

FAKE NEWSY NA TEMAT WOJNY W UKRAINIE W ŚWIETLE PROJEKTU „ZGŁOŚ TROLLA”

Małgorzata Kowalska-Chrzanowska

 orcid.org/0000-0002-2839-5732

Instytut Badań Informacji i Komunikacji
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Przemysław Krysiński

 orcid.org/0000-0001-7946-3515

Instytut Badań Informacji i Komunikacji
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

ABSTRACT

Fake news about the war in Ukraine in the light of the “Report the Troll” project

Since the Russian invasion of Ukraine on February 24th, 2022 the Internet, especially in social media, has seen an increase in disinformation activities about the ongoing conflict, the West’s reaction, government policy in Kiev, and the population of Ukrainian origin itself. The aim of the article is to analyze suspicious content related to this conflict, reported via the zglostrolla.pl website. On the basis of nearly 20 thousand entries, collected in the first six weeks of the project, the authors try to determine the most frequent types of entries submitted by Internet users, their sources and topics. They also try to answer questions about the scope of entries and identify top disinformation accounts.

Keywords: Internet, disinformation, fake news, war in Ukraine, “Report the Troll”, Brand24, NASK

Wprowadzenie

Przekazywanie fałszywych lub zmanipulowanych informacji jest zjawiskiem powszechnym. Z jednej strony stanowi element komunikacji, z drugiej – formę uzyskiwania określonych korzyści. Inspiracji do generowania tego rodzaju treści dostarcza sama rzeczywistość. Kwestie takie jak rozwój sieci 5G, loty na Księżyc

czy pandemia COVID-19 rozgrzewają opinię publiczną i dają asumpt do tworzenia teorii spiskowych. Doskonałym przykładem wykorzystania sfery informacyjnej do szerzenia nieprawdy jest także tocząca się od 24 lutego 2022 r. wojna w Ukrainie. Równoległe do działań zbrojnych za polską wschodnią granicą internet zalewa bowiem fala fake newsów.

Fake news („fałszywa wiadomość”) jest terminem, który posiada wiele definicji. W wyjaśnianiu jego istoty przyjmuje się szerszą i węższą perspektywę. W węższej – oznacza fałszywą treść, którą zweryfikować można na podstawie rzetelnych i wiarygodnych źródeł informacji, w szerszej – całe spektrum mechanizmów wykorzystywanych do zniekształcania wiadomości, służących kreowaniu określonych zachowań i postaw społecznych (Martens, Aguiar, Gomez-Herrera, Mueller-Langer 2018). Analizując istotę fake newsa w węższym ujęciu, większość badaczy przyjmuje, że jest to wiadomość zawierająca treści dezinformacyjne, nawiązujące kontekstem do prawdziwych wydarzeń. Nie jest to więc ani pomyłka dziennikarska, ani komunikat oparty na nierzetelnych źródłach, ani też celowo spreparowane kłamstwo, choć powstaje – podobnie jak to ostatnie – intencjonalnie z zamiarem wprowadzenia odbiorcy w błąd czy też wypaczenia percepcji rzeczywistego świata (Bąkowicz 2019). Tworzony przez nadawcę w celu osiągnięcia wymiernych korzyści (finansowych, wizerunkowych, politycznych) nierzadko wykorzystuje sugestywny obraz, agresję językową, retorykę pogardy czy mowę nienawiści (Cegiela 2020).

Chociaż wielu badaczy dowodzi, że fake newsy coraz częściej wykraczają poza przestrzeń medialną, stając się elementem działań środowisk politycznych czy biznesowych (Lalik 2017; Aldwairi, Alwahedi 2018; Harari 2018; Lipiński 2018), to bez wątpienia to właśnie media stanowią główną arenę ich występowania i to one w mniemaniu wielu odbiorców już poprzez sam fakt publikacji uwiarygodniają tego rodzaju przekaz (Talarek 2012).

Współcześnie najwięcej fake newsów pojawia się w internecie (na vlogach, w serwisach WWW, w mediach społecznościowych). Jak wskazuje Katarzyna Bąkowicz, każdy fake news tworzony w sieci bazuje na trzech komponentach: narzędziach lub usługach, platformach społecznościowych i motywacji. Pierwszym są rozmaite portale i strony internetowe publikujące treści. Drugi tworzą serwisy społecznościowe, stanowiące najpopularniejszą i najszybszą formę rozpowszechniania informacji pochodzących z portali i serwisów, wyposażone w specjalne algorytmy śledzące działania użytkownika w sieci i dostosowujące pod tym kątem wyświetlaną mu treść. Trzecim elementem jest motywacja, a w zasadzie cel tworzenia fake newsów. Każdy fake news jest wyrazem intencjonalnego działania nadawcy i wiąże się z osiągnięciem określonych zamierzeń (np. zysk, polaryzacja społeczeństwa, wywołanie chaosu informacyjnego) (Bąkowicz 2019).

Najczęściej przyjmowanym przez badaczy kryterium kategoryzacji fake newsów jest kryterium treściowe. Z uwagi na nie wyróżnia się takie rodzaje fake newsów jak: satyra lub parodia (*satire or parody*; przedstawianie zabawnych, lecz fałszywych informacji w taki sposób, jakby były prawdziwe), fałszywe połączenie (*false connection*; zestawienie obrazu, nagłówka lub podpisu z nieadekwatną treścią; używanie sensacyjnego języka, aby zwiększyć liczbę kliknięć), fałszywy kontekst

(*false context*; opisywanie treści, które są autentyczne, ale zostały przeformułowane w niebezpieczny sposób), myląca treść (*misleading content*; wprowadzanie w błąd; wykorzystywanie fragmentów cytatów w celu poparcia szerszego punktu widzenia, cytowanie statystyk w sposób zgodny ze stanowiskiem lub decydowanie o nieopisywaniu czegoś), kłamliwa treść (*imposter content*; podszywanie się pod prawdziwe źródła informacji; preparowanie fałszywych lub wprowadzających w błąd treści, które wykorzystują dobrze znane logo lub wiadomości od uznanych osób lub dziennikarzy), zmanipulowana treść (*manipulated content*; zniekształcanie treści, filmów lub obrazów), sfabrykowana treść (*fabricated content*; całkowite fałszowanie treści) (Wardle 2017; Bąkiewicz 2019; Wardle 2020). Niekiedy do fake newsów zalicza się także reklamę, propagandę polityczną oraz manipulację cytatem (Tandoc Jr., Zheng Wei, Ling 2017; Waszak 2017).

