politykę RPA. Po drugie, „syjonizm” lub wpływy Izraela odgrywają podobną rolę, przynajmniej w Prowincji Przylądkowej Zachodniej. Po trzecie, istnieje tajny plan realizowany przez najbogatsze rodziny RPA, zwłaszcza Oppenheimerów i Rupertów. Zostało to wykorzystane do wzmocnienia narracji i pokazania opinii publicznej konkretnych „winowajców”, tworząc fałszywe poczucie logiki (konkretna grupa jest odpowiedzialna za to czy tamto, ponieważ leży to w jej interesie).

Istniało wiele pomniejszych przekazów w ramach szerszej narracji „sfalszowanych wyborów”, które rozwija się jako nowe narracje (T0082). Obejmowały one temat skradzionych kart do głosowania, zaangażowania IEC, szczególną taktykę wskazywania na przygotowanie rzekomo skradzionych głosów, a nawet pomysł, że po wyborach istniały magazyny pełne nieprzeliczonych głosów.

Typowe przykłady dezinformacji pojawiającej się w odpowiedzi na bieżący kryzys i najświeższe wiadomości to koncepcja, że przerwy w dostawie prądu i brak energii elektrycznej zostaną wykorzystane do zniekształcenia wyników wyborów, a także wskazówki dla niektórych komisji wyborczych przekazywane późną nocą w dniu wyborów (T0068).

Niektóre narracje z wyżej wymienionych często ze sobą konkurowały (T0004), tworząc wrażenie innego, masowego przepływu informacji (T0019), co w efekcie wzmacniało i tworzyło synergję wokół głównych narracji. Niektóre treści były korzystne dla EFF (głosy miały zostać im skradzione), inne były jej przeciwne (EFF wykorzystywała migrantów do kradzieży głosów), ale najważniejsze było to, że dezinformacja o kradzieży głosów pochodziła ze wszystkich stron.

Tworzenie treści obejmowało:

- fałszywe dokumenty (takie jak list CIA do Helen Zille) (T0085.002)
- nieautentyczne artykuły informacyjne (np. zmieniony artykuł „The African Perspective”, którego fałszywa wersja zawierała plan rozpoczęcia wojny w KwaZulu-Natal) (T0085.003)
- zniekształcanie faktów (np. pokazywanie działań państwa walczących z dezinformacją jako próby zapewnienia zwycięstwa partii rządzącej, zamieszczanie treści pokazujących przygotowania w lokalach wyborczych z interpretacją, że jest to przygotowanie do fałszowania wyników itp.) (T0023)
- wykorzystywanie autentycznych materiałów z dezinformacją jako komentarzem (zdjęcie urzędników IEC z komentarzem, że pochodzi ono ze spotkania z amerykańskim wywiadem)
- ponowne wykorzystanie istniejących treści (niektóre narracje spisowe) (T0084)
- oraz inne przykłady.

Z dużym prawdopodobieństwem można uznać, że do powielania dezinformacji wykorzystano konta trolli (T0049.001), a autentyczność takich treści dodatkowo potwierdzał fakt, że liderzy EFF i MK oraz mniejszych partii, a nawet niektóre z ich oficjalnych profili (T0100, T0100.001) forsowali je (zwłaszcza tę o fałszowaniu wyborów). Należy podkreślić zaangażowanie oficjalnych kont, ponieważ dodawały one wiarygodności i włączały te narracje do głównego nurtu.

Co ciekawe, dotkliwość treści wydawała się odzwierciedlać poziom moderacji treści na danej platformie. Na portalu X dezinformacja była bardziej bezpośrednia i agresywna niż np. na TikToku czy Facebooku.

Konta skupione wokół MK były niezwykle skuteczne w tworzeniu komórek echa (T102.002), osiągając liczbę wyświetleń rzadką w przypadku kont o podobnej liczbie obserwujących. Lokalni specjaliści podnosili kwestię możliwego sztucznego wzmocnienia niektórych kont i korzystania z usług „płatnych influencerów”, tj. kont o dużym zasięgu, świadczących usługi, takie jak atakowanie określonej strony, klientowi

oferującemu najwyższą cenę^{65,66}. Udostępnianie było motywowane poprzez odwoływanie się do odpowiedzialności odbiorców: treść „wymagała” ponownego opublikowania i opowiedzenia o niej, aby wszyscy „poznali prawdę”.

Clickbait (T0016) był szeroko rozpowszechnioną praktyką typu mikrotargeting, a w wyborach powszechnych w 2024 r. pojawiła się fala treści, które zostały pod tym względem bardzo skutecznie spreparowane. Pojawiły się również treści lokalizowane (T0101), zwłaszcza dla Kwa-Zulu-Natal i Prowincji Przylądkowej Zachodniej, a także ukierunkowane na mniejsze obszary geograficzne (takie jak wspomnianie o konkretnych społecznościach, w których miały wystąpić nieprawidłowości w głosowaniu).

Dezinformacja przedostała się do tradycyjnych mediów (T0114.002), w szczególności na stronę internetową IOL⁶⁷, która jest głównym portalem informacyjnym docierającym do milionów mieszkańców RPA.

Niektóre z wymienionych taktyk, zwłaszcza w Kwa-Zulu Natal, odzwierciedlały te z 2021 r., kiedy po aresztowaniu Jacoba Zumy rozpoczęły się zamieszki⁶⁸.

Na koniec należy wspomnieć o zabójstwach politycznych. W Republice Południowej Afryki doszło przed wyborami do wielu zabójstw. Wydawały się one spójne z ogólnymi problemami w zakresie bezpieczeństwa w kraju i działalnością zorganizowanych grup przestępczych, często agresywnie działających w lokalnej polityce, ale nie można wykluczyć możliwości zaangażowania agentów dezinformacyjnych w niektóre z nich⁶⁹.

65 Linda Van Tilburg, „Partia MK Zuma wykorzystała taktykę Gupta-Era w kampanii dezinformacyjnej w wyborach w RPA”, *Wiadomości o bezpieczeństwie narodowym*, dostęp 15.09.2024, <https://nationalsecuritynews.com/2024/07/zumas-mk-party-used-gupta-bots-for-disinformation-in-south-africas-elections/>

66 Tabelo Timse, Kyle Findlay i Aldu Cornelissen, „Influence-for-hire trend is distorting public discourse, poses threat to foundations of democracy”, *Daily Maverick*, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-05-26-influence-for-hire-distorts-public-discourse-threatens-democracy/>

67 Rebecca Davis, „Disinformation nation — a concerted campaign to destabilise SA post elections”, *Daily Maverick*, dostęp 15.09.2024,

68 Muhammad Hussain, „Kampania dezinformacyjna partii MK przypomina taktykę niepokojów z lipca 2021 r.”, *News24*, dostęp 2024, <https://www.news24.com/news24/opinions/analysis/in-depth-mk-partys-disinformation-campaign-echoes-july-2021-unrest-facts-20240604>

69 Katharine Houreld, „Political killings rock South Africa as it heads into elections”, *The Washington Post*, dostęp 15.09.2024, <https://www.washingtonpost.com/world/2024/05/27/south-africa-election-anc-killings/>

Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych

Najbardziej prawdopodobnym jest, że zewnętrzne zaangażowanie w działania dezinformacyjne przy temacie wyborów w RPA pochodziło z Rosji, ponieważ zostało ono zmapowane na kilka miesięcy przed wyborami⁷⁰. Dodatkowo warto tu przypomnieć, że Moskwa odpowiadała za kampanię dezinformacyjną w Republice Południowej Afryki związaną z #IStandWithPutin dotyczącą inwazji na Ukrainę, szeroko wspieraną przez polityków MK i EFF.

Trzy główne partie, tj. ANC, EFF i MK, wskazywały, że ich interesy związane były z Rosją i ogólnie z blokiem BRICS, dlatego rosyjska taktyka wywierania wpływu miała pewne niuanse, a różnice są ważne dla zrozumienia programu dezinformacji.

Po pierwsze, ANC była finansowana przez Rosję w przeszłości^{71,72} i w pewnym stopniu wspierała Moskwę⁷³. Należy postrzegać ten fakt jako polityczną (i częściowo ideologiczną) kalkulację niejednorodnego frontu politycznego, który widzi korzyści w kwestionowaniu dominacji Zachodu z pomocą Rosji (i BRICS). Korzyści mogą też wynikać z balansowania między światowymi potęgami i wykorzystania pozycji negocjacyjnej RPA (uzyskanie więcej od Zachodu), również poprzez pokazanie gotowości do rzucenia wyzwania Zachodowi jako całości.

Po drugie, EFF wyraźnie pokazała otwarte poparcie dla Rosji i Putina, ponieważ jest to bliskie jej antyimperialistycznej agendzie, podczas gdy historia ZSRR w Afryce jest zgodna ze skrajnie lewicową ideologią partii⁷⁴. Jest to partia otwarcie prorosyjska i proputinowska. Gdyby MK nie istniała, byłby to prawdopodobnie główny wybór w zakresie partii wspierających Rosję.

70 „Mapping a Surge of Disinformation in Africa”, Afrykańskie Centrum Studiów Strategicznych, dostęp 15.09.2024, <https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa/>

71 Kate Bartlett, „South Africa’s ANC received Big Donation from Russian Oligarch-Linked Firm”, Voice of America, dostęp: 15.09.2024, <https://www.voanews.com/a/south-africa-s-anc-received-big-donation-from-russian-oligarch-linked-firm-16994504.html>

72 The Economist, „How a Russia-linked mine may keep the ANC in power”, dostęp 15.09.2024, <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2024/05/16/how-a-russia-linked-mine-may-keep-the-anc-in-power>

73 Queenin Masuabi, „Fikile Mbalula udaje się do Moskwy na forum poświęcone walce z zachodnim „neokolonializmem””, Daily Maverick, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-02-14-fikile-mbalula-heads-to-moscow-for-forum-on-combating-western-neocolonialism/>

74 Emmanuel Wanjala, „Uzbroiłbym Rosję, ponieważ walczy z imperializmem – Malema”, The Star, dostęp 15.09.2024, <https://www.the-star.co.ke/news/2023-05-24-i-would-arm-russia-since-its-fighting-imperialism-malema/>

Samo MK utworzono rzekomo przy pomocy GRU⁷⁵. Twierdzenie to jest kwestionowane, ale MK otrzymała najsilniejsze bezpośrednie wsparcie związane z działaniami dezinformacyjnymi. Ten fakt, jak również to, że niektóre z promowanych treści zawierały otwarcie antyzachodnie sentymenty, sugeruje, że rosyjskie operacje koncentrowały się wokół MK i na atakowaniu DA. Narracja antyizraelska i antyzachodnia, zwłaszcza jej część dotycząca CIA, jest zbieżna również z polityką dezinformacyjną Chin. Nie ma dowodów na ingerencję Pekinu w wybory powszechne w 2024 r., ale opisane zostały jego wcześniejsze działania z wykorzystaniem botów i kampanii skierowanych do RPA i regionu^{76,77}.

W stosunkowo sprzyjającym środowisku, w którym rosyjska dezinformacja już kwitnie, Moskwa może skupić się na destabilizacji kraju i atakowaniu DA (partia wykazuje wyraźnie proukraińskie stanowisko, a wiosną 2022 r. jej lider udał się na misję rozpoznawczą do tego kraju). Celem było, po pierwsze wprowadzenie MK (alternatywnie EFF lub obu partii) do koalicji rządzącej; po drugie osłabienie ANC na tyle, aby przywódcy partii musieli być bardziej elastyczni jeśli chodzi o poleganie na wsparciu zagranicznym.

Narracje związane z fałszowaniem wyborów, w przypadku których dowiedziono, że były forsowane przez Rosję w innych krajach, również sugerują zewnętrzną ingerencję. Zazwyczaj walki polityczne w RPA koncentrowały się na kwestiach związanych z napięciami etnicznymi, własnością ziemi i kapitału, imigracją czy nierównościami ekonomicznymi. Problemy te występowały z podobną, jeśli nie większą, siłą w 2024 r. Wszystkie główne partie były silnie spolaryzowane, a ewentualna zmiana konstytucji pojawiła się w dyskursie. Wybór narracji mówiącej o oszustwach wyborczych częściowo błędnie diagnozuje społeczeństwo RPA. Skupiono się na brutalnych rezultatach żywego zaangażowania politycznego kraju w przeszłości, nie biorąc pod uwagę, że to samo zaangażowanie skutkuje wysoką penetracją społeczeństwa przez ludzi z doświadczeniem politycznym na różnych poziomach. W efekcie narracja próbowała podburzyć tę samą grupę, która miała dobre ogólne zrozumienie procesu wyborczego. Z drugiej strony, grupy bardziej podatne na tę narrację mogły nie mieć wystarczających zdolności do samoorganizacji.

⁷⁵ Andre Pienaar, „Jacob Zuma, partia MK i kremlowskie GRU”, National Security News, dostęp 15.09.2024, <https://nationalecuritynews.com/2024/02/jacob-zuma-the-mk-party-and-the-kremlins-gru/>

⁷⁶ Erika Kinetz, „Army of fake fans boosts China's messaging on Twitter”, AP News, dostęp 15.09.2024, <https://apnews.com/article/asia-pacific-china-europe-middle-east-government-and-politics-62b13895aa6665ae4d887dcc8d196dfc>

⁷⁷ Africa Center for Strategic Studies, „Mapping a Surge of Disinformation in Africa”, dostęp: 15.09.2024, <https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa/#Data>

Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji

Przed wyborami powszechnymi w 2024 r. rząd RPA dostrzegł zagrożenia związane z dezinformacją i przeprowadził kampanie mające na celu przeciwdziałanie jej.

Od kilku lat mieszkańcy RPA dysponują narzędziami do zwalczania i ostrzegania przed dezinformacją, w tym takimi zalecanymi przez rząd⁷⁸. Południowoafrykańska Niezależna Komisja Wyborcza (IEC) stworzyła we współpracy z Media Monitoring Africa unikalną usługę Real411, w ramach której użytkownicy mogą zgłaszać treści dezinformacyjne oraz weryfikować informacje⁷⁹. IEC regularnie przeciwdziałała dezinformacji i na swoich kanałach w mediach społecznościowych publikowała informacje z nią związane, jak również informacje na temat wolności i niezależności mediów. W dniu wyborów urzędnicy IEC odpowiadali na liczne pytania dotyczące narracji dezinformacyjnych i byli dobrze przygotowani do obalania pojawiających się twierdzeń.

Serwis Real411 zapewnia weryfikację każdego wpisu lub twierdzenia dezinformacyjnego, służąc również jako archiwum dowodów. Umożliwia w ten sposób łatwą analizę poszczególnych trendów w różnych momentach okresu okołowyborczego na różnych platformach (np. pomagając w ustaleniu momentu, w którym Julius Malema zaczął wspierać narrację o sfałszowanych wyborach w swoich przemówieniach, lub pokazując, w jaki sposób narracja o ingerencji USA nabrała rozpędu podczas rozmów koalicyjnych).

Wiele ośrodków analitycznych i firm, takich jak Murmur Intelligence, Institute for Security Studies for Africa czy Media Monitoring Africa, od dłuższego czasu konsekwentnie informuje o różnych kampaniach dezinformacyjnych, a wiele z ich wniosków znajduje odzwierciedlenie w niniejszej analizie. Podczas wyborów regularnie opisywały one mechanizmy promowania treści dezinformacyjnych, oznaczały odpowiedzialne konta i zapewniały wgląd w taktyki rozpowszechniania. Po wyborach przedstawiły raporty opisujące trendy i dyskurs wokół dezinformacji wyborczej. Zdarzało się to również w przeszłości, co prawdopodobnie pozytywnie wpłynęło na wysiłki w zakresie przeciwdziałania dezinformacji wokół wyborów w 2024 r., a dokumenty te pomogą w opracowaniu przyszłych środków.

78 „Zasoby dezinformacyjne na wybory”, Rząd RPA, dostęp 15.09.2024, <https://www.gov.za/news/disinformation-resources-elections>

79 Real411, dostęp 15.09.2024, <https://www.real411.org/complaints?page=1>

Główne media, takie jak Daily Maverick czy News24, regularnie zamieszczają publikacje na temat dezinformacji i kampanii wpływu, czasami jednocześnie z analitykami z think tanków. Daily Maverick opublikował dogłębne badania dotyczące kampanii dezinformacyjnych i artykuły o tym, jak sprawdzać wątpliwe twierdzenia, pomagając opinii publicznej przygotować się na ich napływ^{80,81,82}.

Na rok przed wyborami IEC aktywnie poszukiwała partnerów w zwalczaniu dezinformacji wśród platform mediów społecznościowych⁸³. Meta uruchomiła Centrum Operacji Wyborczych przeznaczone dla Republiki Południowej Afryki⁸⁴ i może to być powód, dla którego Facebook odnotował stosunkowo niskie rozprzestrzenianie się dezinformacyjnych treści. Podobne działania zostały podjęte przez TikToka i Google^{85,86}.

Nie odnotowano żadnych znaczących środków przeciwdziałania dezinformacji ze strony X lub WhatsAppa. Ten drugi nie oferował ich ze względu na szyfrowanie wiadomości i strukturę usługi, a południowoafrykański X nie oferował usługi notatek społecznościowych, która pozwoliłaby użytkownikom na oddolne przeciwdziałanie fałszywym treściom.

80 Rebecca Davis, „Disinformation nation — a concerted campaign to destabilise SA post elections”, Daily Maverick, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-06-02-disinformation-nation-a-concerted-campaign-to-destabilise-sa-post-elections/>

81 William Bird i Thandi Smith, „Real411 is ready to process your complaints about election misinformation and disinformation”, Daily Maverick, dostęp 15.05.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-05-05-2024-electionstackling-misinformation-disinformation/>

82 Karen Allen, „SA’s 2024 elections must be strongly prepared for flurry of online influence and disinformation”, Daily Maverick, dostęp 15.09.2024, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2024-03-18-sas-2024-elections-must-be-strongly-prepared-for-flurry-of-online-influence-and-disinformation/>

83 „IEC partners with social media giants”, Południowoafrykańska Rządowa Agencja Informacyjna, dostęp 15.09.2024, <https://www.sanews.gov.za/south-africa/iec-partners-social-media-giants>

84 Fatimah Quadri, „Meta podejmuje działania przeciwko dezinformacji przed wyborami w RPA”, FactCheckHub, dostęp 15.09.2024, <https://factcheckhub.com/meta-takes-action-against-misinformation-ahead-of-south-africa-elections/>

85 „TikTok Reinforces Commitment to Platform Integrity with Key Initiatives Ahead of South Africa Elections”, TikTok Newsroom, dostęp 15.09.2024, <https://newsroom.tiktok.com/en-africa/zaelections>

86 Abongile Mashele, „How Google is Supporting Election Integrity in South Africa”, Google Africa Blog, dostęp 15.09.2024, <https://blog.google/intl/en-africa/company-news/how-google-is-supporting-election-integrity-in-south-africa/>

Podsumowanie

Dezinformacja podczas wyborów była wszechobecna i – przynajmniej do pewnego stopnia – dotarła do większości wyborców, prowokując bezpośrednie działania mediów, państwa i sektora pozarządowego.

Większość działań dezinformacyjnych koncentrowała się wyraźnie na MK i generowaniu potencjalnych korzyści tej partii. Było to typowe podejście dezinformacyjne, które nie jest unikalne dla RPA, ale nie dostosowano go wystarczająco do mieszkańców RPA. Niemniej jednak dezinformacja wywołała szum informacyjny tuż przed wyborami, w ich trakcie i po nich. Niektóre narracje dezinformacyjne wciąż istnieją w południowoafrykańskiej sferze publicznej.

Główne cele tych manipulacji nie zostały osiągnięte. MK nie jest w rządzie, ANC utworzyła koalicję z liberalną i prozachodnią DA, a kraj zachował spokój przed, w trakcie i po wyborach powszechnych 2024 r. Chaos nigdy nie przerodził się w przemoc na dużą skalę. Był to głównie rezultat skutecznych działań ze strony państwa, podmiotów niepaństwowych i mediów oraz czołowej roli IEC w tworzeniu synergii z tymi staraniami.

Wpływy Rosji w RPA są bardzo silne, a biorąc pod uwagę wynik wyborów, ich intensywność może pozostać wysoka.