Według Nadii M. Brashier i Daniela L. Schactera w społeczeństwie amerykańskim najbardziej podatne na dezinformację są osoby w wieku 65+. Szacuje się, że są one siedem razy bardziej skłonne do interakcji z fałszywymi treściami niż osoby młodsze, które mają świadomość istnienia mechanizmów pozycjonowania i personalizowania treści (Brashier, Schacter 2020).

Zupełnie inne wnioski płyną z raportu „Dezinformacja oczami Polaków 2022” (Mieczkowski, Kowalska 2022). Wynika z nich, że w Polsce na dezinformację najbardziej odporne są osoby w wieku 55+. Osoby te z dużym sceptycyzmem podchodzą do publikowanych treści oraz teorii spiskowych (efekt lat cenzury w PRL). Z kolei o wiele bardziej skore do bezkrytycznego przyjmowania informacji są osoby w wieku 18–34 lat, które wiedzą o świecie czerpią z internetu i mediów społecznościowych. Jak zauważają twórcy raportu,

To bardzo niepokojące z kilku przyczyn. Po pierwsze: w czasach wojny hybrydowej, która toczy się w wielu obszarach w sieci, stają się łakomym kąskiem dla grup wpływów. Łatwo nimi manipulować, świetnie wpisują się w typowego odbiorcę fake newsa, który bezrefleksyjnie poda dalej informację z zakamuflowaną, fałszywą treścią. Po drugie: jeśli nie wyrosną z młodszej naiwności [...] za ich bezrefleksyjność zapłacimy wszyscy: społecznie i gospodarczo (Mieczkowski, Kowalska 2022).

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera inicjowanie projektów mających na celu podnoszenie poziomu edukacji medialnej oraz uruchamianie serwisów fact-checkingowych. Jedną z takich propozycji jest również opisywany w niniejszym artykule projekt „Zgłoś Trolla”.

Założenia i cele projektu „Zgłoś Trolla”¹

Początki projektu „Zgłoś Trolla” wiążą się z wybuchem wojny w Ukrainie 24 lutego 2022 r. W odpowiedzi na pojawiające się fałszywe informacje na temat tego konfliktu zbrojnego w mediach społecznościowych członkowie Studenckiego Koła Naukowego Architektów Informacji, działającego przy Instytucie Badań Informacji i Komunikacji Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, zorganizowali akcję #StopFakeNews, w ramach której na oficjalnych kontach instytutowych w serwisach społecznościowych Facebook i Instagram publikowane były poradniki dotyczące rozpoznawania fałszywych informacji w internecie oraz przykłady dezinformacji.

W tym samym czasie pojawiła się propozycja wzięcia udziału w akcji zorganizowanej wspólnie przez firmę Nieagencja oraz Brand24 pod niewiele wtedy mówiącym tytułem „Zgłoś Trolla”. Pomysłodawcy tej inicjatywy, od lat działający w branży informatycznej, na co dzień zajmują się monitoringiem internetu i mediów społecznościowych. Brand24 jest twórcą narzędzia do zbierania publicznych wzmianek na temat marek, produktów itp. Z kolei Nieagencja specjalizuje się w tworzeniu i wdrażaniu strategii komunikacji, obsłudze mediów społecznościowych oraz realizacji kampanii reklamowych. Kilka dni po wybuchu wojny w Ukrainie uruchomiono stronę internetową www.zglostrolla.pl. Twórcy projektu postanowili oprzeć działanie aplikacji na mechanizmie wykorzystującym formularz Google. W praktyce każdy użytkownik sieci mógł zgłosić adres internetowy prowadzący do witryny zawierającej nieprawdziwą informację. Należało jedynie dokonać wyboru odpowiedniej kategorii mediów (np. Facebook, Twitter, Inna) i wkleić odnośnik prowadzący do strony WWW. Po wybraniu przycisku „Prześlij” zgłoszenie² było zapisywane w pliku .csv, którego zawartość była na bieżąco aktualizowana i uzupełniana.

Celem projektu miało być przede wszystkim zapobieganie szerzeniu się dezinformacji poprzez usuwanie nieprawdziwych wpisów i blokowanie fejkowych kont (we współpracy z Naukową i Akademicką Siecią Komputerową – Państwowym Instytutem Badawczym i platformami społecznościowymi). Ponadto miał on służyć także analizie fake newsów pod względem źródeł ich pochodzenia, identyfikacji najczęściej pojawiających się tematów dezinformacji oraz wykrywaniu powiązań kont i profili propagujących fałszywe treści. Informacja o tej inicjatywie rozpropagowana została za pośrednictwem mediów społecznościowych oraz stron fact-checkingowych (m.in. Stowarzyszenia Demagog, Fundacji Reporterów, Portalu organizacji pozarządowych).

Szybko okazało się, że kadrowe zasoby pomysłodawców inicjatywy nie są wystarczające i konieczne będzie większe wsparcie. W pierwszych dniach funkcjonowania strony internauci potrafili zgłosić kilkaset nieprawdziwych adresów internetowych, których bieżąca weryfikacja była praktycznie niemożliwa. W związku z tym do akcji

1 Opisu założeń projektu, metodyki oceny zgłoszeń, ich liczby oraz źródeł pochodzenia dokonano z autopsji. Autorzy artykułu są bowiem uczestnikami opisywanego projektu.

2 W niniejszym tekście określenia *zgłoszenie*, *wzmianka*, *post* czy *wpis* traktowane są synonimicznie.

włączono dwoje pracowników naukowych i 30 studentów kierunku architektura informacji z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Zespół oceniający podzielono na cztery mniejsze grupy, których pracami kierowali tzw. liderzy. Przy tak dużej liczbie weryfikatorów i hiperłączy wymagających sprawdzenia konieczne było wyznaczenie osób zajmujących się koordynowaniem prac wśród studentów i wyznaczaniem ich zadań. Proces weryfikacji wpisów poprzedziły odpowiednie szkolenia. W ich trakcie przedstawiciele Brand24 wspólnie z wykładowcami z UMK instruowali studentów, w jaki sposób rozpoznawać nieprawdziwe informacje i jak je oznaczać. Projekt służył więc także podniesieniu poziomu edukacji medialnej studentów.

Okres pierwszych prac przypadł na czas tzw. luzowania obostrzeń związanych z kolejną falą pandemii, dlatego też w procesach organizacji pracy ważną rolę odgrywały narzędzia służące zdalnej komunikacji – Zoom, MsTeams, Google Meet oraz Dokumenty Google. Poza tym szczególne znaczenie miały dyspozycyjność i lepsze zarządzanie czasem. Nie bez znaczenia była także odległość, która w tej sytuacji nie stanowiła problemu – osoby prowadzące szkolenia wykonywały swoją pracę w siedzibie firmy w Warszawie lub Wrocławiu, z kolei członkowie zespołu łączyli się ze swoich domów.

Metodyka oceny zgłoszeń

Proces oceny zgłoszeń podzielono na kilka etapów. W pierwszym dokonywano przydziału wpisów do poszczególnych osób. Wykazy zgłoszeń napływały w postaci pliku Excel. Każda osoba, biorąca udział w projekcie, tygodniowo oceniała od 40 do 200 wpisów. Następnie dokonywano weryfikacji treści. Po wyborze hiperłącza i przejściu na zgłoszoną stronę WWW należało stwierdzić, czy dana treść jest rzeczywiście fake newsem, czy też nosi znamiona ironii, sądu lub indywidualnej opinii. Aby ułatwić studentom różnicowanie tych form przekazu, przyjęto roboczą definicję *fake newsa*, zakładając, że jest to wiadomość (wzmianka, wpis, notatka) zawierająca fałszywą treść, tworzona celowo z intencją wprowadzenia odbiorców w błąd, wyposażona w przesadzone lub sensacyjne nagłówki, żerująca na emocjach, niskich instynktach i antagonizmach społeczno-kulturowych. W celu weryfikacji wiadomości sięgano do oficjalnych źródeł agencyjnych (radiowych, prasowych, telewizyjnych, internetowych) i stosowano krzyżową metodę weryfikacji źródeł (daną wiadomość sprawdzano w minimum trzech niezależnych źródłach wtórnych). Ponadto wymagano uzyskania trzech zgodnych werdyktów, w tym jednego analityka firmy Brand24 lub jednego pracownika naukowego.

Po weryfikacji treści konieczne było odpowiednie oznaczenie wiadomości (również w pliku Excel). Na potrzeby raportowe zespół „Zgłoś Trolła” przyjął kilka następujących skrótów:

- AU – antyukraińskie poglądy;
- PR – prorosyjskie poglądy/anty-Zachód/anty-NATO;
- PL – o Polsce, polityka, poglądy nacjonalistyczne;

- NR – *not relevant/false alarm*/zgłoszenie nieprawdziwe;
- M – monitoring kont, które usunęły treści dezinformacyjne;
- ANT – dezinformacja o szczepionkach, informacja powiązana z antyszczepionkowcami.

Chociaż głównym celem projektu było identyfikowanie i eliminowanie wpisów dezinformacyjnych związanych z wojną w Ukrainie, szybko okazało się, że zgłaszane są także treści negujące pandemię COVID-19 i krytykujące akcje szczepień. Dlatego po upływie trzech tygodni trwania projektu do oznaczeń dodano także ww. skrót ANT. Ponieważ zdarzały się sytuacje, że wcześniej zgłoszona wzmianka w momencie weryfikacji była już usunięta, oznaczano ją skrótem M, co miało sygnalizować uczestnikom projektu, że dane konto/stronę należy poddać ponownej ocenie na dalszym etapie trwania prac. Ponadto przyjęto zasadę, że każdy wpis może być oznaczony kilkoma symbolami.

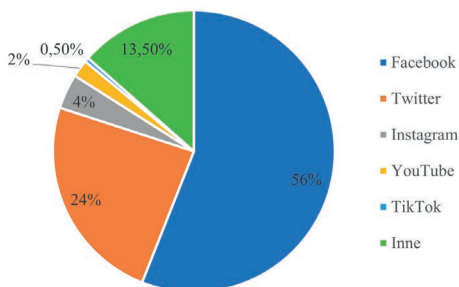
Kolejnym etapem było ujednoczenie nadanych skrótów (np. kolejności ich występowania), pogrupowanie postów w odpowiednie kategorie oraz przesłanie pliku z wynikami oceny do Brand24. Stąd, po weryfikacji poprawności analiz, plik kierowany był do NASK oraz administratorów serwisów społecznościowych i stron WWW w celu usunięcia wpisów lub blokowania kont w mediach społecznościowych.