Tajwan

Joanna Nawrotkiewicz

Krajobraz polityczny

Od czasu demokratyzacji wyspy w 1996 r., półprezydencki, wielopartyjny system Tajwanu jest zdominowany przez dwie siły polityczne: Kuomintang (KMT) i Demokratyczną Partię Postępową (DPP). Partie te różnią się znacznie w swoich poglądach na tożsamość i relacje z Chińską Republiką Ludową (ChRL). KMT, który rządził Chinami kontynentalnymi przed 1949 r. i przewodził Tajwanowi w erze autorytaryzmu, tradycyjnie podkreślał swój związek z chińskim dziedzictwem i wspierała ideę zjednoczenia. Transformacje pokoleniowe w partii zmieniły jednak jej stanowisko. Obecnie Kuomintang nie dąży już aktywnie do zjednoczenia, ale nadal opowiada się za pokojowym zaangażowaniem i dialogiem z ChRL w celu utrzymania stabilności w Cieśninie Tajwańskiej. To pragmatyczne podejście ma na celu zmniejszenie napięć bez bezpośredniego kwestionowania roszczeń Pekinu.

Z kolei Demokratyczna Partia Postępowa, która powstała pod koniec lat 80. w opozycji do autorytarnych rządów KMT. Dojście DPP do władzy w 2016 r. było sygnałem zwiastującym zmianę tożsamości tajwańskiej¹, promowanie jej odrębności. Partia dąży przy tym do zachowania suwerenności, również unikając jednak bezpośredniej konfrontacji z Chinami².

Niedawny wzrost poparcia dla Tajwańskiej Partii Ludowej (TPP), założonej w 2019 r., dodatkowo komplikuje ten krajobraz. TPP oferuje pragmatyczną alternatywę zarówno dla KMT, jak i DPP, mniej koncentrując się na stosunkach chińsko-tajwańskich, a bardziej na kwestiach wewnętrznych, takich jak zarządzanie i rozwój gospodarczy. Rosnąca popularność TPP, zwłaszcza wśród młodszych wyborców, odzwierciedla frustrację dotyczącą skupienia się na Pekinie w tajwańskiej polityce³.

1 „NCCU-Taiwanese / Chinese Identity”, Centrum Studiów Wyborczych, 8 lipca 2024 r., <https://esc.nccu.edu.tw/PageDoc/Detail?fid=7800&id=6961>.

2 Allison Meakem, „Taiwan's Biggest Parties Diverge on China”, Foreign Policy, 3 stycznia 2024 r., <https://foreignpolicy.com/2024/01/02/taiwan-elections-president-dpp-kmt-china/>.

3 Lillian Ellis, „Youth TPP Support Explained: A Shift From China to Domestic Economic Concerns”, Global Taiwan Institute, 6 sierpnia 2024 r., <https://globaltaiwan.org/2024/08/youth-tpp-support-explained/>.

W 2024 r. Lai Ching-te zapewnił DPP historyczną trzecią kadencję prezydencką, z Hsiao Bi-khim, byłym przedstawicielem w USA, jako wiceprezydentem. Pomimo tego zwycięstwa, DPP nie udało się uzyskać większości parlamentarnej, co doprowadziło do konieczności współpracy z TPP w celu skutecznego sprawowania rządów⁴.

Krajobraz dezinformacji w kraju

W 2024 r. V-Dem Institute po raz jedenasty z rzędu uznał Tajwan za główny globalny cel zagranicznych kampanii dezinformacyjnych⁵. Wyjątkowa pozycja geopolityczna Tajpej sprawia, że jest ono głównym celem działań w sferze informacyjnej i psychologicznej ze strony ChRL. Chiny aktywnie dążą do podważenia demokracji na wyspie i przekształcenia jej krajobrazu politycznego, aby dostosować go do interesów Pekinu. Wysiłki te trwają co najmniej od czasu demokratycznej transformacji Tajwanu w 1996 r. i zostały tak zakorzenione w społeczeństwie, że często są odrzucane jako „szum w tle”, mimo że mają poważne konsekwencje dla stabilności politycznej wyspy i procesów demokratycznych⁶. Tajpej jest również często postrzegane jako poligon doświadczalny dla chińskich taktyk dezinformacyjnych, które są później stosowane w innych krajach⁷.

Chińskie operacje wpływu znacząco ewoluowały w czasie. Początkowo Pekin skupiał się na kształtowaniu opinii publicznej poprzez szerzenie pozytywnego wizerunku swojego rządu. Obejmowało to promowanie narracji zjednoczeniowych, przedstawianie obywateli Tajwanu jako „rodaków” i podkreślanie wspólnej tożsamości narodowej Tajwanu i Chin.⁸ Jednak po tym, jak DPP wygrała wybory w 2016 r. i przyjęła bardziej asertywne stanowisko w sprawie suwerenności Tajpej, podejście Komunistycznej Partii Chin (KPCh) stało się bardziej agresywne. W 2019 r. tajwańskie Biuro Bezpieczeństwa Narodowego poinformowało, że ChRL zaczęła stosować techniki wojny kognitywnej podobne do tych stosowanych przez Rosję podczas aneksji Krymu, mające na celu dezorientację i manipulowanie opinią publiczną⁹.

4 Shelley Rigger, „Taiwan’s 2024 Elections: Everyone’s a Winner and a Loser”, Brookings, 2 lutego 2024 r., <https://www.brookings.edu/articles/taiwans-2024-elections-everyones-a-winner-and-a-loser/>.

5 Yang Mien-chieh i William Hetherington, „Taiwan Most Affected by Disinformation”, Taipei Times, 25 marca 2024 r., <https://www.taipetimes.com/News/taiwan/archives/2024/03/25/2003815440>.

6 Edward J. Barss, *Chinese Election Interference in Taiwan* (Taylor & Francis Group, 2022), 2.

7 Ibid.

8 Kendrick Chan i Mariah Thornton, „China’s Changing Disinformation and Propaganda Targeting Taiwan”, *The Diplomat*, 19 września 2022 r., <https://thediplomat.com/2022/09/chinas-changing-disinformation-and-propaganda-targeting-taiwan/>.

9 Li Yanmou, „Eluosi bingtun Kelimiya fanban guo’an ju jie Zhonggong caokong wanglu shuijun gong tai si da shoufa” [Kopiowanie rosyjskiej aneksji Krymu. Biuro Bezpieczeństwa Narodowego ujawnia cztery główne metody wykorzystywane przez KPCh do kontrolowania sił internetowych w celu atakowania Tajwanu], Yahoo Xinwen, 2 maja 2019 r., <https://ynews.page.link/63xZ>.

Obecnie KPCh opracowuje coraz bardziej wyrafinowane metody manipulacji online, aby zakłócić środowisko polityczne Tajwanu. Kampanie te stają się coraz lepiej dostosowane do lokalnego kontekstu, odchodząc od kwestii związanych bezpośrednio z cieśniną i koncentrując się na wykorzystywaniu wewnętrznych podziałów partyjnych i pokoleniowych. Strategia dezinformacji KPCh łączy elementy prawdy z fałszem, które szybko rozpowszechnia, co sprawia, że weryfikacja jest czasochłonnym i trudnym zadaniem¹⁰. Kampanie dezinformacyjne mają tendencję do nasilania się w okolicach wyborów, zwiększając się nawet o 40%¹¹.

W miarę zbliżania się wyborów prezydenckich i parlamentarnych w 2024 r. najbardziej rozpowszechnione narracje dezinformacyjne obejmowały skandale z udziałem polityków DPP, krytykę nieefektywności rządu, podważanie zaufania do Stanów Zjednoczonych, podsycanie obaw przed wojną oraz oskarżenia o oszustwa wyborcze lub medialne. Dalszą analizą tych narracji dezinformacyjnych przedstawiono w poniższych sekcjach.

Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami

Osobiste ataki na polityków

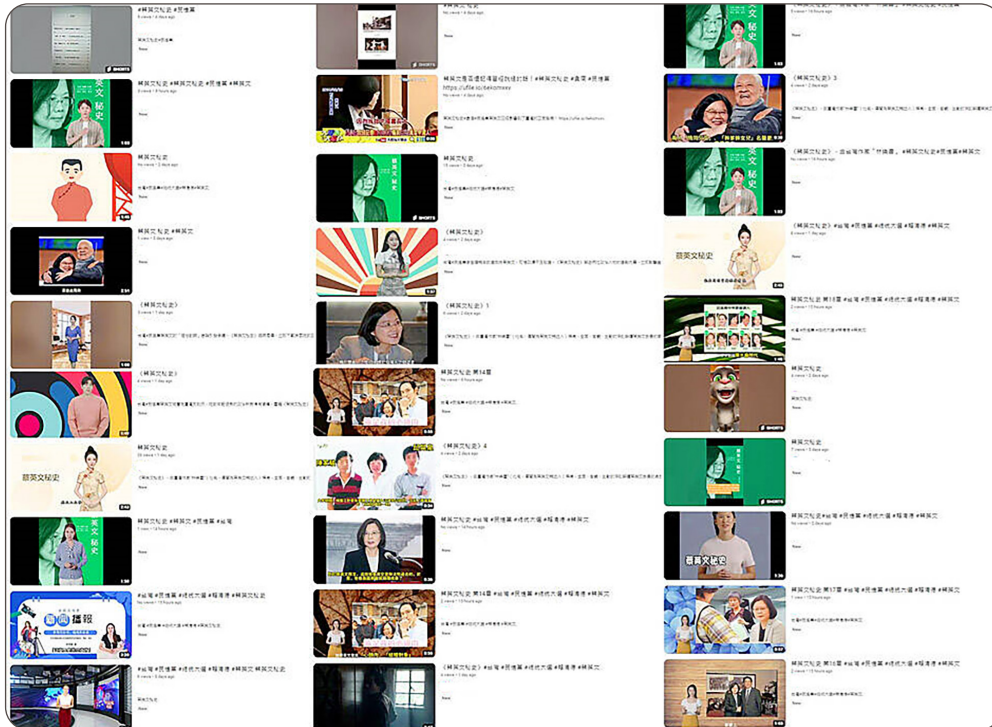
Główna strategia dezinformacji przed wyborami w 2024 r. polegała na fabrykowaniu kontrowersyjnych historii na temat kluczowych polityków DPP. Czas tych kampanii został skoordynowany tak, aby zintensyfikować je w dniach poprzedzających wybory i w ten sposób zmaksymalizować ich potencjalny wpływ.

Jednym z powtarzających się tematów była narracja o rzekomej „kulturze seksualnej” w DPP. Znaczącym przykładem było rozpowszechnienie 300-stronicowego e-booka zatytułowanego Secret History of Tsai Ing-wen, który fałszywie twierdził, że ówczesna prezydent Tsai angażowała się w relacje seksualne, aby rozwinąć swoją karierę polityczną. Wspomniany e-book posłużył później jako skrypt do generowanych

¹⁰ Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report”, 31 stycznia 2024 r., <https://ailabs.tw/wp-content/uploads/2024/01/2024-Taiwan-Presidential-Election-Information-Manipulation-AI-Observation-Report-2.pdf>.

¹¹ Angela Köckritz, „In a Savvy Disinformation Offensive, China Takes Aim at Taiwan Election”, MERICS, 14 grudnia 2023 r., <https://merics.org/en/report/savvy-disinformation-offensive-china-takes-aim-taiwan-election>.

przez sztuczną inteligencję filmów przypominających wiadomości. Używając pornograficznych deepfake'ów, sztuczną inteligencję wykorzystano również przeciwko politykom DPP Luo Chi-cheng i Hung Sun-han¹².



Zrzuty ekranu wygenerowanych przez sztuczną inteligencję filmów rozpowszechniających narrację „Secret History of Tsai Ing-wen”. Materiały te były masowo przesyłane na YouTube¹³.

Wraz ze zbliżającym się tygodniem wyborczym pojawiły się jeszcze inne, starsze plotki, takie jak fałszywe twierdzenie, że Lai Ching-te, ówczesny wiceprezydent i kandydat na prezydenta, miał nieślubne dziecko. Ta narracja, która pierwotnie pojawiła się w 2015 r., była zgodna z wzorcem podobnych oskarżeń – jak na przykład w 2020 r., kiedy te same fałszywe zarzuty dotyczyły Tsai Ing-wen, byłego prezydenta Lee Teng-hui i Han Kuo-yu, obecnego przewodniczącego Yuanu Ustawodawczego¹⁴.

12 He Zhixin, „Luo Zhizheng shuai jian xing'ai yingpian 7 nian qian ceng yu zhuli shang mo tie” [Luo Zhizheng wziął udział w filmie pornograficznym, w którym uprawiał seks ze swoją asystentką 7 lat temu], Yahoo Xinwen, 3 stycznia 2024 r., <https://ynews.page.link/fQ9ivzhang> Lina, „You you yisi huaqian xingjiaoyi zaojia yingpian wailiu! Hong Shenhan ji fa shengming: Pian zhong nanzi bi wo shou tai duo” [Wyciekło kolejne najprawdopodobniej fałszywe wideo z płaceniem za seks! Hong Shenhan wydał pilne oświadczenie: Mężczyzna na filmie jest znacznie szczuplejszy ode mnie], Yahoo Xinwen, 8 stycznia 2024 r., <https://ynews.page.link/cwAzz>.

13 Tsai Yung-yao i Jonathan Chin, „China Is Posting Fake Videos of President: Źródła”, Taipei Times, 10 stycznia 2024 r., <https://www.taipetimes.com/News/front/archives/2024/01/11/2003811930>.

14 IORG, “Zhen de jia de! 2024 Xuan qian LINE yaoyan paihang bang” [Prawdziwe czy fałszywe! 2024 przedwyborcze rankingi plotek LINE], 12 stycznia 2024 r., https://iorg.tw/_en/da/66.

Pojawiły się również innego rodzaju plotki mające na celu zdyskredytowanie kandydatów. Lai został niesłusznie oskarżony o oszustwo, a także stworzono fałszywe filmy przedstawiające zarówno Lai, jak i Tsai promujących kryptowalutę¹⁵. Powrócił również stary zarzut mówiący, że Hsiao Bi-khim nadal ma obywatelstwo amerykańskie, co podważa jej kwalifikacje do objęcia urzędu¹⁶.

Głównym celem tych kampanii dezinformacyjnych było podważenie zaufania publicznego do polityków DPP i osłabienie ich szans w wyborach. Dezinformacja ta zyskała znaczną popularność dzięki zaangażowaniu sieci, takich jak chińska operacja fałszywych kont znana jako „Spamouflage” lub „Dragonbridge”. Dwa najpopularniejsze przypadki to narracje o nieślubnych dzieciach Lai i „Sekretna historia...”. Ostatnia z wymienionych pojawiła się w ponad 2000 postów na portalu X i co najmniej 490 filmach na YouTube, a e-book został pobrany ponad 27 000 razy¹⁷. Z kolei plotka o nieślubnym dziecku Lai została wspomniana prawie 20 000 razy na różnych platformach mediów społecznościowych, a kumulacja liczby wzmianek (13 000) miała miejsce w dzień tuż przed wyborami, co zbiegło się w czasie z publikacją artykułu w „China Times”, tajwańskiej gazecie znanej z powiązań z Biurem Spraw Tajwańskich KPCh¹⁸.

Nieefektywność rządu

Kampanie dezinformacyjne na Tajwanie były również ukierunkowane na postrzeganą nieefektywność rządu. Te fałszywe narracje łączą kwestie krajowe i międzynarodowe, strategicznie osłabiając DPP i przedstawiając rząd jako skorumpowany i niekompetentny. W 2023 r. jedna z takich narracji doprowadziła do dymisji ministra rolnictwa Chen Chi-chunga.

Wśród najbardziej wrażliwych kwestii, będących przedmiotem manipulacji, jest bezpieczeństwo żywności. Długotrwałe obawy związane z importem amerykańskiej wieprzowiny zawierającej raktopaminę – kontrowersyjny dodatek paszowy – zostały ponownie przywołane

15 Ibidem; Zhong Guangzheng, „Zhongshi baodao Lai Qingde mai jiami huobi? Diaocha bumen: Zhongguo jia xunxi ganrao daxuan” [„China Television” donosi, że Lai Ching-te sprzedaje kryptowalutę? Dział dochodzeniowy: Chińska dezinformacja ingerowała w wybory], Radio Wolna Azja, 27 listopada 2023 r., <https://www.rfa.org/cantonese/news/htm/tw-information-11272023045816.html>.

16 Zhai Sijia, „Lan zhui Xiao Meiqin guoji zhengyi. Luwei: Cong wei fangqi Zhonghua Minguo jii” [Li Dawei oskarża Hsiao Bi-khim o kontrowersje związane z narodowością; ustawodawczyni Partii Zielonych: nigdy nie zrezygnowała z obywatelstwa Republiki Chińskiej], CNA, 5 grudnia 2023 r., <https://www.cna.com.tw/news/aipl/202312050097.aspx>.

17 Doublethink Lab, „Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections”, Medium, 14 sierpnia 2024 r., <https://medium.com/doublethinklab/artificial-multiverse-foreign-information-manipulation-and-interference-in-taiwans-2024-national-f3e22ac95fe7>; Albert Zhang, „As Taiwan Voted, Beijing Spammed AI Avatars, Faked Paternity Tests and 'Leaked' Documents”, The Strategist, 18 stycznia 2024 r., <https://www.aspistrategist.org.au/as-taiwan-voted-beijing-spammed-ai-avatars-faked-paternity-tests-and-leaked-fake-documents/>.

18 Zhang, „As Taiwan Voted, Beijing Spammed AI Avatars, Faked Paternity Tests and 'Leaked' Documents.”

przez dezinformację w okresie przedwyborczym w 2024 r. Choć w referendum z 2021 r. odrzucono ponowne wprowadzenie zakazu na ten produkt, fałszywe narracje dotyczące niebezpiecznego dla zdrowia mięsa i błędnego oznaczania importu z USA jako tajwańskiego powróciły, przedstawiając rząd jako zaniedbujący ochronę zdrowia publicznego¹⁹. Twierdzenia te były wzmacniane przez działania trolli wykorzystujących fałszywe konta do podsycania antyrządowych nastrojów i atakowania polityków DPP. Trolle działały na Facebooku, w grupach takich jak „Popieram odwołanie posta, który wspiera import wieprzowiny z raktopamingą”, która miała 3400 członków²⁰.

Polityka imigracyjna również stała się celem dezinformacji. Plotka fałszywie głosiła, że rząd przyjął 100 000 indyjskich migrantów do pracy, z czym miała się wiązać rosnąca przestępczość. W ten sposób

w narracji wykorzystywano ksenofobiczne obawy przed napaściami seksualnymi i kradzieżami²¹. Treści te były rozpowszechniane na portalu X i wspierane przez co najmniej 39 kont trolli, wzbudzając niepokój opinii publicznej i wykorzystując rasistowskie stereotypy²². Kampania dezinformacyjna opowiadała się również za współpracą z Chinami kontynentalnymi jako „rozwiązaniem”, przedstawiając ją jako sposób na uniknięcie tych sfabrykowanych zagrożeń.



Podjęte konta publikujące komentarze pod postem Radia Wolna Azja na platformie X sugerują, że współpraca z Chinami kontynentalnymi jest lepszym rozwiązaniem niż sprowadzanie indyjskich pracowników²³.

19 Li Wei-Ping, „Where Has the Pork Gone? The Disinformation Narratives Targeting Food Safety During the 2024 Taiwanese Presidential Election”, Taiwan Factcheck Center, 11 grudnia 2023 r., <https://ffc-taiwan.org.tw/articles/9972>.

20 Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report.”

21 IORG, „10 Wan Yindu yi gong rang Taiwan biancheng xing qin dao ke panding wei zixun cao nong” [„100 000 indyjskich pracowników migrujących zmieniło Tajwan w wyspę napaści seksualnych” można uznać za manipulację informacją], 24 listopada 2023 r., <https://iorg.tw/en/eval/21>.

22 Ibid.

23 Radio Wolna Azja (@RFA_Chinese), „【印台深化关系 激怒中国?】台湾和印度正在进行 #劳工转移 谈判。若该协议最终达成，台湾可以雇用多达十多万名印度劳工，缓解 #台湾 劳动力不足问题。目前，中印和中台都处于紧张关系状态，该协议有可能激怒北京” [„Indie i Tajwan pogłębiają relację i złoszczą Chiny?” Tajwan i Indie są zaangażowane w negocjacje dotyczące #przeniesienia siły roboczej. Jeśli porozumienie zostanie ostatecznie osiągnięte, Tajwan będzie mógł zatrudnić do 100 000 indyjskich pracowników, aby złagodzić problem niedoboru siły roboczej na #Tajwan. Ponieważ stosunki między Chinami, Indiami i Tajwanem są obecnie napięte, umowa może rozgniewać Pekin.], X, 12 listopada 2023 r., https://x.com/RFA_Chinese/status/1723487554731725274.