Liczba i źródła zgłoszeń

W pierwszych sześciu tygodniach trwania projektu „Zgłoś Trolła”, tj. od 12 marca do 24 kwietnia 2022 r. za pośrednictwem strony zglostrom.pl napłynęły 19 804 zgłoszenia, które poddano weryfikacji. Pierwszy etap prac objął okres od 12 marca do 5 kwietnia 2022 r. W tym czasie nadesłano łącznie 3800 adresów internetowych, z których 1824 pochodziło z Facebooka, 912 z Twittera, 418 z Instagrama, 152 z YouTube, 38 z platformy TikTok, a 456 z innych stron internetowych. Drugi etap prac objął okres od 6 do 24 kwietnia 2022 r. W tym okresie liczba zgłoszeń uległa ponad 4-krotnemu zwiększeniu, bowiem za pomocą strony zglostrom.pl nadesłano łącznie 16 004 adresy internetowe, z których 9230 pochodziło z Facebooka, 3896 z Twittera, 417 z Instagrama, 169 z YouTube, 29 z platformy TikTok, a 2263 z innych stron internetowych.

Analizy przeprowadzone na próbie prawie 20 tys. wpisów zgłoszonych w projekcie dowiodły szczególnego natężenia dystrybucji informacji o charakterze antychudźczym i prorosyjskim w mediach społecznościowych (86,5% wszystkich wzmianek) (por. wykres 1). Najwięcej z nich pochodziło z serwisu Facebook (56% wszystkich zgłoszeń). Jedna wzmianka w mediach społecznościowych osiągała średnio ok. 1,2 tys. zasięgu, a wszystkie ogółem wywołały ok. 6,7 mln interakcji. Treści spoza mediów społecznościowych w miarę trwania projektu zaczęły zyskiwać na znaczeniu. Jedna wzmianka generowała ok. 6,8 tys. zasięgu.

Wykres 1. Zgłoszenia poddane weryfikacji w okresie od 12 marca do 24 kwietnia 2022 r. w podziale na źródło pochodzenia

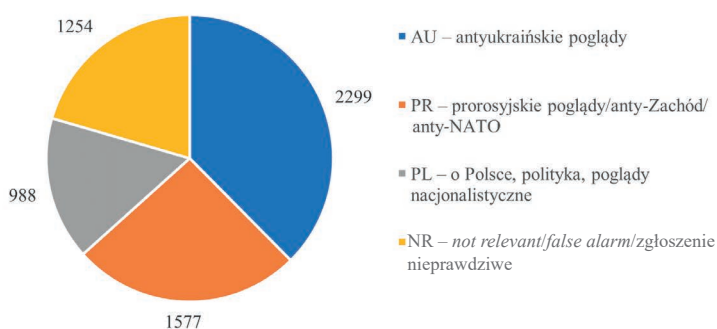


Źródło: opracowanie własne.

Analiza zgłoszeń³

W pierwszym etapie projektu oznaczono 2299 wpisów jako treści antyukraińskie, 1577 jako prorosyjskie, 988 o charakterze nacjonalistycznym i narodowościowym. 1254 wzmianki uznano za zgłoszenia nieprawdziwe (por. wykres 2). Ponieważ każda informacja mogła być opatrzona dowolną liczbą oznaczeń, niektóre treści spełniały wszystkie przyjęte kryteria.

Wykres 2. Kategorie zgłoszeń nadesłane w pierwszym etapie projektu

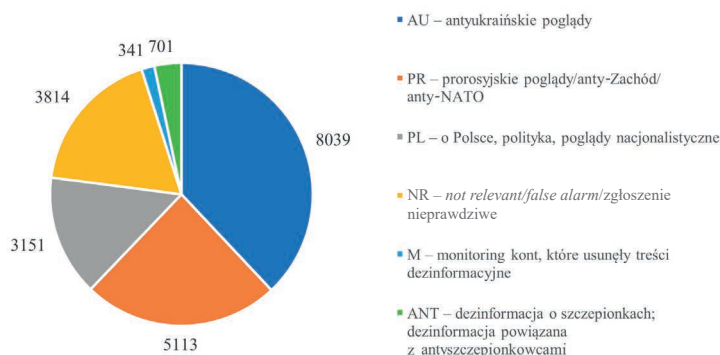


Źródło: opracowanie własne.

³ Z uwagi na to, że pojedyncze wpisy mogły być oznaczane kilkoma symbolami jednocześnie, na wykresach 2 i 3 podano sumaryczną liczbę wystąpień danego symbolu w całym analizowanym materiale, rezygnując z prezentowania występujących między symbolami kombinacji. Z analiz wyłączono także wpisy zdublowane.

W drugim etapie analizy oznaczono 8039 wpisów jako treści antyukraińskie, 5113 jako prorosyjskie, 3151 o charakterze nacjonalistycznym i narodowościowym. Żadnego z przyjętych kryteriów nie spełniało 3814 wzmianek. Z uwagi na to, że w toku prowadzonych prac zauważono duże związki pomiędzy treściami nawołującymi do bojkotu szczepień i wpisami antyukraińskimi, na tym etapie postanowiono wyodrębnić także treści generowane przez antyszczepionkowców (zidentyfikowano 701 zgłoszeń) oraz osoby, które regularnie publikują dezinformacje i je usuwają, w zależności od okoliczności (łącznie wyznaczono 341 takich wpisów) (por. wykres 3).

Wykres 3. Kategorie zgłoszeń nadesłane w drugim etapie projektu



Źródło: opracowanie własne.

Regularna weryfikacja zgłaszanych wpisów pozwoliła nie tylko na ogólną kategoryzację ich treści, ale również na wyłonienie trzech najczęściej pojawiających się grup zagadnieniowych będących przedmiotem dezinformacji.

Najliczniejszą grupę treści utworzyły wpisy dotyczące rzekomej ukrainizacji Polski (łącznie 10 338 wpisów oznaczonych jako AU oraz 4139 jako PL). Odnosiły się one do takich aspektów jak planowane wprowadzenie regulacji cen benzyny na stacjach paliw w całej Polsce, wysiedlanie Polaków i zabór ich mienia w związku z kryzysem uchodźczym czy asymilacją narodu ukraińskiego z polskim, co łączono z nadawaniem Ukraińcom numerów PESEL. Często podnoszono kwestię istnienia specjalnego katalogu świadczeń socjalnych i zdrowotnych przewidzianych z budżetu państwa dla uchodźców. Jednym z najbardziej jaskrawych przykładów była relacja, w której użytkownik Twittera przekonywał o przypadku dyskryminacji pacjentki, której nie udzielono pomocy ze względu na rzekomy brak miejsc i pierwszeństwo w dostępie do służby zdrowia dla osób z Ukrainy. Tak zwany przypadek „Kasi z Ząbek” był szeroko komentowany nie tylko wśród użytkowników Twittera, ale także na Facebooku oraz w popularnych serwisach informacyjnych (Kalinowska-Bartosewicz 2022). W tej grupie treści pojawiły się także wzmianki o charakterze narodowościowym i nacjonalistycznym dotyczące trudnej historii między narodem ukraińskim i polskim. Ich twórcy przywoływali wydarzenia rzezi wołyńskiej,

dowodzili pochodzenia współczesnych uchodźców od banderowskiej frakcji ukraińskich nacjonalistów UPA. Dając upust niewiedzy, antypatiom i nacjonalizmowi domagali się usunięcia flag ukraińskich z polskiej przestrzeni publicznej czy cofnięcia decyzji rządowych w sprawie finansowania pobytu Ukraińców w Polsce. Niemalże zamieszczenie w internecie wzbudził tweet dotyczący tablicy z miejscowości Gładyszów, w którym rozgoryczony użytkownik żalił się na umieszczenie na znaku zapisanej po ukraińsku nazwy miejscowości. Jak się okazało, pojawienie się znaku nie miało nic wspólnego z aktualnymi wydarzeniami, bowiem nazwa widnieje od wielu lat i wiąże się z historią wsi i jej mieszkańców. Niestety, „patriotyczne” obawy podsycali także wpisy niektórych posłów Konfederacji, którzy nie ukrywali swojej atencji wobec polityki wschodniej.

Rys. 1. Wpis dowodzący faworyzowania w Polsce uchodźców z Ukrainy



Źródło: Pani z Dziekanatu (@Beata01373973), *Moja córka nie została dziś wpuszczona przez ochroniarza do urzędu miasta Warszawa-Mokotów...* Twitter.com [https://twitter.com/Beata01373973/status/1504540041086910468?ref_src=twsrc%5Etfw; 17.02.2022].

Rys. 2. Wpis wskazujący na rzekomą ukrainizację Polski poprzez zawłaszczanie przestrzeni publicznej przez ukraińskie flagi umieszczane na budynkach urzędowych



Źródło: Massimiliano Primogiorno, *Stop „Ukrainizacji” Polski*. Petycje.com [https://www.petycjeonline.com/stop_ukrainizacji_polski; 2.02.2022].

Rys. 3. Wpis dowodzący rzekomej ukrainizacji Polski i zmian dokonujących się w jej strukturze społecznej



Źródło: Grzegorz Braun (@GrzegorzBraun_), *To już nie jest pomoc uchodźcom wojennym...* Twitter.com [https://twitter.com/GrzegorzBraun_/status/1512154187072692238; 7.04.2022].

Rys. 4. Wpis dowodzący rzekomych przestępstw popełnianych przez Ukraińców

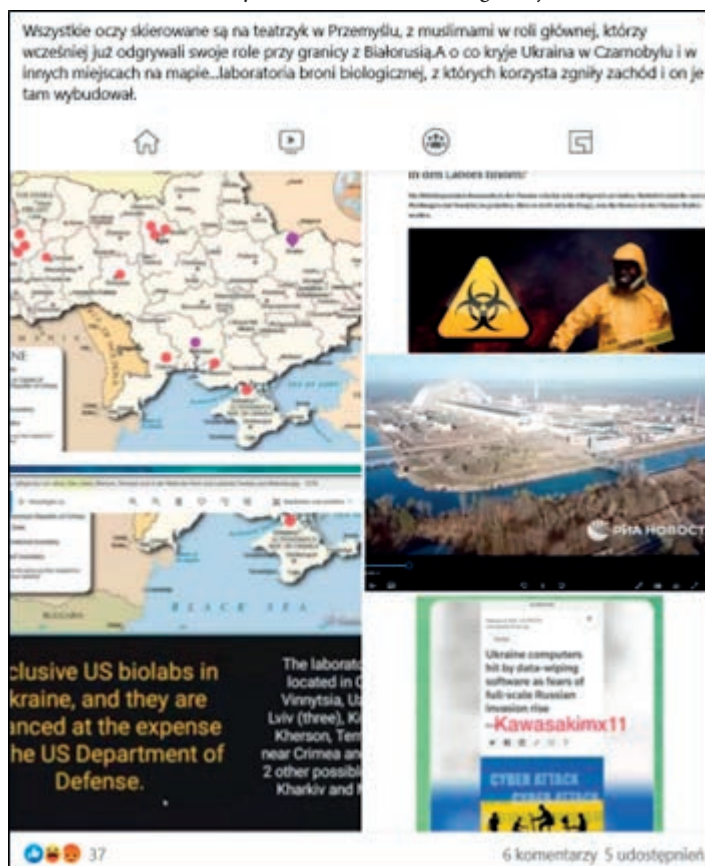


Źródło: katowice_online, *Policja: w ciągu 10 dni uchodźcy z Ukrainy popełnili 789 przestępstw na terenie Polski...* Instagram.com [https://www.instagram.com/p/CayniYuDGWP/; 23.03.2022].