Międzynarodowe narracje dezinformacyjne jeszcze bardziej skomplikowały sytuację. W ramach jednej z nich twierdzono, że Tsai Ing-wen ogłosiła pakiet pomocy w wysokości 200 milionów dolarów dla Izraela, podczas gdy w innej wiadomości informowano o tym, że Tajpej potajemnie dostarcza rakiety do tego kraju²⁴. Te sfałszowane raporty były bardziej przekonujące dzięki wykorzystaniu zrzutów ekranu nadsładujących legalne serwisy informacyjne, takie jak Washington Post i Radio France Internationale²⁵. Prochińskie media pomogły wzmocnić te sfabrykowane historie, łączące rząd Tajwanu z kontrowersyjnymi decyzjami, wykorzystując w szczególności platformy takie jak: Douyin, TikTok i YouTube.

Podejrzenia wobec USA i prawdopodobieństwo wojny w Cieśninie Tajwańskiej

W miarę jak wysiłki na rzecz poprawy wizerunku Chin oraz ich stosunków z Tajwanem słabły, twórcy dezinformacji skupili się na przedstawianiu wyspy jako pionka w geopolityce USA-ChRL. Podobne komunikaty nasiliły się przed wyborami na Tajwanie w 2024 r.

W latach 2021–2023 IORG (Information Operations Research Group) zidentyfikował 84 narracje sceptyczne wobec USA, które krążyły w mediach społecznościowych²⁶. Do 2024 r. twierdzenia z tej grupy nasiliły się, podkreślając obawy przed poborem do wojska, niedobory wojskowe Tajwanu i niepewność co do zaangażowania USA w konflikt z Chinami²⁷. Dezinformacja była powiązana z szerszymi ambicjami, takimi jak przedstawianie USA jako niewiarygodnego sojusznika, powiązanie z kwestiami takimi jak wojna na Ukrainie lub niewłaściwa polityka gospodarcza²⁸. Amerykański sceptycyzm stał się wiodącym tematem na LINE, z 10 826 postami sprawdzonymi pod kątem faktów²⁹. Ponadto Taiwan AI Labs odkryło, że 25% treści dezinformacyjnych promowało bezpośrednio chińskie zagrożenie militarne, podczas gdy 14,3% oskarżało Stany Zjednoczone o manipulowanie Tajwanem w celu konfrontacji z Pekinem³⁰.

24 Taiwan FactCheck Center, „Cuowu - wang chuan zongtong fu guanwang jietu Taiwan tigong yise lie 2 yi meiyuan junshi yuanzhu?” [Błąd – zrzut ekranu z oficjalnej strony internetowej Pałacu Prezydenckiego został rozpowszechniony w Internecie, sugerując, że Tajwan zapewnia Izraelowi pomoc wojskową w wysokości 200 mln USD?], 26 października 2023 r., <https://ffc-taiwan.org.tw/articles/9824>.

25 Ibid.

26 Yu Chihhao, *US Skepticism Narratives and Where They Come From*, IORG, 8 sierpnia 2023 r., <https://iorg.tw/en/a/us-skepticism-238>.

27 Hallie Stern, „Deep Fakes and Disinformation in Taiwan”, Blackbird.AI, 17 września 2024 r., <https://blackbird.ai/blog/deep-fakes-and-disinformation-in-taiwan/>.

28 Ho-Chun Herbert Chang, Austin Horng-En Wang i Yu Sunny Fang, „US-skepticism and transnational conspiracy in the 2024 Taiwanese presidential election”, Harvard Kennedy School Misinformation Review, 20 maja 2024 r., <https://doi.org/10.37016/mr-2020-144>.

29 Ibid.

30 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election” (Fundacja Thomsona, 13 stycznia 2024 r.), https://www.thomsonfoundation.org/media/268943/ai_disinformation_attacks_taiwan.pdf.

Tajwański urzędnik ostrzegł, że te wysiłki dezinformacyjne mogą służyć jako „fałszywa flaga” uzasadniająca przyszłe chińskie działania wojskowe, wskazując na incydent fałszywego twierdzenia, że Tajwan opracował broń biologiczną w 2023 r., co zbiegło się w czasie ze wzmożonymi ćwiczeniami armii ChRL³¹. Podobne sytuacje miały miejsce także przy okazji innych poważnych działań politycznych, które postrzegano jako antychińskie – one również spotkały się z odpowiedzią w postaci ćwiczeń wojskowych na dużą skalę, na przykład po zwycięstwach wyborczych DPP³².

Po wybuchu wojny izraelsko-palestyńskiej w październiku 2023 r. aktorzy dezinformacyjni wykorzystali okazję do manipulowania tajwańską publicznością, przedstawiając okropności wojny, wykorzystując wybiórcze narracje dotyczące scen z pola bitwy i ofiar cywilnych. Historie te stworzono, aby wywołać strach i wzmocnić pragnienie uniknięcia konfliktu, pozycjonując zjednoczenie z Chinami jako drogę do pokoju. Narracja jasno określiła wybór: „wojna” (związana z utrzymaniem niepodległości Tajwanu) kontra „pokój” (związany z pozytywnymi relacjami lub zjednoczeniem z kontynentem). Podobnie KMT przyjął slogany kampanii, takie jak „głosuj na DPP, a młodzi ludzie pójdą na front”, powtarzając propagandę CPP, która utożsamiała niepodległość Tajpej z konfliktem zbrojnym, tym samym wspierając cele kampanii dezinformacyjnej³³. Hasła te zyskały znaczną popularność, a przekaz o młodych ludziach idących na wojnę był 16 razy bardziej popularny niż narracje promujące pokój³⁴.

31 Eric Cheung, „Taiwan Faces a Flood of Disinformation From China Ahead of Crucial Election. Here's How It's Fighting Back”, CNN, 16 grudnia 2023 r., <https://edition.cnn.com/2023/12/15/asia/taiwan-election-disinformation-china-technology-intl-hnk/index.html>.

32 [bbc.com/news/articles/cqvv29gpan1o](https://www.bbc.com/news/articles/cqvv29gpan1o).

33 Li Wei-Ping, „Inciting Anxiety About the Looming War - the Disinformation Narratives About the Possible Taiwan Strait Crisis During the 2024 Taiwanese Presidential Election,” Taiwan FactCheck Center, 27 listopada 2023 r., <https://ffc-taiwan.org.tw/articles/9931>.

34 Ibid.

Zarówno YouTube, jak i TikTok odegrały kluczową rolę w rozpowszechnianiu tych twierdzeń. W serwisie YouTube pojawiło się co najmniej 429 filmów na temat fałszowania wyników głosowania, które łącznie uzyskały ponad 1,56 miliona wyświetleń. Natomiast co najmniej 489 filmów na ten temat w serwisie TikTok uzyskało ponad 1,66 miliona wyświetleń⁴¹. Materiały wideo pokazywały na przykład wybiórczo zmontowane kadry, przedstawiające pracowników wyborczych, aby zasugerować „błędy” w systemie. Jednak podczas gdy filmy na YouTube zawierały mieszankę opinii, na TikToku dominowały tylko oskarżenia o oszustwo⁴². Influencerzy TikToka, którzy zwykle koncentrowali się na treściach związanych z modą lub urodą, przed dniem głosowania publikowali filmy z niemal identycznymi scenariuszami i materiałami⁴³. Kanały utworzone na krótko przed wyborami i publikujące tylko takie treści również znacząco się do tego przyczyniły⁴⁴.



Post na Facebooku udostępniający film z YouTube o rzekomym fałszowaniu głosów, opublikowany w grupie „Reforma wyborcza”, która ma 7,3 tys. członków⁴⁵.

Narracja ta była również rozpowszechniana przez innych graczy poza tymi platformami. Na przykład użytkownik Alisasa, który ma 1,25 miliona subskrybentów na YouTube (@alisasa_official) i 583 000 obserwujących na Instagramie (@goodalicia) w dniu wyborów opublikował na ostatniej wymienionej platformie historię zawierającą niezweryfikowane treści, które fałszywie oskarżały urzędników wyborczych o niewłaściwe postępowanie⁴⁶. Innym przypadkiem była konferencja prasowa TPP, kiedy krótko po wyborach politycy partii udostępnił już obalone nagrania wideo z błędnego liczenia głosów, wykorzystując te fałszywe twierdzenia do wezwania do ściślejszego przestrzegania przepisów dotyczących głosowania⁴⁷.

41 IORG, More „Rigged Election” Rumor Videos on TikTok than YouTube 7 Days Before and After Taiwan Election Day, 23 stycznia 2024 r., iorg.tw/da/6Z.

42 Ibidem.

43 Doublethink Lab, „Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections”

44 IORG, Więcej plotek o „fałszowanych wyborach” na TikTok niż na YouTube 7 dni przed i po wyborach na Tajwanie.

45 Fei Linyun, „有綠的可以解釋一下嗎?” [Czy wyborca DPP chce to wyjaśnić?], Facebook, 17 stycznia 2024 r., <https://www.facebook.com/groups/1352250512068563/posts/1354385915188356/>.

46 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election”

47 David Klepper i Huizhong Wu, „How Taiwan Beat Back Disinformation and Preserved Integrity of Its Election”, AP News, 29 stycznia 2024 r., <https://apnews.com/article/taiwan-election-china-disinformation-vote-fraud-4968ef08fd13821e359b8e195b12919c>.

Centralna Komisja Wyborcza zareagowała na dezinformację, zgłaszając do organów ścigania za rozpowszechnianie fałszywych pogłosek o fałszowaniu głosów 25 osób⁴⁸. Wiele wprowadzających w błąd filmów na TikTok i YouTube zostało już usuniętych⁴⁹.

Skorumpowane media

Podczas wyborów w 2024 r. również tradycyjne tajwańskie media były celem ataków, w których przedstawiano je jako kontrolowane lub cenzurowane przez władze polityczne, zwłaszcza rząd. Narracja ta sugerowała, że ważne wydarzenia, takie jak protesty lub negatywne wiadomości na temat DPP, umyślnie ukrywano. Celem było podważenie zaufania do tajwańskich mediów i instytucji demokratycznych, popychające obywateli w kierunku alternatywnych i często mniej wiarygodnych źródeł informacji. Strategia ta sprzyjała podziałom i nieufności, potencjalnie wpływając na zachowanie wyborców.



Post na Facebooku udostępniający film z YouTube o ukrywaniu protestów strażaków i zniechęcający do głosowania na Lai Ching-te⁵².

Na przykład w poście na Facebooku z grudnia 2023 r. zawarto fałszywe twierdzenie, że tajwańska Narodowa Komisja Łączności (NCC) nakazała stacjom telewizyjnym blokowanie relacji z protestu przed biurem Lai Ching-te⁵⁰. W rzeczywistości NCC nie ma uprawnień do nakładania takich ograniczeń na relacje medialne, a ponadto różne media informowały o proteście⁵¹.

48 Zheng Honda, „Alili shasha shele zaoyao zuo piao ai gao? 25 An yi yisong jian diao! Zhong xuan hui qin jie weihe bu keneng you weifa zuo piao” [Czy Alisasa została pozwana za rozpowszechnianie plotek o głosowaniu? Zgłoszono 25 przypadków! Centralna Komisja Wyborcza wyjaśnia, dlaczego nie ma możliwości nielegalnego głosowania], Business Today, 18 stycznia 2024 r., <https://www.businesstoday.com.tw/article/category/183027/post/202401180019/>.

49 IORG, More „Rigged Election” Rumor Videos on TikTok than YouTube 7 Days Before and After Taiwan Election Day; Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report”.

50 Taiwan Factcheck Center, „Cuowu - wang chuan xiaofang yuan chongzhuang Lai Qingde zongbu, NCC guiding dianshi bu bo?” [Nieprawda – w Internecie krąży plotka, że strażacy uderzyli w siedzibę Lai Ching-te, ale NCC zastrzegła, że telewizja nie powinna tego transmitować?], 28 grudnia 2024 r., <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10040li-Wei-Ping>, „The events the Taiwanese media did not let you know” – The disinformation alleging „censorship” in Taiwanese media during the 2024 Taiwanese presidential election, Taiwan Factcheck Center, January 8, 2024, <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10125>.

51 Ibid.

52 Taiwan Factcheck Center, „Cuowu - wang chuan xiaofang yuan chongzhuang Lai Qingde zongbu, NCC guiding dianshi bu bo?” [Nieprawda – w Internecie krąży plotka, że strażacy uderzyli w siedzibę Lai Ching-te, ale NCC zastrzegła, że telewizja nie powinna tego transmitować?], 28 grudnia 2024 r., <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10040>

Dezinformacja często nakłaniała ludzi do „odkrywania prawdy”, jak widać w artykułach o konflikcie Izrael-Hamas z przyciągającymi wzrok tytułami, takimi jak „Prawda, której Tajwańczycy nie znają – zobacz, co zrobiły Izrael i USA”. Prochińskie treści rozpowszechniano za pośrednictwem platform takich jak YouTube, gdzie kanały pozycjonowały się jako wyłączone źródło „prawdy”, podczas gdy niektóre stacje promowały się sloganami takimi jak „Kliknij, aby poznać prawdę”⁵³.

Tajwan jest szczególnie podatny na taką dezinformację. W 2024 r. tylko 33% Tajwańczyków ufało wiadomościom przez większość czasu, co oznacza wzrost o 5% w porównaniu z rokiem poprzednim, ale nadal jest to drugi najniższy wynik w regionie Azji i Pacyfiku⁵⁴. Większość Tajwańczyków korzysta z YouTube (46%), Line (41%) i Facebooka (39%) w celu uzyskania wiadomości, które często manipulują informacjami poprzez nadmierne uproszczenie lub uogólnienie⁵⁵.

Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami

Dezinformacja związana z wyborami na Tajwanie była szeroko rozpowszechniona. Według Doublethink Lab zidentyfikowano 496 różnych kanałów, przy czym media społecznościowe odpowiadały za 78% treści dezinformacyjnych⁵⁶. Facebook, X, YouTube, TikTok i LINE – jedne z najpopularniejszych platform na wyspie – były głównymi kanałami rozpowszechniania wprowadzających w błąd narracji.

Facebook z 17 milionami użytkowników i X z 4,5 milionami użytkowników, odegrały główną rolę w rozpowszechnianiu fałszywych informacji⁵⁷. Co najmniej dwie chińskie sieci trolli działające na dużą skalę, takie jak Spamouflage, prowadziły działania na obu tych platformach, zalewając przestrzeń dezinformacją poprzez nowo utworzone fałszywe konta (uwiarygodnione przez awatary i treści generowane przez sztuczną inteligencję) lub skradzione dane uwierzytelniające kont⁵⁸.

53 Hallie Stern, „Deep Fakes and Disinformation in Taiwan.”; <https://thetruthjournal.org/>

54 Jono Thomson, „Survey Finds 33% of Taiwanese Trust the News,” July 4, 2024, <https://www.taiwannews.com.tw/news/5898359>.

55 Jono Thomson, „Survey Finds 33% of Taiwanese Trust the News”; IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [2023 Overall Research Results], 19 stycznia 2024 r., <https://iorg.tw/en/tr/2023>.

56 Doublethink Lab, „Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan’s 2024 National Elections”.

57 Simon Kemp, „Digital 2024: Taiwan,” DataReportal, February 23, 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-taiwan>.

58 Albert Zhang, „As Taiwan Voted, Beijing Spammed AI Avatars, Faked Paternity Tests and ‘Leaked’ Documents.”

Przykładowo analiza Taiwan AI Labs wykazała, że 30,62% aktywności trolli dotyczyło Tsai Ing-wen, a strona Lai Ching-te otrzymała 9,50% uwagi⁵⁹. Na platformie X grupa Spamouflage wzmocniła również narracje takie jak „Sekretna historia Tsai Ing-wen”. Pomimo raportu Meta za trzeci kwartał 2023 r., w którym wskazano konta na platformie X zaangażowane w skoordynowaną chińską dezinformację, tylko jedno z siedmiu z nich zostało zawieszono⁶⁰.

YouTube, najpopularniejsza platforma na Tajwanie z 19 milionami użytkowników, była kolejnym ważnym kanałem dezinformacji⁶¹. Tajwańscy użytkownicy spędzają średnio dwie godziny dziennie na YouTube, co czyni atrakcyjnym miejscem dla filmów generowanych przez sztuczną inteligencję, które promują fałszywe narracje⁶². Oprócz oficjalnych kanałów KPCh obecnych na platformie, niezwykle aktywne były również kanały promujące propagandę partii, często zawierające powtarzające się miniatury i tytuły, sugerujące zautomatyzowane procesy tworzenia⁶³. Oprócz nowych kont, niektóre z istniejących kanałów YouTube, takie jak te skupiające się na finansach, nauce i stylu życia, przyłączyły się do działań dezinformacyjnych. Kanały takie jak Teacher Li Yongle (@TchLiyongle), zwykle poświęcone wiedzy naukowej, udostępniały politycznie naładowane materiały na temat japońskich odpadów nuklearnych, które to dezinformacje zgromadziły 305 000 wyświetleń, zanim zostały usunięte⁶⁴. Istnieją również tajwańskie konta publikujące treści polityczne, które nieumyślnie przyczyniają się do szerzenia dezinformacji, takie jak BitKing (@bitking888) lub Jason Lee na Tajwanie (@jasonleetaiwan)⁶⁵.

TikTok, z ponad 5,5 milionami użytkowników na Tajwanie, również odegrał kluczową rolę⁶⁶. Co ciekawe, starsi użytkownicy byli tak samo aktywni jak młodszy, a zwolennicy KMT częściej korzystali z platformy niż ogół społeczeństwa⁶⁷. Ta grupa użytkowników wykazywała również

59 Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report.”

60 Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report”; Albert Zhang, „As Taiwan Voted, Beijing Spammed AI Avatars, Faked Paternity Tests and 'Leaked' Documents.”

61 Simon Kemp, „Digital 2024: Taiwan,” DataReportal, February 23, 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-taiwan>.

62 IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [Ogólne wyniki badań 2023].

63 IORG, „Fudao he feishuipai fang qianhou huayu zixun huanjing guancha” [Chińskie informacje na temat obserwacji środowiska przed i po zrzucie odpadów z elektrowni jądrowej w Fukushima], 25 października 2023 r., <https://iorg.tw/da/51>.

64 Ibid.

65 IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [Ogólne wyniki badań 2023].

66 Simon Kemp, „Digital 2024: Taiwan,” DataReportal, February 23, 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-taiwan>.

67 IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [Ogólne wyniki badań 2023]

większą przychylność wobec Chin i większą podatność na zmanipulowane narracje, podkreślając, w jaki sposób TikTok i jego chiński odpowiednik Douyin kształtowały tożsamość polityczną i wpływały na wyborców⁶⁸.

LINE, wiodąca aplikacja do przesyłania wiadomości w Tajpej z ponad 12 milionami użytkowników, również odegrała kluczową rolę w krajobrazie dezinformacji⁶⁹. Jednak zamknięty system wiadomości LINE utrudniał weryfikatorom faktów śledzenie i przeciwdziałanie rozprzestrzenianiu się fałszywych informacji w czasie rzeczywistym, umożliwiając plotkom rozprzestrzenianie się na prywatnych czatach.

Poza mediami społecznościowymi, strony internetowe i fora przyczyniły się do szerzenia dezinformacji. Platformy takie jak Zenodo i ufile.io wykorzystywano do dystrybucji dokumentów zawierających fałszywe informacje, które były następnie udostępniane w mediach społecznościowych. Witryny informacyjne o niskim profilu publikowały również fałszywe artykuły, które naśladowały legalne źródła. Te ekosystemy dezinformacji zacierają granice między faktami a fikcją dla wyborców.

Odnotowane techniki i metody dezinformacji

Dezinformacja w tajwańskim krajobrazie wyborczym staje się coraz bardziej wyrafinowana, gdyż łączy tradycyjne i zaawansowane taktyki, aby wpływać na opinię publiczną. Analiza 24 incydentów przeprowadzona przez Doublethink Lab w okresie przedwyborczym w 2024 r. ujawniła 127 różnych metod stosowanych do manipulowania percepcją publiczną⁷⁰. Kluczowe strategie obejmują wykorzystywanie istniejących narracji lub teorii spiskowych (T0003, T0022⁷¹), które są dostosowane do wzmocnienia istniejących uprzedzeń i obaw wśród różnych segmentów społeczeństwa. Taktyki te często bagatelizują mocne strony instytucjonalne Tajwanu i wykorzystują istniejące strachy społeczne, takie jak obawy o żywność, mieszkanie lub bezpieczeństwo (T0083). Przez wykorzystywanie obaw obecnych w społeczeństwie kampanie te zwiększają swój wpływ⁷².