Drugą kategorię stanowiły posty odnoszące się do propagandy rosyjskiej (ogółem 6690 wpisów oznaczonych jako PR), wskazujące na faszycyzację Ukrainy i w związku z tym zasadność putinowskiej inwazji. Do takich treści należały m.in. wpisy dotyczące ulokowania na terenie Ukrainy laboratoriów, w których rzekomo prowadzono prace nad bronią biologiczną, dowodzące brutalności ukraińskich żołnierzy wobec lokalnej ludności z czterech obwodów włączonych do Federacji Rosyjskiej czy też domniemanej mistyfikacji, jakiej miały dopuścić się wojska ukraińskie w trakcie masakry w Buczy i Mariupolu. W tej grupie treści pojawiały się też wzmianki negujące wojnę, podważające sukcesy armii ukraińskiej oraz dowodzące realnego zaangażowania żołnierzy NATO w działania zbrojne. Ponadto w wielu postach udowodniano fakt wykorzystywania wojny przez Stany Zjednoczone do zwiększenia przewagi nad Chinami czy państwo Izrael do stworzenia na terenie południowo-wschodniej Ukrainy bezpiecznego miejsca na wypadek zagrożenia wojną z krajami arabskimi (tzw. Niebiańska Jerozolima) i konieczności przeniesienia go z Bliskiego Wschodu. W szerzeniu nieprawdziwych informacji z tej grupy swój udział miała także publiczna stacja telewizyjna w Polsce, na antenie której eksperci

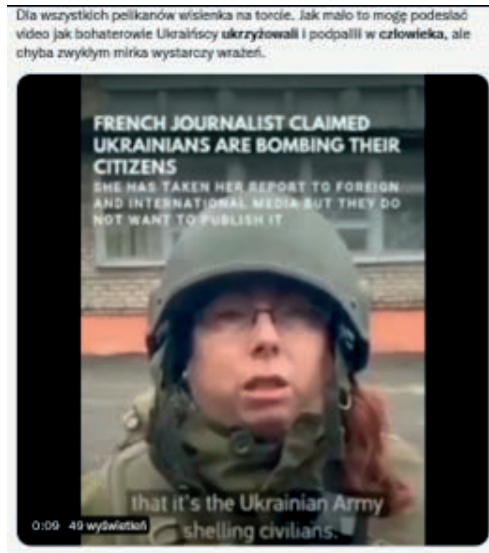
dyskutowali o potencjalnym ataku nuklearnym i konieczności natychmiastowej ewakuacji. Wpisy w mediach społecznościowych, opatrzone zdjęciem telewizora z dezinformującym czerwonym paskiem u dołu ekranu, nie tylko wprowadzały w błąd, ale przede wszystkim przyczyniały się do szerzenia paniki, zwłaszcza wśród starszych użytkowników internetu.

Rys. 5. Wpis dowodzący domniemanego istnienia na terenach Ukrainy laboratoriów broni biologicznej



Źródło: Małgorzata Królicka, *Wszystkie oczy skierowane są na teatrzyk w Przemyślu...* Facebook.com [https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hW6tR7D4HWrZ48qY7T5C72Unr4cfK229jxfuzZK8tJpLHXjJZrUv5MncdNta35Kbl&id=100010619139468&locale=pl_PL; 2.03.2022].

Rys. 6. Wpis dowodzący rzekomego ukrzyżowania człowieka przez ukraińskich żołnierzy



Źródło: Alice (@believein4bros), *Dla wszystkich pelikanów wisienka na torcie...*

Twitter.com [<https://twitter.com/believein4bros/status/1500567006420127749>; 6.03.2022].

Rys. 7. Wpis dowodzący domniemanego niszczenia przez armię ukraińską infrastruktury technicznej na terenach czterech obwodów przyłączonych do Federacji Rosyjskiej

Ukronazisci niszczeniem infrastruktury technicznej na wschodniej Ukrainie potwierdzają, że są tam okupantami. **Rosjanie** tam nie przemieszczają Rosjan, a tylko **pomagają** uwolnić się spod Kijowskiej okupacji mieszkańcom wschodu. To Ukraińcy z zach Ukrainy nie mogą się z tym pogodzić.



Źródło: Ministerstwo Prawdy (@Minister_Prawdy), *Ukronazisci niszczeniem infrastruktury technicznej na wschodniej Ukrainie potwierdzają, że są tam okupantami...* Twitter.com

[https://twitter.com/Minister_Prawdy/status/1551254699550072838; 22.02.2022].

Rys. 8. Wpis dowodzący rzekomego udzielania pomocy cywilom w miastach zniszczonych przez ukraińską armię
scy żołnierze ratują cywili, dobrze ze ich usłyszeli...



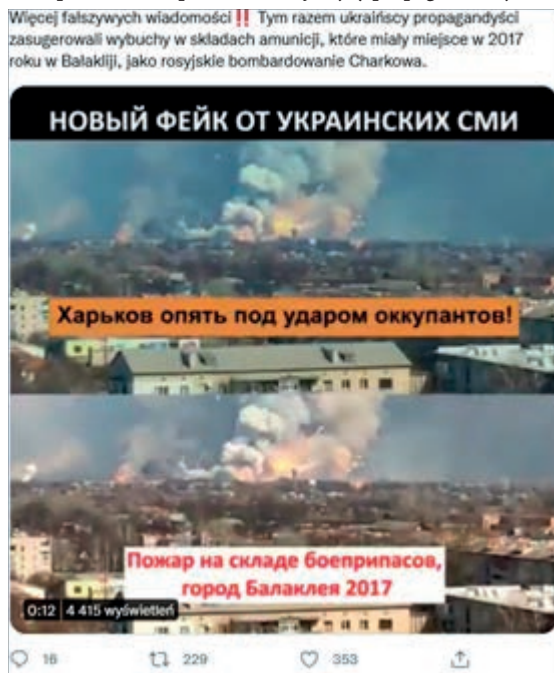
Źródło: Andrzej Stąpel (@andrejstapel), *Tak, ja widziałem i to nie jeden...* Twitter.com [https://twitter.com/andrejstapel/status/1514272287834443778; 13.03.2022].

Rys. 9. Wpis ukazujący rzekomych ukraińskich żołnierzy w kobiecych przebraniach, uciekających z terenów działań wojennych



Źródło: Стаханов-Style [Stahanov-Style], *Очень жёсткое видео из Херсона [Očen žestkoe video iz Hersona]*, VK.com [https://vk.com/video-185598989_456242394; 2.03.2022].

Rys. 10. Wpis negujący sukcesy armii ukraińskiej i dowodzący prowadzenia przez Ukrainę wojny propagandowej



Źródło: Krzychu z Polski (Antysyst), *Więcej fałszywych wiadomości!!!...* Twitter.com [https://twitter.com/ Antysyst/status/1502238258478133249; 11.02.2022].

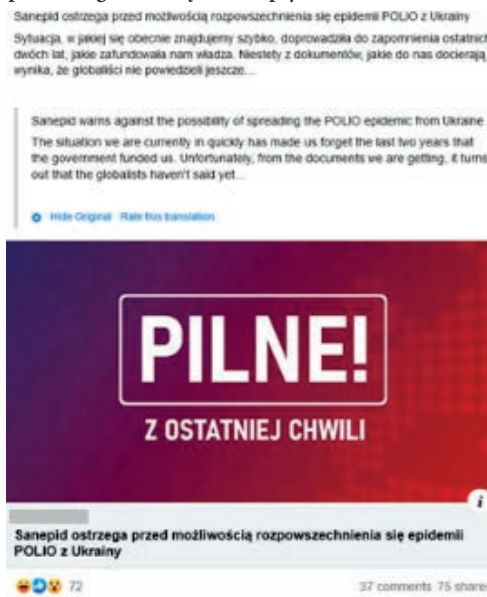
Rys. 11. Wpis dowodzący powstawania „Niebiańskiej Jerozolimy” – nowego żydowskiego państwa na terenie Ukrainy



Źródło: PL 1 TV, *Niebiańska Jerozolima*. YouTube.com [https://www.youtube.com/watch?v=LAU3ktiq5yg; 6.03.2022].

W trzeciej grupie wpisów znalazły się wiadomości łączące wojnę w Ukrainie z pandemią COVID-19 (701 wpisów oznaczonych jako ANT). Ponieważ wybuch wojny rosyjsko-ukraińskiej przypadł na ostatnie tygodnie kolejnej fali pandemii, na profilach osób do tej pory negujących istnienie pandemii oraz aktywnie krytykujących ideę szczepień i wprowadzonych obostrzeń zaczęły pojawiać się wiadomości wskazujące na niewielkie zainteresowanie szczepieniami ze strony uchodźców nie tylko przeciw wirusowi SARS-CoV-2, ale też innym patogenom. Podkreślano, że stanowią oni zagrożenie dla zdrowia Polaków i niosą ze sobą ryzyko wybuchu epidemii zapomnianych już chorób (jak krztusiec, błonica, tężec, odra, świnka, różyczka, polio, gruźlica, zakażenie wywołane Hib, wirusowe zapalenie wątroby typu B). W związku z tym żądano wprowadzenia segregacji sanitarnej.

Rys. 12. Wpis powołujący się na pismo rzeszowskiego Sanepidu, wskazujące rzekomo na ryzyko rozprzestrzenienia się epidemii polio „pochodzenia szczepionkowego” w związku z napływem uchodźców z Ukrainy



Źródło: Kancelaria Lega Artis, *Sanepid ostrzega przed możliwością rozpowszechnienia się epidemii POLIO z Ukrainy*. Facebook.com [https://www.facebook.com/lega.artis/posts/pfbid02cXMEp2nnF7XgWcwiwxXYFYVYmnrRj6od7XGWJyv1ub2L5vTktBEwnjPafq9o7zZfMl?locale=pl_PL; 13.03.2022].

Rys. 13. Rzekoma wypowiedź przedstawiciela WHO na temat zagrożenia rozprzestrzeniania się chorób zakaźnych (w tym COVID-19) na skutek napływu uchodźców z Ukrainy



Źródło: Monika Piechocka, *Do kolejnej PlanDemii 3... 2... 1...* Facebook.com [https://www.facebook.com/aktywistkans/posts/pfbid0L4XQgPUyauTvUv3rxwNN3HdbR3iamRRMwfsBaks7SaGz2wxjxndpFwFbBaCDNZ3xl; 17.03.2022].

Rys. 14. Wpis dowodzący domniemanego niskiego poziomu wyszczepialności uchodźców z Ukrainy



Źródło: neafil, *Powinni znieść wszystkie szczepionki paszporty obostrzenia to jest zart...* Instagram.com [https://www.instagram.com/p/CbH2lCSsM6i; 15.03.2022].

Stosunkowo dużą liczebnie grupę utworzyły wpisy (5068), które sklasyfikowane zostały jako nierelevantne. Były to posty i konta/strony polityków opozycji, aktorów

zaangażowanych w walkę o wolność sądów, użytkowników prywatnych, a nawet stacji telewizyjnych, kancelarii prawnych czy niepublicznych szkół wyższych. Zgłaszane wzmianki dotyczyły rozmaitych kwestii, począwszy od promocji wartości Unii Europejskiej, poprzez propagowanie idee równości płci, aż po zwykle prywatne relacje.