68 Ibid.

69 „LINE Pay: Why It's Popular in Taiwan, How It Became the Most Popular Payment Service in the Taiwanese Market, and the Company's Challenges in Going Public”, LY Corporation, 4 lipca 2024 r., <https://www.lycorp.co.jp/en/story/20240704/linepaytw.html>.

70 Doublethink Lab, “Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections”.

71 Podane w nawiasach numery odnoszą się do taksonomii DISARM, którą wykorzystano do opisu zachowania aktorów dezinformacyjnych, zob. <https://disarmframework.herokuapp.com/>.

72 Jude Blanchette et al., „Protecting Democracy in an Age of Disinformation. Lessons From Taiwan”, styczeń 2021 r., https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/210127_Blanchette_Age_Disinformation.pdf.

Kampanie dezinformacyjne działają zarówno opierając się na strategiach długoterminowych, jak i reaktywnych taktykach związanych z bieżącymi wydarzeniami. Niektóre narracje są zaszczipiane w społeczeństwie na długo przed wyborami, aby manipulować opinią publiczną wraz z biegiem czasu, podczas gdy inne szybko ewoluują w odpowiedzi na to, co aktualnie się dzieje. Przykładowo, kwestią składowania odpadów nuklearnych w Japonii manipulowano w czasie rzeczywistym, aby podsyć obawy i niepokój opinii publicznej (T0068). Z drugiej strony, powracające tematy, takie jak bezpieczeństwo narodowe i suwerenność, są konsekwentnie wprowadzane i przywoływane, aby zyskać pewność, że uwaga publiczna pozostanie na nich skupiona. Poprzez ciągłe dostosowywanie się do cyklu wiadomości, agenci dezinformacyjni mogą utrzymywać kontrolowany przepływ wprowadzających w błąd treści i utrzymywać zainteresowanie opinii publicznej zmanipulowanymi komunikatami⁷³.

Platformy mediów społecznościowych, jak opisano powyżej, odgrywają kluczową rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji, a złośliwe podmioty tworzą lub przejmują konta i strony fanów (T0104.001, T0007, T0011). Konta te często osadzają się w istniejących lub nowych „miejscach”: 1) politycznie dostosowanych komorach echa (ang. *echo chambers*, T0092.003); 2) lokalnych grupach społeczności (T0101), skupionych na bieżących sprawach; 3) grupach specjalnych zainteresowań, które omawiają niszowe tematy; oraz 4) audiowizualnych grupach rozrywkowych⁷⁴. Na nich dezinformacja jest wzmacniana przez skoordynowane polubienia, udostępnienia i hashtagi (T0015)⁷⁵. Trolle zalewają przestrzeń informacyjną (T0049), komentując treści medialne w celu manipulowania algorytmami platform (T0121) i kierowania narracją poprzez powtarzanie kluczowych punktów. Aktywność grup trolli jest nawet 25 razy wyższa niż zwykłych użytkowników⁷⁶. W okresie od stycznia 2023 r. do 2024 r. konta trolli powiązane z ChRL były odpowiedzialne za ponad 731 000 postów, pojawiających się głównie w typowych godzinach pracy w Pekinie⁷⁷.

Powszechna technika polega na publikowaniu dezinformacji na jednej platformie, a następnie rozpowszechnianiu jej na innych, aby zmaksymalizować zasięg. Na przykład fałszywe oskarżenia przeciwko politykowi DPP Chao Tien-lin zostały najpierw opublikowane przez fał-

73 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan’s Responses During the 2024 Presidential Election”

74 Doublethink Lab, „Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan’s 2024 National Elections”.

75 Ibid.

76 Taiwan AI Labs, „2024 Taiwan Presidential Election Information Manipulation AI Observation Report”

77 Ibid.

szywe strony fanowskie, a następnie wzmocnione za pomocą memów i aplikacji awatara Memoji firmy Apple oraz narzędzi do modyfikowania głosu (T0086.001, T0087). Ta sama metoda została wykorzystana w sfabrykowanym filmie wymierzonym w Cheng Wen-tsan, który został później rozpowszechniony przez państwowe media ChRL, chińskich influencerów działających w aplikacji Weibo i anonimowe konta na wielu platformach, takich jak: Facebook, YouTube i forum PTT (T0092, T0105.002, T0106). Ta taktyka zapewnia płynne rozprzestrzenianie się dezinformacji w różnych ekosystemach medialnych, co utrudnia jej powstrzymanie.

Jednym z najbardziej niebezpiecznych trendów jest wykorzystywanie treści generowanych przez sztuczną inteligencję, w szczególności deepfake'ów (T0086.002), które przekonująco naśladują prawdziwe postacie polityczne, takie jak: Lai Ching-te, Tsai Ing-wen, przedstawiciel Izby Reprezentantów USA Rob Wittman, a nawet Xi Jinping⁷⁸. Narzędzia sztucznej inteligencji, takie jak CapCut firmy ByteDance, są również wykorzystywane do tworzenia wirtualnych prezenterów, którzy czytają z syntetyzowanych skryptów, ułatwiając rozpowszechnianie dezinformacji (T0085.001, T0087). Przykładowo podejrzewa się, że 3,5% z 200 najpopularniejszych filmów retweetowanych na Facebooku zostało wygenerowanych przy użyciu syntezy mowy (T0085.001), co podkreśla rosnącą rolę sztucznej inteligencji w kształtowaniu opinii publicznej⁷⁹.

Pomimo rozwoju wyrafinowanych treści opartych na sztucznej inteligencji wykorzystywanie mniej wysublimowanych metod – cheapfake'ów (T0087.003) – pozostaje powszechne⁸⁰. Te niewymagające dużego wysiłku techniki, takie jak: przerabianie zdjęć w Photoshopie, fabrykowanie dokumentów i tworzenie wprowadzających w błąd filmów, nadal zniekształcają opinię publiczną⁸¹. Na przykład wideo rozpowszechniające fałszywe twierdzenia o oszustwach wyborczych miało znaczący wpływ, mimo że zostało stworzone przy użyciu prostych technik montażu. Cheapfake'i są szczególnie skuteczne we wzmacnianiu istniejących wątpliwości i obaw, nadawanie dezinformacji atmosfery legalności.

78 Li Wei-Ping, „Seeing Is Not Believing—deepfakes and Cheap Fakes Spread During the 2024 Presidential Election in Taiwan,” Taiwan FactCheck Center, December 25, 2023, <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10025>; Li Wei-Ping, „Seeing is not believing (part II) - AI videos spread during the 2024 presidential election in Taiwan,” Taiwan FactCheck Center, February 19, 2024, <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10309>

79 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election”

80 Li Wei-Ping, „Seeing Is Not Believing—deepfakes and Cheap Fakes Spread During the 2024 Presidential Election in Taiwan.”

81 „Disinformation: Building Digital Resilience”, United States Institute of Peace, 12 stycznia 2024 r., <https://www.usip.org/publications/2024/01/disinformation-building-digital-resilience>.

Prawdziwe postacie polityczne również stają się agentami dezinformacji, czasami nieświadomie. Najbardziej znany przypadek dotyczył narracji o nieślubnym dziecku Lai Ching-te, które były rozpowszechniane przez osoby z KMT (T0010)⁸². Podobnie polityk KMT podzielił się na Facebooku fałszywym twierdzeniem, że Biały Dom planuje „zniszczyć Tajwan” (T0010), podsycając narracje dezinformacyjne (T0010)⁸³.

Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych

Podmioty przeprowadzające kampanie dezinformacyjne wymierzone w Tajwan wykorzystują zaawansowane metody, aby ukryć swoje pochodzenie, co utrudnia ich śledzenie lub przeciwdziałanie. Treść kampanii jest jednak całkowicie zgodna ze strategicznymi celami Chin i zdecydowanie sugeruje możliwe zaangażowanie tego państwa. Na przykład analiza Taiwan AI Labs wykazała 42,6% zgodność narracji promowanych przez złośliwych aktorów i oficjalne chińskie media między wrześniem a grudniem 2023 r.⁸⁴.

Badacze często łączą wspomniane kampanie z chińskimi władzami poprzez analizę adresów IP kont rozpowszechniających dezinformację⁸⁵. Doublethink Lab połączyło 23% zarejestrowanych danych z ChRL, w tym z urzędnikami KPCh, organizacjami ChRL oraz zarówno centralnymi, jak i lokalnymi mediami, w tym punktami w Hongkongu⁸⁶. Sieć kont trolli Spamouflage, która potwierdziła powiązania z chińskimi organami ścigania, chińskim MSZ i Zjednoczonym Frontem, była również zaangażowana w rozpowszechnianie dezinformacji⁸⁷. Oprócz podmiotów państwowych także grupy nacjonalistyczne, takie jak „littel pinks” i trolle Diba, także wzmacniały narrację KPCh⁸⁸.

Język używany w dezinformacji to kolejny element, który dostarcza wskazówek na temat jej pochodzenia. Fałszywe bądź wprowadzające w błąd treści wymierzone w Tajwan często łączy tradycyjne i uproszczone znaki chińskie, co jest rzadkością wśród rodzimych użytkowników języka tajwańskiego, którzy posługują się głównie tradycyjnymi

82 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election”

83 Ibid.

84 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election”

85 Eric Cheung, „Taiwan Faces a Flood of Disinformation From China Ahead of Crucial Election. Here's How It's Fighting Back”, CNN, 16 grudnia 2023 r., <https://edition.cnn.com/2023/12/15/asia/taiwan-election-disinformation-china-technology-intl-hnk/index.html>.

86 Doublethink Lab, „Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections”.

87 Albert Zhang, „As Taiwan Voted, Beijing Spammed AI Avatars, Faked Paternity Tests and 'Leaked' Documents.”

88 Jude Blanchette et al., „Protecting Democracy in an Age of Disinformation. Lessons From Taiwan.”

znakami⁸⁹. Dobór słów ujawnia również różnice regionalne. Na przykład Chińczycy używają słowa „bao'an” (保安) dla „bezpieczeństwa”, podczas gdy Tajwańczycy wolą „baoquan” (保全)⁹⁰.

Wyraźnym trendem w kampaniach dezinformacyjnych w 2024 r., zgodnym również z poglądami ChRL, jest retoryka przeciwko Demokratycznej Partii Postępowej. W ciągu pięciu tygodni poprzedzających wybory Lai Ching-te był najczęściej wymienianą postacią na platformach medialnych kontrolowanych przez KPCh i popularnych mediach społecznościowych, takich jak: Facebook, YouTube, Weibo i Douyin⁹¹. Artykuły w mediach KPCh odnosiły się do DPP częściej niż do KMT i TPP. Treści dostępne na TikToku faworyzowały KMT i TPP⁹², atakując jednocześnie DPP i Lai⁹³. Przy czym odnotowano również ataki na KMT i TPP, co sugeruje, że szerszym celem ChRL było osłabienie tajwańskiej demokracji i zmniejszenie ogólnego zaufania do polityków⁹⁴.

Porównanie z innymi wyborami, które odbyły się w tym samym roku

Przed wyborami krajowymi w 2024 r., ostatnimi ważnymi wyborami na Tajwanie były wybory lokalne w 2022 r. na urzędy regionalne. Porównanie taktyk dezinformacyjnych między tymi wyborami a wyborami krajowymi w 2024 r. ujawnia zarówno podobieństwa, jak i ewolucję wybranych z metod. Pomimo różnic obszarowych, lokalne i krajowe wybory łączyły wspólne tematy dezinformacji: twierdzenia o manipulowaniu głosami, plotki związane z obronnością, sceptycyzm wobec USA, ataki na poszczególnych polityków i ogólna nieufność wobec mediów⁹⁵. Elementem wspólnym tych wyborów było też zaangażowanie kontrolowanej przez państwo propagandy, nacjonalistycznych grup internetowych i farm dezinformacji. Wykorzystywano również podobne techniki takie, jak: wzmacnianie teorii spiskowych, tworzenie fałszywych kont na mainstreamowych platformach i wykorzystywanie komór echa w celu rozpowszechniania kłamstw. Wspomniane metody stały się jednak bardziej wyrafinowane, co odzwierciedla rosnącą złożoność kampanii dezinformacyjnych.

89 Nick Monaco, Melanie Smith, i Amy Studdart, „Detecting Digital Fingerprints: Tracing Chinese Disinformation in Taiwan,” sierpień 2020 r., https://legacy.iff.org/fileadmin/user_upload/downloads/ourwork/Detecting_Digital_Fingerprints_-_Tracing_Chinese_Disinformation_in_Taiwan.pdf.

90 Ibid.

91 IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [Ogólne wyniki badań 2023].

92 Ibid.

93 Chen-Ling Hung et al., „AI Disinformation Attacks and Taiwan's Responses During the 2024 Presidential Election”

94 Ibid.

95 Taiwan Factcheck Center, „Elections-Triggered Disinformation on the Rise as Elections Near,” 4 października 2022 r., <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/8244>; „Li Wei-Ping, [TFC Disinfo Detector] a Brief Review of Disinformation Spread During Elections in Taiwan, 2020-2022 (Part I),” Taiwan Factcheck Center, November 13, 2023, <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/9763>.

Istotną zmianą w 2024 r. jest wzrost liczby treści generowanych przez sztuczną inteligencję. Obejmuje to wirtualnych prezenterów wiadomości, głosy generowane przez sztuczną inteligencję w kompilacjach wideo i deepfake'i. Szybki rozwój technologii sztucznej inteligencji w połączeniu z jej niskimi kosztami i wydajnością ułatwił produkcję i dystrybucję dezinformacji opartej na materiałach wideo. W rezultacie ta forma fałszywych lub wprowadzających w błąd treści stała się znacznie bardziej popularna w wyborach w 2024 r. niż w poprzednich latach.

Tajwańskie Centrum Badań Środowiska Informacyjnego zaobserwowało również tendencję do decentralizacji chińskiej propagandy w wyborach w 2024 roku. W 2022 r. państwowe media KPCh przede wszystkim inicjowały lub wspierały kampanie manipulacji informacjami⁹⁶. Jednak w 2024 r. KPCh, zamiast rozpoczynania nowych kampanii, zdecydowała się na wzmocnienie narracji tajwańskich liderów opinii, które były zgodne z jej propagandą. Metoda ta, polegająca na wykorzystywaniu lokalnych głosów do „krytykowania Tajwanu za pomocą Tajwanu”, pozwala Chinom wzmocnić własną narrację, jednocześnie dystansując się od identyfikowalności treści⁹⁷.

Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji

Tajwan stworzył zaawansowany system przeciwdziałania dezinformacji i zagranicznej ingerencji w wybory, łączyący wyspecjalizowane jednostki, reformy prawne, technologię, edukację w zakresie umiejętności korzystania z mediów i współpracę ze społeczeństwem obywatelskim.

Rząd stworzył różne wyspecjalizowane podmioty, takie jak Big Data and Public Opinion Task Force (Grupę Zadaniową ds. Opinii Publicznej) i Cognitive Warfare Research Centre (Centrum Badań nad Wojną Kognitywną) w ramach Ministerstwa Sprawiedliwości, które konsolidują wiedzę specjalistyczną z różnych dziedzin, aby szybko przeciwdziałać dezinformacji⁹⁸. Każde ministerstwo utworzyło również zespoły, które

⁹⁶ Yang Kuang-Shun, „What Lessons Can Taiwan Share With the World on Election Interference?,” *Brookings*, 11 czerwca 2024 r., <https://www.brookings.edu/articles/what-lessons-can-taiwan-share-with-the-world-on-election-interference/>.

⁹⁷ IORG, „2023 Zongti yanjiu chengguo” [Ogólne wyniki badań 2023].

⁹⁸ Chien Li-chung i Jason Pan, „Research Center Set up to Combat Cognitive Warfare,” *Taipei Times*, 18 stycznia 2024 r., <https://www.taipetimes.com/News/front/archives/2024/01/19/2003812310>.

mają szybko reagować na dezinformację i tworzyć zwalczające ją narracje, aby zminimalizować szkody⁹⁹. Jest to jedna z metod stosowanych w ramach unikalnego podejścia „humour over rumour” („humor ponad plotką”). Rządowe zespoły „wojny memowej” odpowiadają na fałszywe narracje humorystycznymi i zwięzłymi treściami, zwykle w ciągu 60 minut¹⁰⁰. Wysiłki te były szczególnie skuteczne, ze względu na to, że często wyprzedzały rozprzestrzenianie się dezinformacji. Facebook zauważył, że rządowe korekty często docierają do większej liczby użytkowników niż oryginalne fałszywe treści¹⁰¹.

Na przestrzeni lat rząd wprowadził również szereg środków prawnych, w tym odpowiedzialność mediów publicznych, kryminalizację dezinformacji w Internecie, nakładanie kar za deepfake'i oraz zakaz zagranicznych darowizn politycznych i dezinformacji¹⁰². Tajwan zakazał również korzystania z chińskich aplikacji, takich jak TikTok i Douyin na urządzeniach rządowych, powołując się na zagrożenie dla bezpieczeństwa narodowego¹⁰³. Inne podejmowane kroki to na przykład zakazanie chińskich platform medialnych, takich jak: iQIYI i Tencent Video, na rynku ogólnym. Nadal istnieją jednak obawy co do skuteczności takich działań, ponieważ dezinformacja wciąż może rozprzestrzeniać się za pośrednictwem platform, takich jak YouTube i Twitch.

Spośród wymienionych środków, nie wszystkie okazały się skuteczne. Ustawa o usługach pośrednictwa cyfrowego, zainspirowana ustawą o usługach cyfrowych Unii Europejskiej, miała na celu regulację platform internetowych, ale jej wdrożenie zostało zawieszono ze względu na obawy opinii publicznej dotyczące potencjalnej nadmiernej cenzury¹⁰⁴. Szerszy zakaz dotyczący chińskich aplikacji, takich jak TikTok, również nie został wprowadzony, mimo że są one kluczowym kanałem rozpowszechniania dezinformacji.

⁹⁹ Linda Zhang, „How to Counter China's Disinformation Campaign in Taiwan,” Army University Press, September-October 2020, <https://www.armyupress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/September-October-2020/Zhang-Disinformation-Campaign/>.

¹⁰⁰ Blair Maddock-Ferrie, „Learning From Taiwan to Tap Into NATO's Largest Arsenal: The Meme Vanguard,” Medium, 16 kwietnia 2022 r., <https://medium.com/centre-for-international-and-defence-policy/learning-from-taiwan-to-tap-into-natos-largest-arsenal-the-meme-vanguard-3f654fd0d1ec>; Jude Blanchette et al., „Protecting Democracy in an Age of Disinformation. Lessons From Taiwan.”

¹⁰¹ Aaron Huang, „Chinese Disinformation Is Ascendant. Taiwan Shows How We Can Defeat It.,” Washington Post, 10 sierpnia 2020 r., <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/08/10/chinese-disinformation-is-ascendant-taiwan-shows-how-we-can-defeat-it/>.

¹⁰² Linda Zhang, „How to Counter China's Disinformation Campaign in Taiwan.”

¹⁰³ Keoni Everington, „Taiwan Bans TikTok From Public Sector Devices,” Taiwan News, 6 grudnia 2022 r., <https://www.taiwannews.com.tw/news/4741706>.

¹⁰⁴ Yu-fan Lei, „Digital Transformation: Taming the Digital Realm: Global Content Moderation Practices”, Fundacja Friedricha Naumanna, 8 października 2023 r., <https://www.freiheit.org/taiwan/taming-digital-realm-global-content-moderation-practices>.

Audrey Tang, pierwsza minister spraw cyfrowych Tajwanu (w latach 2022–2024), wspierała edukację w zakresie umiejętności korzystania z mediów jako kluczowe narzędzie do zwalczania dezinformacji. W 2023 r. tajwańskie Ministerstwo Edukacji opublikowało białą księgę dotyczącą edukacji medialnej w erze cyfrowej, podkreślając znaczenie umiejętności korzystania z mediów dla wszystkich grup wiekowych¹⁰⁵. Artykuł koncentruje się na edukowaniu społeczeństwa w zakresie cyberbezpieczeństwa, identyfikowaniu dezinformacji i rozumieniu krótkich filmów, ze szczególnym uwzględnieniem nastolatków. Tajwańskie szkoły ujęły w programie nauczania umiejętności korzystania z mediów, podczas gdy kampanie publiczne mają na celu poprawę zdolności do rozpoznawania fałszywych informacji i reagowania na nie wśród szerokiego grona odbiorców¹⁰⁶.

Współpraca między rządem a społeczeństwem obywatelskim ma kluczowe znaczenie dla strategii przeciwdziałania dezinformacji na wyspie. Zespół ds. koordynacji dezinformacji składa się zarówno z przedstawicieli rządu, jak i społeczeństwa obywatelskiego, nadzorujących identyfikację i zwalczanie dezinformacji na różnych platformach¹⁰⁷. Wspólne inicjatywy, takie jak Cofacts, platforma do sprawdzania faktów uruchomiona w 2017 r., umożliwiają użytkownikom weryfikowanie twierdzeń i crowdsourcing'owanie odpowiedzi w popularnych aplikacjach do przesyłania wiadomości.

Organizacje pozarządowe (NGO) również odgrywają kluczową rolę, gdyż między innymi Taiwan FactCheck Center, MyGoPen, Doublethink Lab, Fake News Cleaner i wiele innych aktywnie obalają fałszywe informacje. Fake News Cleaner koncentruje się w szczególności na edukowaniu starszych obywateli, którzy są często bardziej podatni na dezinformację, i dla nich organizuje wydarzenia informacyjne w świątyniach, kościołach i parkach¹⁰⁸. W 2024 r. tajwańska społeczność weryfikująca fakty uruchomiła „Election Rumor Playbook”, aby zająć się powtarzającymi się dezinformacjami związanymi z wyborami. Było to proaktywne działanie, mające na celu zapobieganie rozpowszechnianiu fałszywych informacji podczas wyborów.

105 William Hunt, „Media Literacy Education: Taiwan's Key to Combating Disinformation”, Global Taiwan Institute, 5 marca 2024 r., <https://globaltaiwan.org/2024/03/media-literacy-education-taiwans-key-to-combating-disinformation/>.

106 Linda Zhang, „How to Counter China's Disinformation Campaign in Taiwan”.

107 Shih-Shiuan Kao, „Taiwan's Response to Disinformation: A Model for Coordination to Counter a Complicated Threat” (Narodowe Biuro Badań Azjatyckich, wrzesień 2023 r.), https://www.nbr.org/wp-content/uploads/pdfs/publications/sr93_taiwan_sep2021.pdf.

108 Huizhong Wu, Mario Ritter Jr. i Caty Weaver, „In Taiwan, Civic Group Combats False News With Patience,” Voice of America, 7 kwietnia 2024 r., <https://learningenglish.voanews.com/a/in-taiwan-civic-group-combats-false-news-with-patience/7552311.html>.

Sektor prywatny również przyłączył się do walki z dezinformacją. Godnym uwagi przykładem jest aplikacja Auntie Meiyu, opracowana we współpracy z platformą komunikacyjną LINE. Po zainstalowaniu automatycznie skanuje ona i weryfikuje informacje w czatach, dzięki czemu sprzyja zapobieganiu rozprzestrzenianiu się fałszywych informacji w grupach społecznościowych. Mając ponad 300 000 użytkowników, aplikacja stała się ważnym narzędziem w tajwańskiej walce z dezinformacją¹⁰⁹.

Podsumowanie

Wybory na Tajwanie w 2024 r. były celem zorganizowanej kampanii dezinformacyjnej, pochodzącej głównie z ChRL. Chińskie wysiłki miały charakter wysoce strategiczny, wykorzystując obawy społeczne i podsycając wątpliwości co do uczciwości polityków, rządu, stosunków między Tajpej i Pekinem, procesu wyborczego i wiarygodności mediów. Posługując się w kampaniach zarówno tradycyjnymi, jak i coraz bardziej wyrafinowanymi metodami, takimi jak: treści generowane przez sztuczną inteligencję, deepfake'i i szybkie rozpowszechnianie dezinformacji na popularnych platformach mediów społecznościowych, skutecznie rozpowszechniano nieprawdziwe informacje.

Pomimo poważnych wyzwaniań związanych ze wspomnianymi kampaniami dezinformacyjnymi, tajwański rząd i społeczeństwo obywatelskie okazały się w dużej mierze odporne dzięki innowacyjnym środkom zaradczym. Obejmują one sprawdzanie faktów w czasie rzeczywistym, tworzenie kontrnarracji opartych na humorze oraz wysiłki na rzecz zwiększenia umiejętności korzystania z mediów wśród opinii publicznej. Jednak rosnąca nieufność do tradycyjnych mediów i instytucji demokratycznych pozostaje niepokojąca, zwłaszcza biorąc pod uwagę długoterminowe cele ChRL polegające na podważaniu zaufania społecznego, pogłębianiu podziałów społecznych i tworzeniu chaosu informacyjnego.

109 „Auntie Meiyu, Your Trusted Fact-checking Confidant”, b.d., <https://www.checkcheck.me/en/>; David Klepper and Huizhong Wu, „How Taiwan Beat Back Disinformation and Preserved the Integrity of Its Election,” AP News, 29 stycznia 2024 r., <https://apnews.com/article/taiwan-election-china-disinformation-vote-fraud-4968ef08fd13821e359b8e195b12919c>.

Konieczne są dalsze działania. Biorąc pod uwagę wysoką podatność użytkowników TikToka na dezinformację – badania pokazują, że użytkownicy tej platformy są bardziej skłonni wierzyć prochińskim narracjom – Tajpej powinno rozważyć proaktywne środki w celu ograniczenia wpływu TikToka¹¹⁰. Mogłoby to obejmować bardziej rygorystyczne przepisy dotyczące jego roli w rozpowszechnianiu dezinformacji, a także ewentualne ograniczenie lub całkowity zakaz korzystania z aplikacji. Ponadto współpraca z innymi platformami mediów społecznościowych w celu poprawy moderacji treści i odpowiedzialności ma zasadnicze znaczenie dla ograniczenia rozprzestrzeniania się dezinformacji.

Taktyki zaobserwowane na Tajwanie często wykorzystuje się w innych demokracjach stojących w obliczu podobnych zagrożeń. W związku z tym społeczność międzynarodowa powinna uważnie monitorować zmieniający się krajobraz informacyjny wyspy i wykorzystać wyciągnięte wnioski do ochrony procesów demokratycznych. W ten sposób możliwe jest opracowanie kompleksowych strategii przeciwdziałania dezinformacji i ochrony uczciwości wyborów na całym świecie.

Stany Zjednoczone

Kamil Mikulski

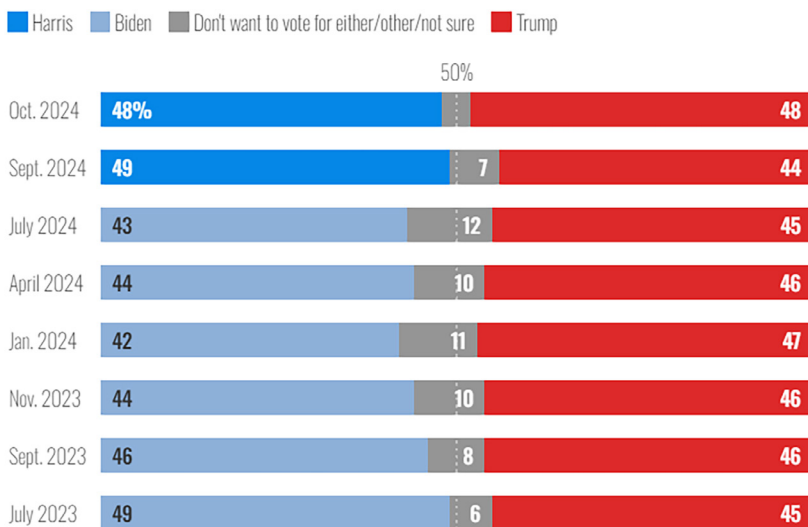
Krajobraz polityczny

Stany Zjednoczone są republiką parlamentarną z dominującą pozycją prezydenta. Historycznie rozwinął się tam system dwupartyjny, w którym Demokraci rywalizują z Republikanami o władzę ustawodawczą i wykonawczą. Najbliższe wybory prezydenckie odbędą się 5 listopada 2024 r., a głównymi kandydatami są Kamala Harris (Demokraci) i Donald Trump (Republikanie).

Harris jest wiceprezydentem w administracji obecnego prezydenta Joe Bidena, podczas gdy Trump był prezydentem USA w latach 2017–2021 i obecnie ubiega się o reelekcję. Niedawna publikacja w NBC News wskazuje, że wyborcy w USA są niezdecydowani i prawie równo podzieleni między obu kandydatów¹.

A deadlocked race, with a sliver of undecideds left

Harris and Trump each got 48% support from registered voters in the latest NBC News poll.



Notes: The poll was conducted Oct. 4-8 and surveyed 1,000 registered voters nationally. The margin of error is plus or minus 3.1 percentage points.

Source: NBC News national poll

¹ Murray, Mark. „Dead heat“: Trump pulls even with Harris in NBC News poll“. NBC News. Ostatnia modyfikacja 15.10.2024. Dostęp 15.10.2024. <https://www.nbcnews.com/politics/2024-election/dead-heat-trump-pulls-even-harris-nbc-news-poll-rcna174201>.

Podobny podział ma miejsce w amerykańskim parlamencie. W Izbie Reprezentantów Republikanie mają większość (220 do 212), ale w Senacie to Demokraci (wraz z 4 niezależnymi senatorami) mają przewagę (51 do 49). Obie części amerykańskiego społeczeństwa wyglądają na podzielone niemal po równo, co inspirowa wyborców każdej z partii do mobilizowania się przeciwko konkurentom. Krajobraz polityczny Stanów Zjednoczonych jest szczególnie otwarty na oddolne zaangażowanie obywateli, zarówno w terenie, jak i w Internecie. Kampania przenika do mediów tradycyjnych i społecznościowych oraz wykorzystuje tak politykę wewnętrzną, jak międzynarodową do promowania sprawy któregoś z kandydatów.

Charakterystyczne jest również to, że różne media i celebryci otwarcie wspierają wybranych przez siebie kandydatów, nasilając tym samym demokratyczne walki. Ponieważ podmioty zaangażowane w kampanię prezydencką nie zawsze działają fair play, granice między tymi krajowymi, a zagranicznymi czasami się zacierają. Nie ulega jednak wątpliwości, że oprócz obywateli USA są także aktorzy zagraniczni zainteresowani wystawieniem kandydata, który najlepiej wpisuje się w politykę zewnętrzną ich kraju. Prezentowana analiza dotyczyć będzie problemu dezinformacji wokół wyborów w USA, zaangażowanych podmiotów (zarówno krajowych, jak i zagranicznych) oraz stosowanych przez nich technik.

Krajobraz dezinformacji w kraju

Stany Zjednoczone są jednym z krajów, w których monitorowanie i przeciwdziałanie dezinformacji związanej z wyborami zostało wpisane w podstawy instytucjonalne² zarówno na poziomie stanowym, jak i lokalnym. Po tym, jak w tym kraju doszło do prób wpływania na wybory prezydenckie w 2016 r.³, Stany Zjednoczone rozpoczęły kampanię na rzecz integralności procesów wyborczych i wzmocnienia swoich zdolności do przeciwdziałania temu rosnącemu zagrożeniu. W 2019 r. Departament Sprawiedliwości USA opublikował tzw. raport Muellera zawierający obszerne dochodzenie w sprawie rosyjskich prób manipulowania wyborcami w USA⁴.

² Ohlin, Jens David. „A roadmap for fighting election interference”. (2021): 69-73.

³ Ohlin, Jens David. „Did Russian cyber interference in the 2016 election violate international law” *Tex. L. Rev.* 95 (2016): 1579.

⁴ Mueller, Robert S. 2019. *Raport z dochodzenia w sprawie ingerencji Rosji w wybory prezydenckie w 2016 r.* edytowany przez Departament Sprawiedliwości USA.

Po 2016 r. amerykańskie platformy mediów społecznościowych zaczęły publikować duże zbiory danych obejmujące trolli, boty oraz przykłady dezinformacji i udostępniły swoje zastrzeżone dane badaczom i CSO. Dane te stały się kamieniem węgielnym współczesnego zrozumienia operacji wywierania wpływu na informacje i zapoczątkowały bezprecedensową współpracę między wszystkimi trzema sektorami.

Rozwój generatywnej sztucznej inteligencji i rozprzestrzenianie się platform mediów społecznościowych w połączeniu z szyfrowanymi kanałami zmieniły krajobraz dezinformacji w USA na gorsze. Serwisy społecznościowe i te informacyjne nie były w stanie kontrolować zaangażowania swoich użytkowników ani nadążyć za złośliwymi podmiotami uzbrojonymi w generowane treści i obsługującymi coraz bardziej wyrafinowane botnety. Skoordynowane nieautentyczne zachowanie umożliwiło astroturfing i manipulację przestrzenią informacyjną, a algorytmy skoncentrowane na monetyzacji jeszcze bardziej zniszczyły ten ekosystem. Mimo że obserwacje te są podobne na całym świecie, to właśnie w Stanach Zjednoczonych główne firmy z branży mediów społecznościowych mają swoje siedziby i rozwijają swoje produkty.

Obecnie amerykański krajobraz dezinformacji przedstawia spolaryzowane społeczeństwo działające w przestrzeni informacyjnej zanieczyszczonej alternatywnymi mediami. Dezinformacja jest obecna po obu stronach spektrum politycznego (podobno nieproporcjonalnie ukierunkowana na, tak zwane, „społeczności kolorowe”⁵), a podmioty zagraniczne wspierają jednego z dwóch kandydatów na urząd prezydenta USA, zgodnie z ich celami polityki zewnętrznej. Według raportów Microsoft Threat Analysis Centre (MTAC), Iran wspiera Harris⁶, natomiast Chiny i Rosja popierają Trumpa⁷.

W tym trudnym krajobrazie Stany Zjednoczone utrzymują złożony system kontroli instytucjonalnych i społecznych, które starają się ograniczyć szkody wyrządzone przez złośliwe podmioty i chronić prawo obywateli do uczciwych wyborów, wolnych od zagranicznej ingerencji.

5 <https://www.hrw.org/news/2024/08/15/disinformation-about-us-elections-targets-communities-color>

6 MTAC. 09.08.2024 Iran steps into US election 2024 with cyber-enabled influence operations. <https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/5bc57431-a7a9-49ad-944d-b93b7d35d0fc.pdf>.

7 Smith, Brad. „Securing US Elections from Nation-State Adversaries”. MTAC. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/09/18/securing-us-elections-from-nation-state-adversaries/>.

Główne narracje dezinformacyjne związane z wyborami

W kontekście wyborów w USA amerykańska przestrzeń informacyjna jest zdominowana przez kilka metanarracji, z których każda składa się z różnych bardziej szczegółowych narracji. Pięć z nich przedstawionych w poniższym akapicie zostało zweryfikowanych na podstawie postów w mediach społecznościowych dotyczących tematu wyborów (zbiór danych)⁸.

Kandydaci na prezydenta umożliwiający (lub wspierani przez) niekontrolowaną i nielegalną imigrację. Ta narracja jest częściej wykorzystywana przeciwko Harris,

Zrównanie zwycięstwa któregoś z kandydatów z końcem amerykańskiej demokracji i zbliżającą się groźbą dyktatury lub rządów autorytarnych. Narracja ta częściej wymierzona jest w Trumpa, jednak nie brakuje głosów oskarżających Harris o zamiar wprowadzenia komunistycznego reżimu,

Oskarżenie o nieuczciwe zachowania dotyczące procesu wyborczego, tj. kradzież lub manipulowanie wynikami wyborów. Narracja ta jest wyraźnie wymierzona w obu kandydatów i często materializuje się w oskarżeniach o nierespektowanie wyników wyborów przez Trumpa lub „kradzież” wyborów przez siły liberalne,

Wykorzystywanie rozpalających emocje i polaryzujących kwestii społecznych, w szczególności aborcję. Narracja ta jest wykorzystywana do mobilizowania młodszych wyborczyń (pro-Harris) i konserwatywnych/tradycjonalistycznych okręgów wyborczych (pro-Trump),

Groźby załamania gospodarczego i wojny w przypadku zwycięstwa kandydata. Choć narracja ta przypomina tę dotyczącą amerykańskiej demokracji, idzie znacznie dalej i prawdopodobnie przemawia do innego typu odbiorców.

⁸ Początkowy zbiór danych na temat wyborów został zebrany w okresie od 5 sierpnia do 7 października 2024 r. przy użyciu narzędzia do analizy zagrożeń Osavul i zgromadził około 116 tys. oryginalnych postów.

Narracja 1 – Nielegalna imigracja

Narracja podkreśla antyspołeczne zachowania tzw. nielegalnych imigrantów popełniane kosztem obywateli USA. Głównym celem tego przekazu jest znalezienie winnych za niepowodzenie polityki, oskarżenie o preferowanie nielegalnych imigrantów na niekorzyść obywateli USA i praworządnych imigrantów (podkreślenie braku patriotyzmu) oraz skojarzenie kandydata z niepopularną grupą społeczną. Nadrzędnym celem jest podważenie publicznego poparcia dla kandydata poprzez przedstawianie go (głównie przeciwko Harris) jako stojącego po stronie cudzoziemców, a nie obywateli.

Te dzielące ludzi wątki są chętnie odtwarzane nie tylko przez zagraniczne podmioty wspierające Trumpa, lecz także przez jego krajowych zwolenników. Do znaczących profili w serwisie X zaangażowanych w jej dystrybucję należą ImMeme0⁹ (574 tys. obserwujących) i @TulsiGabbard¹⁰ (była kongresmenka, 2,8 mln obserwujących).

Poza relacjami krajowymi lub o nieokreślonej proweniencji narracja przyciągnęła również uwagę zagranicznych podmiotów. Zgodnie z badaniem MTAC została ona utrwalona przez rosyjskie i chińskie konta¹¹. Paradoksalnie narracja o nielegalnej imigracji przyciągnęła mniej uwagi (75 postów i 3,6 mln wyświetleń) niż pozostałe narracje (opisane poniżej).

Narracja 2 – Tyrania i dyktatura

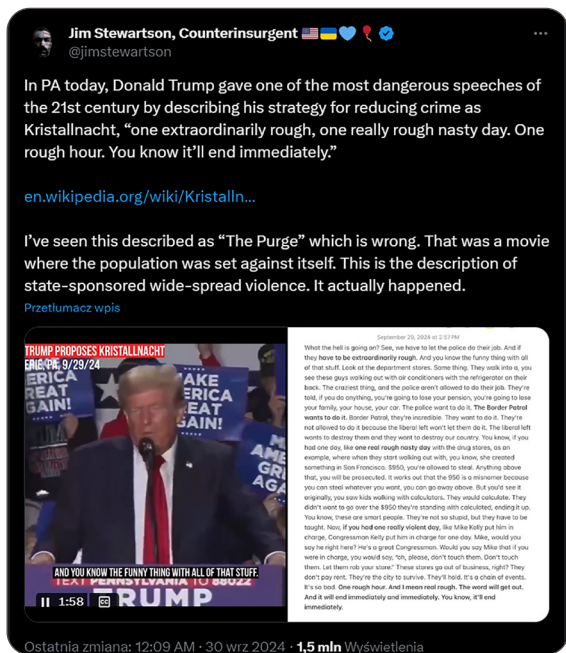
Narracja ta łączy zwycięstwo któregokolwiek z kandydatów z nieuchronnym nadejściem tyranii lub dyktatury. Obejmuje ona kilka przykładowych form, takich jak groźbę represji politycznych (w tym uwięzienia lub przemocy fizycznej), cenzury i ograniczenia (lub zniesienia) swobód obywatelskich, lub likwidacji rządów prawa. Oskarżenia o zbliżającą się tyranie są zwykle kierowane pod adresem Trumpa, podsyłane jego publicznymi wypowiedziami takimi jak potrzeba „jednego naprawdę ciężkiego, paskudnego dnia”, aby zmniejszyć poziom przestępczości w USA. Nierzadko narracja wymierzona jest również w kandydatkę Demokratów i oskarża Harris o zamiar zastąpienia amerykańskiej demokracji komunizmem.

9 <https://archive.ph/pvsYD>

10 <https://archive.ph/IWKOD>

11 Więcej w dalszej części dokumentu, w podrozdziale poświęconym zaangażowaniu zagranicznych agentów.

Narracja ta stara się zaszcześcić strach, że potencjalna przegrana w kampanii prezydenckiej nieuchronnie doprowadzi do końca amerykańskiej demokracji. Podżegacze przemawiają przede wszystkim do segmentu odbiorców zainteresowanych utrzymaniem status quo. Argumenty stosują się do narracji, zgodnie z którą zmiana będzie na gorsze.

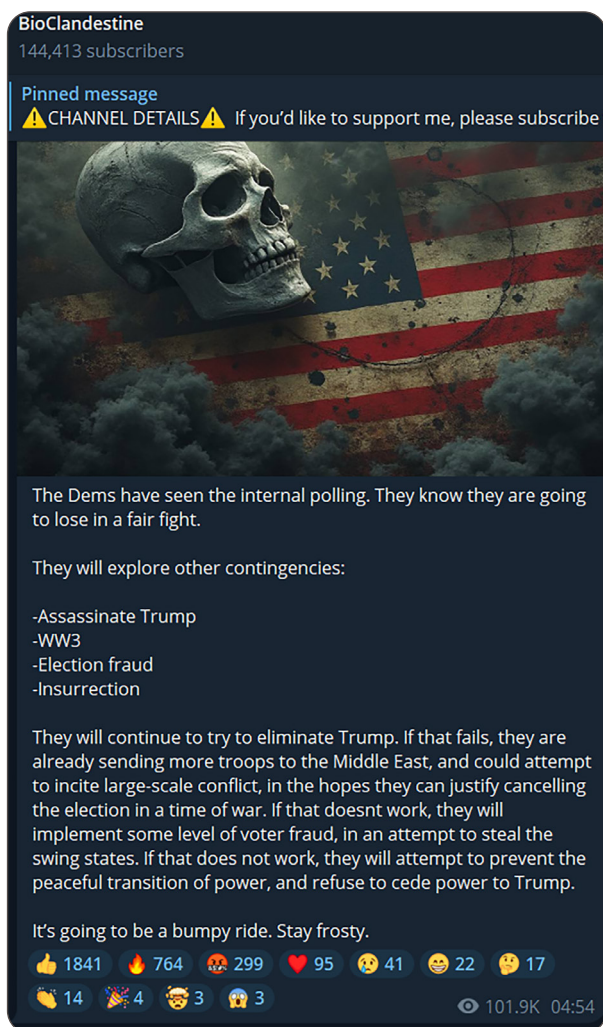


Źródło: <https://x.com/jimstewartson/status/1840514348340650133>



Źródło: <https://x.com/elonmusk/status/1836267345926558022>

Narracja utożsamia potencjalne zwycięstwo z represjami i przemocą inspirowaną motywami politycznymi. Niektóre konta wyrażające to bezpośrednio żądają powstrzymania niepożądanego kandydata przed wygraną i jawnie wzywają do przemocy. Konsekwencje takich postaw mogą być tragiczne. Do najważniejszych podmiotów należała nieistniejąca już firma Tenet Media¹².



Źródło: <https://t.me/bioclandestine/3912>



Źródło: <https://x.com/UpinCT/status/1824301596173291546>

Narracja 3 – oszustwo wyborcze

Narracja prezentuje się w dwóch głównych przykładowych formach. Pierwsza forma oskarża drugą stronę o przygotowanie gruntu pod (lub zaangażowanie się w) ingerencję w proces wyborczy. Druga twierdzi, że przegrany kandydat odmówi uznania wyników wyborów i wzywa do czujności i kontroli wyborczej. Funkcjonalnie ta druga subnarracja rezonuje z narracją „Zbliżanie się do tyranii” i czasami pojawia się równolegle.

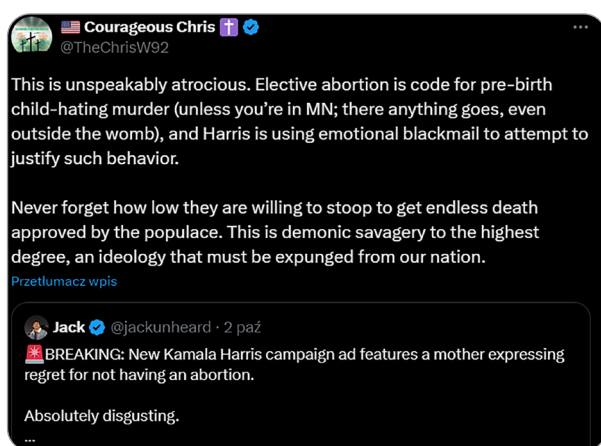
Głównym jej celem jest dalsza polaryzacja amerykańskiego społeczeństwa. Narracja ta próbuje delegitymizować przeciwnego kandydata i jego zwolenników, a także mobilizować własne okręgi wyborcze. Obie przykładowe formy funkcjonują na korzyść kandydata, któremu kibicują sprawcy. Efektem ubocznym narracji o oszustwach wyborczych jest podważenie zaufania publicznego do instytucji państwowych i procesów demokratycznych, ponieważ przedstawia się je jako z natury skorumpowane.

Potencjalne konsekwencje takiego przekazu obejmują odmowę uznania wyników wyborów ze względu na ich postrzegany oszukańczy charakter, dalszą erozję zaufania społecznego do instytucji publicznych i demokracji.

Podmioty tworzą znane kanały na platformie Telegram: BioClandestine (114 tys. obserwujących), Amir Tsarfati (587 tys.), Project Veritas (287 tys.), The General (125 tys.),

Narracja 4 – aborcja i inne kwestie społeczne

W kontekście wyborów prezydenckich w USA krajowe siły polityczne uciekają się do różnych dzielących ludzi kwestii społecznych, aby atakować przeciwników politycznych i mobilizować własne okręgi wyborcze. Jedną z takich kwestii jest aborcja, chętnie wykorzystywana przez obie strony politycznego spektrum. Narracja przejawia się w dwóch głównych wersjach. Pierwsza z nich oskarża Trumpa o zamiary dalszego ograniczenia dostępu do aborcji zgodnie z oczekiwaniami najbardziej radykalnego segmentu jego elektoratu. Druga jest skierowana przeciwko Harris i zrównuje aborcję z dzieciobójstwem.



Źródło: <https://x.com/TheChrisW92/status/1841554288847245500>

Główny cel różni się w zależności od orientacji politycznej. Dla tradycjonalistycznych i konserwatywnych wyborców jest to świetna amunicja przeciwko „proaborcyjnej” Harris. Dla zwolenników Harris jest to narzędzie do zdobycia głosów liberałów i młodszych kobiet (które mogłyby poprzeć bardziej postępowych kandydatów i nie poprzeć Harris podczas głosowania).

Podobnie jak inne narracje, ta aborcyjna polaryzuje i delegitymizuje przeciwników, określając ich jako „nienawidzących kobiet” lub „zabójców dzieci”. Wygląda na to, że siły sprzyjające Harris mają przewagę w narracji aborcyjnej, zmuszając Trumpa i jego zwolenników do przyjęcia postawy defensywnej i podjęcia najpierw prób obniżenia znaczenia tematu aborcji w okresie przedwyborczym, a następnie zadeklarowania braku chęci wprowadzenia ogólnokrajowego zakazu aborcji.

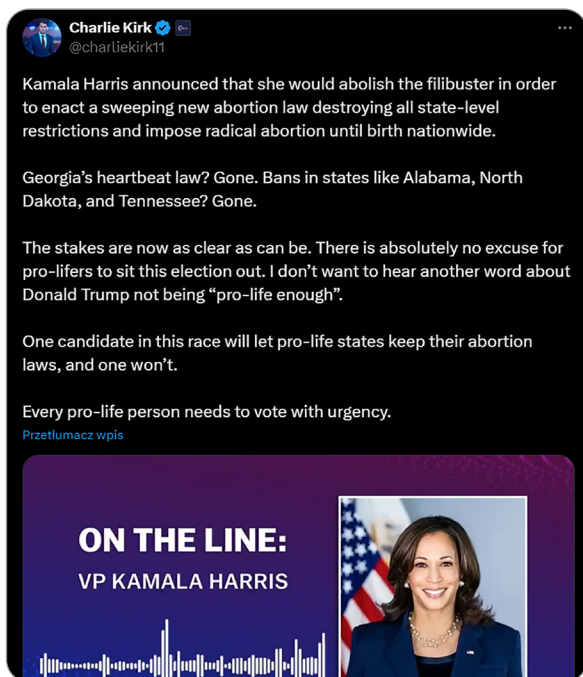
Przykłady profili z serwisu X i Telegrama zaangażowanych w rozpowszechnianie tej narracji obejmują: @DefiantlyFree¹³ (458 tys. obserwujących), Charlie Kirk¹⁴ (173 tys. subskrybentów), ULTRA Pepe Lives Matter¹⁵ (198 tys. subskrybentów), @5dme81¹⁶ (66 tys. obserwujących). W zbiorze danych ta narracja liczyła 5683 wiadomości w badanym okresie.

13 <https://x.com/DefiantlyFree/status/1826007400249438654>

14 <https://t.me/CharlieKirk/16228>

15 <https://t.me/PepeMatter/20474>; pepe to internetowy mem, czasami używany przez alternatywną prawicę.

16 <https://x.com/5dme81/status/1822814001291489738>



Źródło: <https://x.com/charliekirk1/status/1838973633324310703>



Źródło: <https://x.com/5dme81/status/1822814001291489738>

Narracja 5 – Podszyte strachem podżeganie do wojny

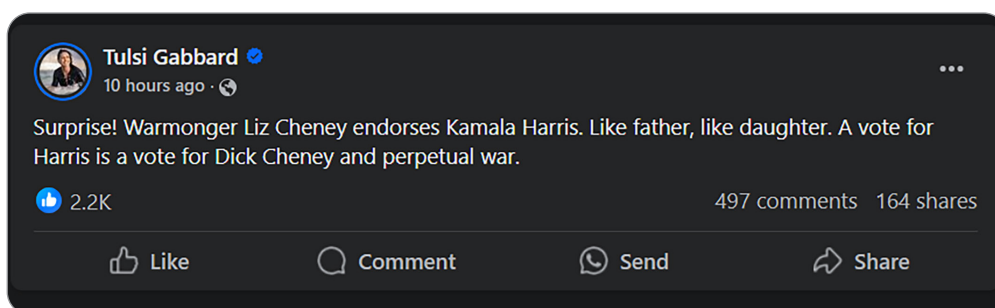
Narracja ta odznacza się manipulacyjnym charakterem pod przykrywką pacyfizmu i odpowiedzialności politycznej. „Strachliwi” aktorzy dezinformacji pozornie nie pragną wojny zgodnie z typowym zna-

czaniem terminu „podżegacz wojenny”. Zamiast tego przedstawiają się jako pokojowi i wnikliwi, i twierdzą, że chcą uniknąć wojny. Narracja przemawia do wyborców, fałszywie warunkując wybuch wojny (lub nawet III wojny światowej) zwycięstwem kandydata. Może to również objawiać się odwrotnie, czyli zwycięstwo danego kandydata zapobiegnie zbliżającemu się zagrożeniu.

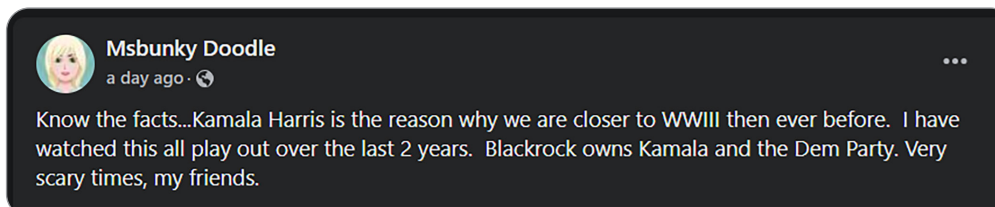
Głównym celem tej narracji jest zmanipulowanie odbiorców do poparcia kandydata „propokojowego” i zniechęcenie ich do głosowania na kandydata „prowojennego”. Poza tą ogólną konsekwencją znaczenie wojny zależy od przykładowej formy. W niektórych przypadkach złośliwe podmioty prorokują wybuch III wojny światowej, w innych obwiniają administrację Bidena-Harris za wojnę na Bliskim Wschodzie i w Europie. Wreszcie niektóre konta oskarżają Trumpa o chęć porzucenia NATO, a następnie wciągnięcia USA w wojnę bez wsparcia sojuszników.

Główne konsekwencje tej narracji ponoszą siły przychylnie Harris, ponieważ reprezentuje ona kontynuację polityki zagranicznej Joe Bidena. W roli wiceprezydenta jest postrzegana jako instytucjonalnie odpowiedzialna za niepowodzenia polityczne USA i pogarszające się środowisko globalnego bezpieczeństwa. Mniejszy, ale zauważalny jest również segment podejrzliwy wobec Trumpa, zwłaszcza w świetle jego obietnic rozwiązania kwestii rosyjskiej inwazji na Ukrainę.

Narrację tę promuje 581 odrębnych podmiotów, z których około 30 było wcześniej powiązanych z operacjami wpływu, działającymi w imieniu państwa trzeciego lub oznaczonymi jako nieautentyczne.



Źródło: <https://www.facebook.com/TulsiGabbard/posts/pfbid0325uP8nNehEN6apuAkXPgapwNdntLAjjiN8y71AMV2rs2GAAk1GftwykuC9fSy2zko/>



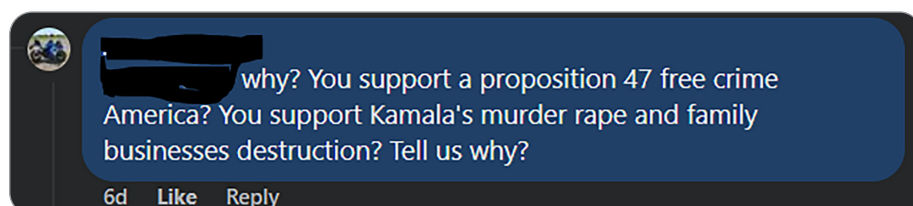
Źródło: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02RaQkUVM4TxK2UDN3FEbTJKR5856mS8Xm8h1ZU5RDmwygmDoyHMrBjaXgqEEkpVbl&id=100088450489755

Główne kanały rozpowszechniania dezinformacji związanej z wyborami

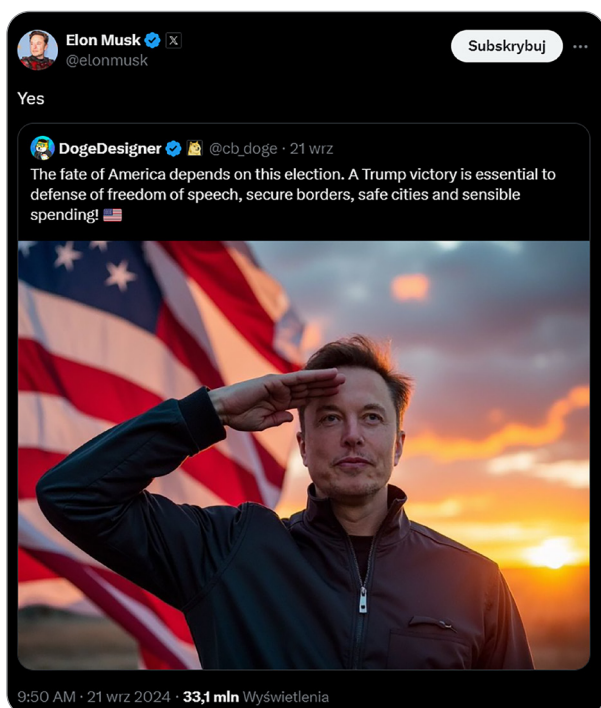
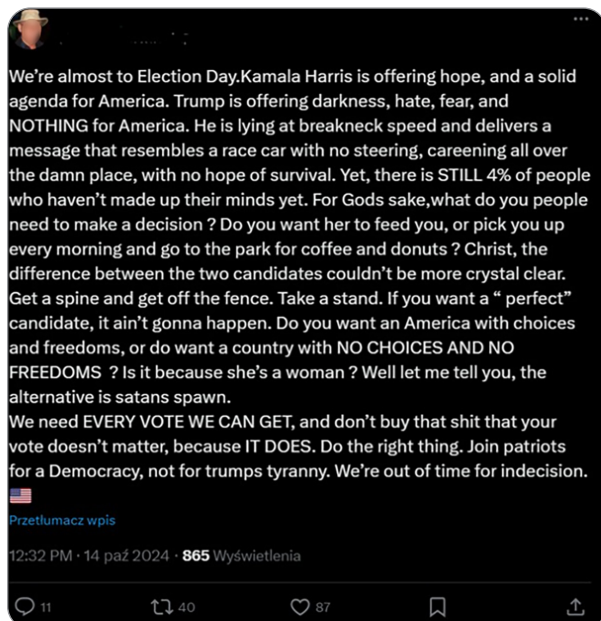
Wyborom w USA towarzyszy znaczna ilość dezinformacji, półprawd i innych zachowań manipulacyjnych pochodzących zarówno od podmiotów krajowych, jak i zagranicznych. Nie ma wątpliwości, że te dwie kategorie przeplatają się i czerpią z siebie nawzajem. Podobnie podmioty krajowe czasami działają w złej wierze lub zgodnie z interesami podmiotów zagranicznych. Są one również celowo atakowane i nie powinno dziwić, że najbardziej wpływowe konta to konta polityków, celebrytów kierujących się polityką i konta medialne. Większość podmiotów obecnych w zbiorze danych była aktywna na X (6818) i Telegramie (1219). W znacznie mniejszym stopniu reprezentowane były zasoby internetowe (WWW) i Facebook (40). Zwłaszcza to ostatnie wydaje się wynikać z ograniczeń technicznych i stosunkowo mniejszej dostępności danych na Facebooku (po zamknięciu usługi CrowdTangle) w porównaniu z X i Telegramem. Według Pew Research Center¹⁷ Facebook pozostaje najpopularniejszą amerykańską platformą mediów społecznościowych (68% respondentów), w porównaniu do X (22%).

Zbiór danych, choć duży (~114 tys. postów), stanowi jedynie próbkę badawczą. W ramach tej próbki największe konta stanowią ułamek całego zbioru danych. Ich znaczenie z potencjalnego zasięgu i wpływu (ujętego m.in. w skali Breakout Scale, patrz krok 6 eskalacji wpływu).

Chociaż niektórzy z największych influencerów są reprezentowani w zbiorze danych (Elon Musk, Donald Trump), większość przypadków dezinformacji pochodzi od średnich i małych kont. Jeśli chodzi o surowe liczby, obserwacja ta prawdopodobnie sprawdziłaby się również w przypadku uogólnionej amerykańskiej przestrzeni informacyjnej. Kilka przykładów takich postów poniżej:



¹⁷ Gottfried, Jeffrey. "Americans' Social Media Use." Pew Research Center. Ostatnia modyfikacja 31.01.2024. Dostęp 15.10.2024. <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/>.



Źródło: <https://x.com/elonmusk/status/1837398954750681094>

Jedną z najbardziej wpływowych osób zaangażowanych w działania kampanijne jest Elon Musk¹⁸, otwarcie opowiadający się po stronie byłego prezydenta USA, Trumpa. Jego stronicza działalność jest szczególnie widoczna w zbiorze danych, również ze względu na ogromny zasięg, jakim cieszy się na własnej platformie X.



Benny Johnson¹⁹ (2,8 mln obserwujących), prawicowy influencer, który podobno jest potajemnie finansowany przez rosyjskie media państwowe²⁰.

Źródło: <https://x.com/bennyjohnson/status/1828418791585304761>



The Trump Train²¹ (528 tys. obserwujących)

Źródło: https://x.com/The_Trump_Train/status/1834339649617313828

19 <https://x.com/bennyjohnson>.

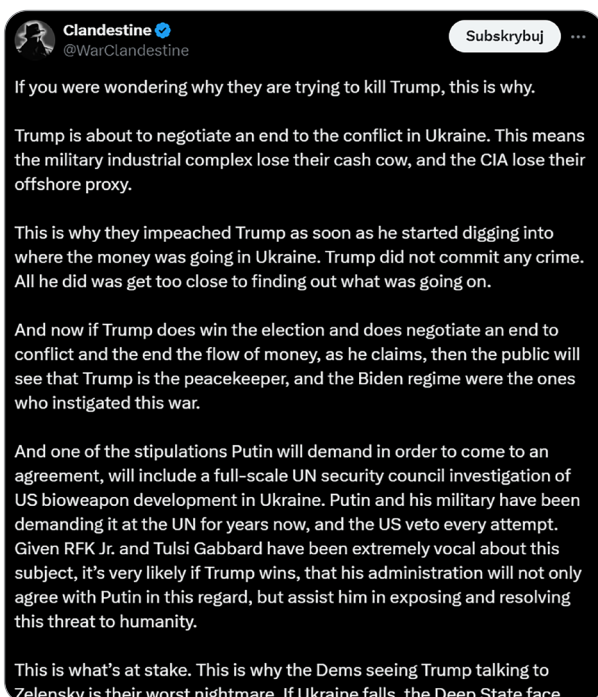
20 <https://apnews.com/article/russian-interference-presidential-election-influencers-trump-999435273dd39edf7468c6aa34fad5dd>.

21 https://x.com/The_Trump_Train.



Innym przykładem jest zaangażowane w QAnon konto²² o pseudonimie Catturd²³ (2,9 mln obserwujących).

Źródło: <https://x.com/catturd2/status/1828456662761373802>



Clandestine²⁴ (574 tys. obserwatorów) – prawdopodobnie kanał rosyjski. Historia konta wspomina o tajnych amerykańskich laboratoriach na Ukrainie.

Źródło: <https://x.com/WarClandestine/status/1839696097553621428>

22 Smith, Brad. „Securing US Elections from Nation-State Adversaries”. MTAC. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/09/18/securing-us-elections-from-nation-state-adversaries/>.

23 <https://x.com/catturd2>.

24 <https://x.com/WarClandestine>.

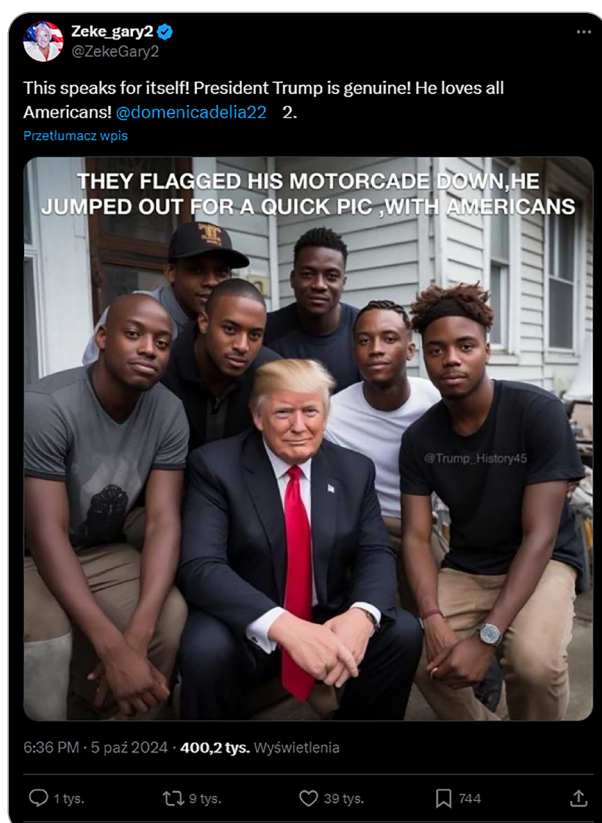
Odnotowane techniki i metody dezinformacji

Działania dezinformacyjne i wywierające wpływ są często badane przy użyciu specjalnie dostosowanych struktur, takich jak model ABCDE opracowany przez Jamesa Pammenta. Model obejmuje m.in. wzorce zachowań wyrażane przez złośliwe podmioty (reprezentowane w skrócie jako litera B). Są one dalej podzielone na TTP: Taktyki, Techniki i Procedury²⁵ zestawione następnie w ramach RED DISARM. Zarówno pierwotne, jak i wtórne źródła danych dotyczące wyborów w USA dostarczają wielu przykładów pasujących do wspomnianego zbioru. Poniżej podano kilka przykładów.

Deepfake stracha na wróble

Media dokumentują wykorzystanie sfalszowanych obrazów i innych materiałów audiowizualnych w przededniu wyborów prezydenckich w USA. Technika ta, oznaczona w ramach RED DISARM jako T0086.002:

Tworzenie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (Deepfakes), widoczna była m.in. w formie wygenerowanych obrazów przedstawiających Trumpa pozującego z czarnoskórymi wyborcami²⁶. Choć wielu badaczy odczuwa potencjalny wpływ powszechnego stosowania deepfake'ów, generatywnej sztucznej inteligencji nie postrzega się jako czynnika zmieniającego zasady gry w wyborach prezydenckich w USA w 2024 r.²⁷



Źródło: <https://x.com/ZekeGary2/status/1842604881909301590>

²⁵ Buccino, Sara. „The Kill Chain model of disinformation” FERMI. Ostatnia modyfikacja 22.02.2023. Dostęp 06.10.2024. <https://fighting-fake-news.eu/articles/kill-chain-model-disinformation>.

²⁶ Spring, Marianna. „Trump supporters target black voters with faked AI images”. BBC. Dostęp 06.10.2024. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68440150>.

²⁷ Seldin, Jeff. „AI not a US election gamechanger yet, officials say”. VOA News. Ostatnia modyfikacja 11.09.2024. Dostęp 06.10.2024. <https://www.voanews.com/a/ai-not-a-us-election-gamechanger-yet/7780093.html>.

Ciche sponsorowanie stronicznych mediów przez zagranicę

We wrześniu 2024 r. Associated Press skomentowała niedawną sprawę karną przeciwko dwóm pracownikom RT (rosyjskiej spółki medialnej powiązanej z państwem), Kostiantynowi Kałasznikowowi i Elenie Afanasjewej²⁸. Według doniesień Kałasznikow i Afanasjewo po kryjomu finansowali amerykańską firmę Tenet Media w celu ingerowania w wybory w imieniu Trumpa. Tenet Media aktywnie wspierało kandydata Republikanów i zapewniało platformę prawicowym politykom. Firma miała otrzymać ok. 10 mln USD za tworzenie treści w języku angielskim na Youtube i TikToku. Zgodnie z ustaleniami AP Tenet Media wyprodukowała około 2 tys. filmów, które łącznie uzyskały 16 mln wyświetleń.

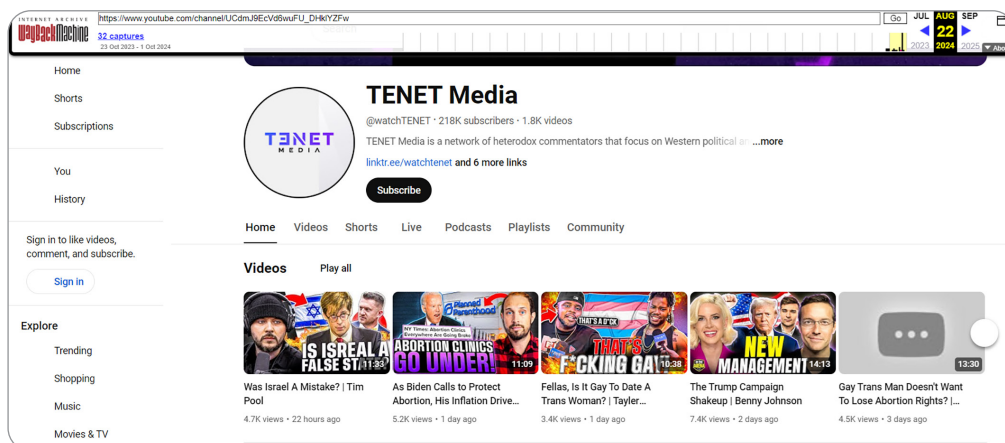
Zgodnie z ramami RED DISARM techniki stosowane przez złośliwych agentów w tym przypadku można sklasyfikować jako:

T0130.001: Ukryty sponsoring,

T0085: Tworzenie treści tekstowych,

T0093.001: Finansowanie pełnomocników,

T0087: Tworzenie treści wideo.



Źródło: Obraz kanału Tenet Media na Youtube (obecnie nieistniejącego) w narzędziu Wayback Machine: https://web.archive.org/web/20240822195126/https://www.youtube.com/channel/UCdmJ9EcVd6wuFU_DHklyZFw.

28 Eric Tucker, Matthew Lee i David Klepper. „With charges and sanctions, US takes aim at Russian disinformation ahead of November election”. Associated Press. Ostatnia modyfikacja 05.09.2024. Dostęp 06.10.2024. <https://apnews.com/article/russia-justice-department-election-foreign-influence-4888f4bfc61e46173101060ad0321d2f>.

Powrót Doppelgangerera

Dane, które wyciekły z rosyjskiej agencji Social Design Agency (SDA), ujawniły zaangażowanie tzw. operacji Doppelgange²⁹ w ingerencję w wybory prezydenckie w USA. Urzędnicy poinformowali o przejęciu 32 domen internetowych wykorzystywanych do rozpowszechniania dezinformacji za pośrednictwem sieci fałszywych stron internetowych naśladujących legalne media. Domeny te były propagowane przez fałszywe osoby medialne. W DISARM techniki te zostały ujęte pod następującymi etykietami: T0090.001: Tworzenie kont anonimowych; T0098: Tworzenie nieautentycznych witryn z wiadomościami; T0049.007: Nieautentyczne strony wzmacniają wiadomości i narracje, T0099: Przygotowanie kanałów podszywających się pod legalne podmioty;

Zgodnie z oświadczeniem opublikowanym przez Departament Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych, taktyki stosowane przez SDA obejmowały wykorzystanie influencerów, treści generowanych przez sztuczną inteligencję, płatnych reklam w mediach społecznościowych oraz wykorzystanie sfabrykowanych person w mediach społecznościowych³⁰. DISARM Red opisuje te techniki następująco: T0100.003: Angażowanie influencerów, T0086.002: Tworzenie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (Deepfakes); T0018: Zakup reklam ukierunkowanych i T0090.001: Tworzenie anonimowych kont.

Centrum Analiz Zagrożeń Microsoft przypisało rosyjskim podmiotom kilka technik, takich jak promowanie narracji za pomocą skandalizujących filmów wideo, fałszywych dziennikarzy i nieistniejących

informatorów, a także wzmacnianie dezinformacji za pośrednictwem sieci nieautentycznych witryn informacyjnych³¹. Listę technik stosowanych przez złośliwe czynniki uzupełnia Technika T0128.004: Uwiarygodnianie aktywów informacyjnych; T0097.102: Tworzenie person dziennikarskich, T0049.007: Nieautentyczne witryny wzmacniają wiadomości i narracje oraz T0049: Zalewanie przestrzeni informacyjnej.



Źródło: <https://www.indiatoday.in/world/us-news/story/us-presidential-elections-2024-russia-fake-sites-iran-china-cyber-world-ai-2594402-2024-09-05>

²⁹ Departament Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych. 2024. Oświadczenie popierające nakaz zajęcia w ramach zagranicznej kampanii złośliwego wpływu Doppelganger.

³⁰ Departament Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych. 2024. Oświadczenie popierające nakaz zajęcia w ramach zagranicznej kampanii złośliwego wpływu Doppelganger.

³¹ MTAC. 09.08.2024 Iran steps into US election 2024 with cyber-enabled influence operations. <https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/5bc57431-a7a9-49ad-944d-b93b7d35d0fc.pdf>.

Potencjalne zaangażowanie podmiotów zewnętrznych

Zaangażowanie podmiotów zewnętrznych zostało zasygnalizowane w innych podrozdziałach niniejszego opracowania. Władze USA, sektor prywatny i organizacje obywatelskie ujawniły próby ingerencji w wybory podejmowane przez Rosję, Chiny i Iran. Choć podmioty zewnętrzne były obecne w różnych społecznościach i angażowały się po wszystkich stronach spektrum politycznego, można zauważyć, że Rosja i Chiny popierają Trumpa, podczas gdy Iran popiera wybór Harris.

Międzynarodowa społeczność wywiadowcza udokumentowała próby ingerencji w wybory przypisywane Iranowi. Zgodnie z raportem wywiadowczym Centrum Analizy Zagrożeń Microsoft z 9 sierpnia 2024 r. Iran zaangażował się w operacje wywierania wpływu cybernetycznego przy użyciu grup Advanced Persistent Threat (APT), takich jak Sefid Floor lub Mint Sandstorm zarządzana przez Korpus Strażników Rewolucji Islamskiej³². Według Microsoftu grupa Sefid Flood specjalizowała się m.in. w podszywaniu się pod aktywistów społecznych i politycznych w grupie docelowej, aby podsycać chaos, podważać zaufanie do władz i siał wątpliwości co do uczciwości wyborów. Ich działania mogły posuwać się do zastraszania, doxingu albo brutalnego podżegania wymierzonego przeciwko postaciom politycznym lub grupom społecznym / politycznym³³.

Firma OpenAI opublikowało kilka powiązanych z Iranem stron internetowych wykorzystywanych przez grupę Storm-2035 do wpływania na wybory. Lista zawiera następujące domeny: niotinker[.]com, savannahtime[.]com, evenpolitics[.]com, teorator[.]com i westlandsun[.]com³⁴.

W innej notatce MTAC zasygnalizował zaangażowanie przypisywanych Rosji APT Ruza Flood (znanego z Doppalganger), Storm 1516 i Storm-1841 (Rybar) w ingerencję w wybory prezydenckie w USA³⁵. Według doniesień te trzy podmioty były zaangażowane w szereg złośliwych zachowań takich jak uwiarygodnianie fałszywych narracji czy tworzenie sztucznych kanałów informacyjnych na Telegramie (Storm-1841 przypisuje się prowadzenie Topic do Jour, Blood Meridian i TEXASvsUSA)³⁶.

³² MTAC. 09.08.2024 Iran steps into US election 2024 with cyber-enabled influence operations. <https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/5bc57431-a7a9-49ad-944d-b93b7d35d0fc.pdf>.

³³ MTAC. 09.08.2024 Iran steps into US election 2024 with cyber-enabled influence operations. <https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/5bc57431-a7a9-49ad-944d-b93b7d35d0fc.pdf>.

³⁴ OpenAI. 2024. "Disrupting a covert Iranian influence operation." Ostatnia modyfikacja 16.08.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://openai.com/index/disrupting-a-covert-iranian-influence-operation/>.

³⁵ Smith, Brad. "Securing US Elections from Nation-State Adversaries." MTAC. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/09/18/securing-us-elections-from-nation-state-adversaries/>.

³⁶ Smith, Brad. "Securing US Elections from Nation-State Adversaries." MTAC. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/09/18/securing-us-elections-from-nation-state-adversaries/>.

Podczas gdy rosyjskie podmioty preferują dezinformację związaną z imigracją (zob.: Narracja 1), mówi się, że chińska propaganda preferuje propalestyńską dezinformację. Wcześniej w 2024 r. Taizi Flood zostało uznane za jedno z setek kont podżegających do propalestyńskich protestów na amerykańskich uniwersytetach³⁷.

Zebrane dane dodają kilka dodatkowych przykładów do wyżej wymienionych.

Nazwa źródła	URL	Obserwujący	Przynależność państwowa	Źródło/organ
RFA	http://rfa.org	3.4 m	Chiny	Strona internetowa
dnronline.com	http://dnronline.com	279 k	Rosja	Media wykrywające
Bellum Acta - Intel, Urgent...	https://t.me/BellumActaNews	96.6 k	Rosja	Uniwersytet w Zurychu, Uniwersytet Oksfordzki
Afshin Rattansi	https://twitter.com/afshinr...	62.8 k	Rosja	Oficjalne konto
Rachel Blevins	https://twitter.com/RachBle...	51.9 k	Rosja	Oznaczenie na Twitterze
InfoDefenseENGLISH	https://t.me/info-defENGLAND	33.4 k	Rosja	DFRLab
Rachel Blevins	https://t.me/rach-blevins	8.73 k	Rosja	Hamilton Dashboard
Press TV	https://t.me/presstv_iran	1.97 k	Iran	Hamilton Dashboard
Oriental Review	https://t.me/Oriental_Review	1.18 k	Rosja	Wikipedia
RT News International	https://t.me/rnewsinternat...	671	Rosja	Wikipedia
Afshin Rattansi	https://t.me/afshinrattansi	563	Rosja	Hamilton Dashboard

³⁷ Smith, Brad. "Securing US Elections from Nation-State Adversaries." MTAC. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/09/18/securing-us-elections-from-nation-state-adversaries/>.

Porównanie z innymi wyborami, które odbyły się w tym samym roku

Wcześniej w 2024 r. Stary Kontynent również doświadczył ataku działań związanych z wpływem informacyjnym podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego. Szczególnie dobrze udokumentowana jest tak zwana operacja Doppelganger, w ramach której rosyjski aparat propagandowy sfałszował legalne media i próbował wpłynąć na europejskich wyborców. Przykłady znajdziemy w ujawnionych dokumentach³⁸ opublikowanych częściowo przez Amerykanów 04.09.2024 r. i moskiewską agencję Social Design nadzorowaną przez Ilyę Gambashidze.

Według VSquare³⁹ rosyjscy agenci działali na rzecz skrajnie prawicowej grupy Tożsamość i Demokracja (ID) na poziomie Parlamentu Europejskiego oraz – na poziomie krajowym – na rzecz odpowiednich partii prawicowych z europejskiej wielkiej piątki⁴⁰. Zaangażowanie SDA jest szczególnie widoczne w ujawnionym wewnętrznym filmie rekrutacyjnym⁴¹, w którym agencja chwali się tworzeniem sztucznych think tanków w celu promowania swojej sprawy.

Poniższa tabela przedstawia porównanie głównych elementów różniących zagraniczne operacje wpływu ukierunkowane na kampanię prezydencką w USA i wybory do Parlamentu Europejskiego w 2024 r.

Jednostka docelowa	USA	Parlament Europejski
Zaangażowanie zagranicznych agentów	Rosja, Iran, Chiny	Głównie Rosja
Przeciwdziałanie	Wszystkie trzy sektory	Wszystkie trzy sektory
Główne narracje	Tyrania, nielegalna imigracja, III wojna światowa, polityka tożsamości	Nielegalna imigracja, dyktatura Brukseli i Komisji Europejskiej
Domniemany główny cel	Wpłynąć na wyborców w USA, aby wybrali preferowanego kandydata. Trump – dla Rosji i Chin, Harris – dla Iranu.	Zwiększenie liczby skrajnie prawicowych postów do PE, których postrzega się jako siłę polityczną przyjazną Rosji.
Przykłady kont	TEXASvsUSA	Voice of Europe ⁴²

³⁸ Departament Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych. 2024. Oświadczenie popierające nakaz zajęcia w ramach zagranicznej kampanii złośliwego wpływu Doppelganger.

³⁹ Martine Laine i Anastasiia Morozova. „Wyciekły pliki z fabryki trolli Putina: Jak Rosja manipulowała europejskimi wyborami” VSquare. Ostatnia modyfikacja 16.09.2024. <https://vsquare.org/leaked-files-putin-troll-factory-russia-european-elections-factory-of-fakes/>.

⁴⁰ Obejmuje Francję, Niemcy, Włochy, Hiszpanię i Polskę.

⁴¹ <https://www.youtube.com/watch?v=UGF7-siZ9ac>

⁴² Irish, John. „Wybory europejskie: Jak UE twierdzi, że Rosja szerzy dezinformację” Reuters. Ostatnia modyfikacja 03.06.2024. Dostęp 02.10.2024. <https://www.reuters.com/world/europe/european-election-how-eu-says-russia-is-spreading-disinformation-2024-06-03/>.

Wpływ Rosji na wybory do PE jest niepewny. Można zauważyć, że prawica w Parlamencie Europejskim wydaje się silniejsza, choć nie od razu to widać, sądząc po składzie grup politycznych. W nowym parlamencie nastąpiło wzmocnienie ECR i rozwiązanie ID⁴³.

Środki wprowadzone w celu przeciwdziałania dezinformacji

Przeciwdziałanie dezinformacji przez władze państwowe i instytucje publiczne

Departament Sprawiedliwości USA opublikował materiały ujawniające zaangażowanie agencji Social Design, zakłócając przebieg operacji Doppelganger w przededniu wyborów w USA⁴⁴. Publikacja była częścią działań typu „name & shame” podjętych przez rząd USA i wymierzonych przeciwko rosyjskiej ingerencji w wybory. Zgodnie z tymi staraniami organ Departamentu Stanu, Global Engagement Center (GEC), podjął działania przeciwko zagranicznym agentom z powodu tajnej działalności RT, Sputnik i ich spółki macierzystej, Rossiya Segodnya⁴⁵.

W swoim najnowszym raporcie Departament Bezpieczeństwa Wewnętrznego (DHS) odniósł się do stanu współpracy z Agencją Bezpieczeństwa Cybernetycznego i Infrastruktury (CISA). DHS zauważył, że ogólny nacisk przesunął się w kierunku ochrony infrastruktury wyborczej przed zagrożeniami fizycznymi i cybernetycznymi, nieumyślnie zmniejszając ogólną zdolność do przeciwdziałania dezinformacji związanej z wyborami. Instytucje podkreśliły między innymi, że poziom współpracy z platformami mediów społecznościowych wyraźnie spadł w porównaniu z okresem po 2022 r. DHS wezwał do opracowania i wdrożenia krajowego planu strategicznego opartego na ryzyku w celu wzmocnienia bezpieczeństwa i odporności krajowej infrastruktury wyborczej⁴⁶. Raport stanowi dobry przykład mapowania podatności na zagrożenia i autorefleksji.

43 Khimiak, Anton. „Wybory do Parlamentu Europejskiego 2024: Rosyjska dezinformacja w akcji” Centrum Medialne Kryzysu na Ukrainie. Dostęp 02.10.2024. <https://uacrisis.org/en/european-parliamentary-elections-2024-russian-disinformation-in-action>.

44 Departament Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych. 2024. Oświadczenie popierające nakaz zajęcia w ramach zagranicznej kampanii złośliwego wpływu Doppelganger.

45 Departament Stanu USA. 2024. Ostrzeżenie świata przed globalnymi tajnymi działaniami RT.

46 Cuffar, Joseph V. 2024. DHS Improved Election Infrastructure Security, but Its Role in Countering Disinformation Has Been Reduced. Pod redakcją Biura Inspektora Generalnego.

Wcześniej w 2024 r. federalna amerykańska Komisja Wspierania Wyborów zwiększyła środki przeznaczone na bezpieczeństwo wyborów, aby pokryć wykorzystanie generatywnej sztucznej inteligencji do dezinformacji. Hrabstwa mogą uzyskać dostęp do tych funduszy, m.in. w celu promowania edukacji wyborców w zakresie sztucznej inteligencji oraz promowania technologii przeciwdziałania dezinformacji⁴⁷. Oprócz inicjatyw ogólnokrajowych integralność wyborów jest chroniona również na poziomie stanowym. Na przykład, North Carolina State Board of Elections (NCSBE) opracowało notatkę na temat dezinformacji ogólnie i tej związanej z wyborami, wymieniając własne inicjatywy. Po podsumowaniu NCSBE zaangażowało się w szereg działań edukacyjnych, takich jak cotygodniowa seria Mythbuster, udostępnianie informacji sprawdzonych pod kątem faktów oraz wskazówki dla internautów dotyczące zgłaszania dezinformacji⁴⁸.

Sektor prywatny i organizacje społeczeństwa obywatelskiego w ramach przeciwdziałania dezinformacji

Role podmiotów sektora prywatnego w przestrzeni informacyjnej są zróżnicowane:

- firmy zajmujące się mediami społecznościowymi zapewniają platformy umożliwiające wymianę informacji,
- media (takie jak serwisy informacyjne) działają jako twórcy treści i brokerzy informacji,
- inne firmy dostarczają rozwiązania ułatwiające tworzenie treści, narzędzia dla badaczy i analityków itp.

Największym problemem jest niewywiązywanie się z powyższych zadań przez platformy społecznościowe i firmy technologiczne, co staje się coraz bardziej palącą kwestią w kontekście zbliżających się wyborów. 18 września Google, Adobe, Microsoft i Meta zostały wezwane do stawienia się przed Komisją Wywiadu Senatu USA i złożenia zeznań w sprawie ograniczenia dezinformacji związanej z wyborami. Według portalu *the Wired*⁴⁹ wystąpienie publiczne zakończyło się tylko częściowym sukcesem. Meta zgodziła się usunąć Sputnik i RT z Facebooka,

⁴⁷ NACO. „U.S. Election Assistance Commission expands use of election security funds to include countering AI-generated disinformation”. Ostatnia modyfikacja 27.02.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://www.naco.org/news/us-election-assistance-commission-expands-use-election-security-funds-include-countering-ai>.

⁴⁸ NCSBE. 2024. „Wprowadzanie w błąd i dezinformacja” Dostęp 07.10.2024. <https://www.ncsbe.gov/about-elections/election-security/combating-misinformation>.

⁴⁹ Dell Cameron. „US Senate Warns Big Tech to Act Fast Against Election Meddling”. *Wired*. Ostatnia modyfikacja 18.09.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://www.wired.com/story/senate-hearing-with-us-tech-providers-on-election-threats/>.

a firmy technologiczne zobowiązały się do przeciwdziałania zagrożeniom stwarzanym przez generatywną sztuczną inteligencję poprzez oznaczanie i znakowanie treści. Niestety prezes X (dawniej: Twittera), Elon Musk, nie pojawił się przed komisją. Inną nieobecną platformą mediów społecznościowych (choć nie przywołaną) był TikTok.

Microsoft Threat Analysis Center pozostaje jednym z najbardziej zaawansowanych i wyspecjalizowanych organów zajmujących się identyfikacją i ujawnianiem operacji wpływu. Oprócz doniesień MTAC na temat rosyjskiego zaangażowania w amerykańską przestrzeń informacyjną Centrum ujawniło irańskie sieci prowadzące kampanię w imieniu Harris⁵⁰. Wysiłki Irańczyków zostały również zakłócone przez OpenAI, fundację rozwijającą ChatGPT⁵¹.

Organizacje społeczeństwa obywatelskiego zazwyczaj angażują się w edukację nieformalną, badania lub sprawdzanie faktów. Do najbardziej rozpoznawalnych należą prace Countering Disinformation, konsorcjum Międzynarodowej Fundacji na rzecz Systemów Wyborczych (IFES), Międzynarodowego Instytutu Republikańskiego (IRI) i Narodowego Instytutu Demokratycznego (NDI). Countering Disinformation angażuje się w budowanie zdolności, wzmacnianie odporności społecznej na dezinformację, opracowywanie ogólnosektorowych norm i standardów, wspieranie organów zarządzających wyborami oraz identyfikację dezinformacji związanej z wyborami.

Podsumowanie

Jak opisano na początku analizy, krajobraz dezinformacji w USA stanowi wyzwanie, z którym muszą się zmierzyć amerykańskie instytucje i opinia publiczna. Pomimo ograniczonej współpracy ze strony dużych platform mediów społecznościowych amerykańskie instytucje, media i społeczeństwo obywatelskie dokładają ogromnych starań, aby zmniejszyć szkody powodowane przez dezinformację.

Udokumentowane istnienie zagranicznych ingerencji, opisane w odpowiednich podrozdziałach tego dokumentu, spotyka się z wysiłkami mającymi na celu wzmocnienie odporności społecznej na dezinformację.

⁵⁰ MTAC. 09.08.2024 Iran steps into US election 2024 with cyber-enabled influence operations. <https://cdn-dynmedia-1.microsoft.com/is/content/microsoftcorp/microsoft/final/en-us/microsoft-brand/documents/5bc57431-a7a9-49ad-944d-b93b7d35d0fc.pdf>.

⁵¹ OpenAI. 2024. "Disrupting a covert Iranian influence operation." Ostatnia modyfikacja 16.08.2024. Dostęp 07.10.2024. <https://openai.com/index/disrupting-a-covert-iranian-influence-operation/>.

mację, weryfikację faktów i usuwanie treści. Rozmiar i skuteczność dezinformacji, zwłaszcza w kontekście wyborów krajowych, pozostaje tematem niedostatecznie zbadanym.

Negatywny wpływ na coraz bardziej spolaryzowanych wyborców jest być może najbardziej charakterystyczny dla amerykańskich wyborów od 2016 r. Wraz z coraz powszechniejszym wykorzystaniem generatywnej sztucznej inteligencji trudniej jest identyfikować i ujawniać wpływy zagraniczne, zwłaszcza przy masowym zaangażowaniu podmiotów krajowych.

Najważniejszą lekcją wyciągniętą z dotychczasowych wyborów prezydenckich w USA, a także z wyborów do Parlamentu Europejskiego opisanych w odpowiednim podrozdziale jest prawdopodobnie znaczenie edukacji i zwiększania zaufania społecznego do instytucji publicznych. Tylko obywatele, którzy zostali dobrze wyposażeni w umiejętność krytycznego myślenia przez formalnych i nieformalnych edukatorów, wspierani przez godne zaufania instytucje działające w imieniu wspólnego dobra, są w stanie oprzeć się obcym ingerencjom i manipulacjom. W szczególności niniejszy raport docenia działania władz USA i społeczeństwa obywatelskiego w tym zakresie.

Podsumowanie

Porównanie głównych narracji dezinformacyjnych

Falszowanie wyborów

Narracją pojawiającą się we wszystkich 5 opisywanych państwach (w różnych formach) była ta sugerująca potencjalne fałszerstwa wyborcze. Podnoszono w niej zarzuty wobec organów odpowiedzialnych za organizację i przebieg wyborów. Oprócz tych najoczywistszych oskarżeń, takich jak manipulacja podczas liczenia głosów czy dorzucanie kart do urn wyborczych, pojawiały się także takie o udostępnianiu wyborcom długopisów ze znikającym atramentem czy też sztucznym powiększaniu populacji wyborców w danym regionie.

Potencjał na przyjmowanie przez społeczeństwo tego rodzaju dezinformacyjnych treści może mieć różne ugruntowanie. Na przykład w Senegal, gdzie twierdzono, że manipuluje się rejestrem wyborców w konkretnej części kraju, nie był to pierwszy raz, kiedy tego rodzaju dezinformacyjna narracja została podniesiona. Oskarżenia te, teraz jak i wcześniej, dotyczyły obozu byłego już prezydenta Macky'ego Salla i odnosiły się do części kraju, z której polityk pochodzi. Powtarzanie się przekazu o fałszowaniu wyborów oraz sposobów, w jaki rzekomo do tego dochodzi miało miejsce również na Tajwanie, gdzie zarzuty o sztuczne wypełnianie urn głosami czy też manipulowanie przy ich liczeniu było obecne również przy okazji poprzednich wyborów. Z kolei przykład Meksyku pokazuje, że aktorzy dezinformacji wykorzystali historyczne traumy związane z procesem fałszowania wyborów. Jednym z głównych elementów zasilających możliwe przekonanie obywateli Meksyku o próbach manipulowania wynikami wyborów są wydarzenia z 1988 roku, kiedy to pojawiły się powszechne doniesienia o oszustwach, a system komputerowy liczący głosy zawiódł.

Zaobserwowano również bezpodstawne oskarżenia mające przekonać opinię publiczną o możliwym oszustwie wyborczym ze strony przeciwników politycznych. Z taką sytuacją mieliśmy do czynienia w USA, gdzie zwolennicy Donalda Trumpa sugerowali, że dojdzie do prób manipulacji ze strony „reżimu Bidena”, aby uniemożliwić byłemu prezydentowi ponowne zasiadanie w Białym Domu. W tym wypadku aktorzy dezinformacji nie skupiali się na tym, w jaki sposób miałyby dojść do potencjalnych fałszerstw, a jedynie na tym, że (ich zdaniem) na pewno do nich dojdzie.

O sile i zagrożeniu ze strony tego rodzaju fałszywych twierdzeń może świadczyć fakt, że w Republice Południowej Afryki w 2024 roku odnotowano historycznie najniższą frekwencję wyborczą. Teza o fałszowaniu wyborów była tam najistotniejszą i najpopularniejszą z narracji dezinformacyjnych.

Ingerencja USA i przejęcie kraju przez bliżej nieokreślone siły

Przekaz o potencjalnym zagrożeniu wynikającym z zaangażowania USA bądź innego rodzaju sił był również istotnym elementem dezinformacji wyborczej w 3 z 5 opisywanych państw. Jedynie w Meksyku i USA tego rodzaju tezy nie zostały zidentyfikowane jako znaczące w trakcie procesów wyborczych w 2024 roku.

Na Tajwanie i w RPA promowano tezy jakoby USA angażowało się w popieranie konkretnych stron sceny politycznej w tych państwach w celu doprowadzenia do konfliktów zbrojnych. W Republice Południowej Afryki miałyby być to wojna domowa, inspirowana działaniami CIA, toczona o prowincję KwaZulu-Natal. Na Tajwanie rezultatem amerykańskich wpływów byłaby wojna z Chinami z powodu umacniania ruchów niepodległościowych Tajpej.

Warto wspomnieć, że w amerykańskiej kampanii odnotowano wykorzystanie tematu konfliktów z udziałem USA. Sugerowano, że potencjalna eskalacja walk na Bliskim Wschodzie (z udziałem amerykańskich wojsk) lub rozpętanie III wojny światowej mogłoby posłużyć do kontrolowania sytuacji politycznej w USA.

Nieco inny kierunek obrali aktorzy dezinformacji w Senegalu. O ile dopuszczali się sugerowania ingerencji sił w celu manipulacji wynikami wyborów, to nie były one jasno określone. Pojawiały się doniesienia o „zorganizowanych siłach” czy „siłach okultystycznych”, które miałyby zacząć działać w celu wprowadzenia chaosu w kraju w wypadku przegranej jednej ze stron.

Główne platformy dystrybucji treści dezinformacyjnych w mediach społecznościowych

Biorąc pod uwagę całościowy obraz narracji dezinformacyjnych w 5 opisywanych państwach, najpopularniejszymi platformami były Facebook i X. Dla przykładu, w RPA 68% zgłoszeń potwierdzonych jako dezinformacja pochodziło z serwisu X. Warto tu jednak zaznaczyć, że pomimo istotnego udziału tej platformy w rozprzestrzenianiu się fałszywego przekazu, nie jest to serwis, który ma najwięcej użytkowników w danych państwach. Często jest on wyprzedzany pod tym względem przez dominującego te statystyki Facebooka czy też TikToka oraz YouTube. Podobna sytuacja miała miejsce również w USA. Chociaż Facebook pozostaje tam najpopularniejszym serwisem społecznościowym, głównym kanałem rozpowszechniania dezinformacji jest X. Można zakładać, że takie wyniki serwisu X, jeżeli chodzi o obecność treści dezinformacyjnych wynikają z łagodnej polityki portalu co do usuwania tego rodzaju przekazu.

Warte podkreślenia jest również zaangażowanie aktorów dezinformacji na TikToku. W RPA było to drugie najczęściej używane źródło do promowania fałszywych treści, zaś rząd Senegalu uznał, że jest to „sieć preferowana przez złośliwych ludzi do rozpowszechniania nienawistnych i wywrotowych wiadomości zagrażających stabilności kraju”. Ciekawym zagadnieniem jest również przełamanie stereotypu, że TikTok jest platformą dla młodych. Przykład Tajwanu pokazał, że korzystają z niej zarówno młodszy, jak i starsi uczestnicy dyskursu w mediach społecznościowych.

Istotny, acz trudnym do analizowania medium jest również WhatsApp. W Meksyku 96% użytkowników Internetu aktywnie korzysta z tej aplikacji. W Senegalu jest ona najpopularniejszą platformą mediów społecznościowych z ponad 5 milionami aktywnych użytkowników. Fakt, że jest to narzędzie szyfrujące korespondencję oraz to, że w jego ramach funkcjonuje się w zamkniętych grupach odbiorców zdecydowanie utrudnia pokazanie pełnego obrazu tego jak rozchodzą się tam treści dezinformacyjne. Rozbijanie tego rodzaju prywatnych, hermetycznych baniek informacyjnych może stanowić jedno z największych wyzwań w walce z dezinformacją przy kolejnych procesach wyborczych na całym świecie.

Telegram również pojawił się w niektórych analizach dotyczących platform. Interesujący może wydawać się fakt, że jest to platforma, która zajęła drugie miejsce pod względem promowania treści dezinformacyjnych w USA. Może to świadczyć o silnym zaangażowaniu prorosyjskich aktywistów w wyścig prezydencki w Waszyngtonie.

Należy wspomnieć również o YouTube, który jest najpopularniejszą platformą na Tajwanie i odegrał tam istotną rolę w promowaniu treści dezinformacyjnych. Serwis ten stanowił podatny grunt dla filmów generowanych przez sztuczną inteligencję, promujących fałszywe tezy. Dodatkowo platforma jest polem dla propagandy Komunistycznej Partii Chin. W kontekście Tajwanu pojawiła się również popularna w Azji aplikacja Line. Podobne założenia i funkcjonowanie tej platformy jak w przypadku WhatsApp powodują jednak trudności w śledzeniu pojawiających się tam treści oraz przeciwdziałaniu rozprzestrzenianiu się fałszywych przekazów.

Wnioski

Podstawowym zaobserwowanym trendem były próby delegitymizacji władz przy wygranej konkretnej opcji politycznej. Dojść do tego miałyby za sprawą sugerowania, że proces wyborczy był zmanipulowany, w efekcie czego doszło do sfalszowania wyników głosowania. Na podstawie obserwacji narracji dezinformacyjnych w czasie procesu wyborczego na Tajwanie, w Meksyku, USA, Senegal, RPA, Polsce oraz licznych krajach Unii Europejskiej, można postawić tezę, że trend „fraud election” jest głównym bądź jednym z głównych obecnych przy procesach wyborczych w 2024 roku.

Miało to różne podstawy, w Meksyku na przykład lęk przed fałszerstwem wyborczym budowano w oparciu o historyczne wydarzenia, kiedy to dochodziło do przekłamań w ostatecznych wynikach głosowania. W Senegalii wykorzystywano, używaną już we wcześniejszych wyborach, narrację o manipulowaniu rejestrem wyborców. Na Tajwanie jest to proces długofalowy, obecny szeroko również przy poprzednich wyborach, a do tego sterowany przez chiński aparat, którego celem jest ulokowanie tam władzy, która da kres niepodległościowym ruchom w Tajpej. Natomiast w USA wykorzystywano to jako ogólny slogan i przedstawiano jako jedyną opcję potencjalnej porażki jednego z kandydatów.

Tego rodzaju narracje są bardzo niebezpieczne, ponieważ mogą infekować wyborców na wiele sposobów. Pierwszy – główny – to ten w którym już zawczasu odbiera się legitymację demokratycznej stronie, która jest celem takich ataków, na wypadek jej wygranej. Może to stanowić podstawy do ruchów mających na celu negowanie wszelkich działań i wytycznych administracji państwowej. Jest to szczególnie niebezpieczne z perspektywy stabilizacji społeczeństwa i państwa po potencjalnej zmianie władzy na skutek wyborów. Drugim zagrożeniem płynącym z trendu dezinformacyjnego o rzekomo fałszowanych wyborach jest wpływ na frekwencję. Przykład tego widoczny był w RPA, gdzie najsilniej promowaną narracją dezinformacyjną w kontekście wyborów była ta o ich fałszowaniu. Można zakładać, że był to jeden z powodów, dla którego w 2024 roku odnotowano historycznie najniższą frekwencję wyborczą w tym kraju.

Ponieważ tego typu narracje ocierają się o teorie spiskowe, trudno z nimi realnie walczyć. Można pokazywać działania aktorów dezinformacji z różnych państw, wskazywać ich cele, a także schematy działań i zachowania, jednakże to odbiorca musi podjąć decyzję co go bardziej przekonuje. Sama informacja, że nie ma dowodów i podstaw do twierdzenia, że dany proces wyborczy został zmanipulowany, może zostać odebrana przez zwolenników i promotorów takiej narracji dezinformacyjnej jako kolejny dowód na kłamstwo wyborcze i dawać paliwo do twierdzeń, że obecna władza nie będzie wykazywać, że została wybrana nielegalnie. W świetle popularności zaobserwowanego trendu można zakładać, że będzie on nadal obecny przy kolejnych, zbliżających się w 2024 i 2025 roku wyborach na całym świecie.

Rekomendacje

Przykłady wszystkich krajów pokazały, że podstawową i najważniejszą linią obrony przed dezinformacją jest świadome społeczeństwo obywatelskie. Ważnym elementem może być również sprawna współpraca z platformami, ale w tym aspekcie wiele zależy od ich dobrej woli i interpretacji regulaminu.

Im szersza wiedza wśród obywateli na temat tego, czym jest dezinformacja, jakie środki są wykorzystywane przez aktorów dezinformacji i jak są rozprzestrzeniane, tym skuteczniej można z tym zjawiskiem walczyć. Aby szeroko i skutecznie edukować obywateli w tej kwestii, niezbędne jest zaangażowanie instytucji państwowych. Zaangażowanie organizacji pozarządowych może również pomóc w tworzeniu odporności społeczeństwa na dezinformację.

Podsumowując, podstawową rekomendacją i wnioskiem płynącym z powyższych analiz jest potrzeba budowania szerokiej świadomości obywatelskiej w kwestii dezinformacji. Podstawowym filarem takich działań powinny być instytucje państwowe, a tam gdzie to możliwe, zaangażowanie organizacji pozarządowych oraz samych platform.



bezpieczne
wybory

NASK