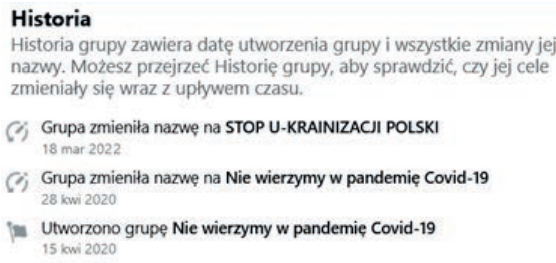
Już od pierwszych dni trwania projektu, starano się weryfikować nie tylko same wpisy, ale przede wskazywać najbardziej aktywne i wpływowe strony WWW czy też konta w mediach społecznościowych. W pierwszych sześciu tygodniach trwania projektu „Zgłoś Trolla” zidentyfikowano 10 kont dezinformacyjnych, z których cztery udało się całkowicie zablokować już w maju 2022 r. Wśród nich znalazły się cztery konta na Facebooku, dwa na Twitterze, po jednym w serwisach Instagram i YouTube, jedna strona WWW rzekomego stowarzyszenia funkcjonariuszy służb mundurowych oraz jeden blog firmy określającej się mianem kancelarii prawnej. Właściciele kont w mediach społecznościowych postrzegali siebie najczęściej jako patriotów, spadkobierców rządu narodowego i Legionów Polskich, potomków powstańców i oficerów Wojska Polskiego. Swoją działalność w sieci traktowali jako misję podjętą w obronie własnego sumienia, czci, godności i honoru narodu, dla dobra kraju, rodzin oraz przyszłych pokoleń. Co ciekawe, poza publikowaniem treści nacjonalistycznych i narodowych, w okresie pandemii COVID-19 misji tej miało służyć powielanie nieprawdziwych informacji na temat pandemii, rzekomej dyskryminacji sanitarnej oraz przymusu szczepień. W momencie wybuchu wojny w Ukrainie wśród wpisów zaczęły pojawiać się dodatkowo publikacje o wydźwięku antyukraińskim, a także mające na celu obniżenie zaufania do władz i instytucji państwowych czy służące atomizacji społeczeństwa. Analiza kont zidentyfikowanych w mediach społecznościowych dowiodła, że w większości zostały one uruchomione na przełomie lat 2012–2013 i cieszyły się dużą liczbą obserwujących (od 7 do 38 tys. użytkowników). Przez długi okres pozostawały jednak nieaktywne. Dopiero wraz z wybuchem pandemii COVID-19, a następnie działaniami wojennymi w Ukrainie, zwiększyły swoją aktywność.

Interesującym przypadkiem był wspomniany już blog firmy określającej się mianem kancelarii prawnej. Przed wybuchem wojny pojawiały się na nim opisy bazujące na koronasceptycznych narracjach, kwestionujące skuteczność szczepień na COVID-19 czy dyskredytujące ekspertów medycznych. Od końca lutego 2022 r. przekaz nabrał innego charakteru, bowiem został obudowany formą porady prawnej i miał zniechęcać do udzielania pomocy uchodźcom z Ukrainy. W rzeczywistości stronę tę można było traktować jako klasyczną farmę fake newsów – brakowało na niej danych osobowych, działających odnośników, tematyka ograniczała się głównie do tematów Ukrainy i COVID-19, a publikowane treści stanowiły typową formę rozpowszechniania mowy nienawiści. NASK zaliczył tę stronę do miejsc, które mogły zostać świadomie lub nieświadomie użyte w akcji dezinformacyjnej, i zalecił konieczność zachowania szczególnej ostrożności wobec ukazujących się tam treści (KRRiT 2022).

Wśród nowo powstających kont w mediach społecznościowych można było dostrzec tendencję do tworzenia profili anonimowych, zakładanych na fikcyjne

dane, *ad hoc* od momentu wybuchu wojny, posiadających w nazwach długie ciągi alfanumeryczne, a niekiedy także nazwę miasta i rozszerzenie „online”. Były to konta uruchamiane zarówno z polskich, jak i rosyjskich domen. W wielu przypadkach ich twórcy płynnie przechodzili od narracji antyszczepionkowej i antypandemicznej do antyukraińskiej. Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do grup działających na Facebooku, z których część po wybuchu wojny zmieniła nazwę. Podobne wnioski płynęły z analizy fake newsów prowadzonych przez innych badaczy (por. Kowalski 2022; Kuczyński 2022; Radkowski 2022).

Rys. 15. Historia zmiany nazwy jednej z grup w serwisie Facebook



Źródło: Grupa Stop u-krainizacji Polski. Facebook.com [https://www.facebook.com/groups/548662952698344/; 15.02.2023].

Podsumowanie

Z analiz prawie 20 tys. wzmianek zgromadzonych w projekcie „Zgłoś Trolla” wynika, że fake newsy dotyczące wojny w Ukrainie w miarę postępowania działań zbrojnych przykryły wpisy antycovidowe. Duża część z nich, aby wzmocnić przekaz, cechowała się wyrazistym, a nawet wulgarnym językiem, operowała wykrzyknikami i emotikonami wyrażającymi negatywne emocje oraz odwoływała się do poczucia bezpieczeństwa. Zdarzały się także posty z błędami gramatycznymi czy ortograficznymi, sugerujące automatyczne tłumaczenie. Spośród rodzajów fake newsów szczególnie często w analizowanym materiale ujawniały się fałszywy kontekst, myląca treść, kłamliwa treść, zmanipulowana treść i sfabrykowana treść. Rzadziej identyfikowano takie formy, jak fałszywe połączenie czy manipulacje cytatem, obrazem lub źródłem pochodzenia informacji. Wśród hashtagów, jakimi oznaczane były wpisy, dominowały m.in. takie słowa i frazy jak: #ukraina (19 804 wpisy), #rosja (17 059 wpisów), #putin (11 783 wpisy), #wieszwięcej (6449 wpisów), #stoukrainizacijpolski (4626 wpisów), #ukrainskieludobojstwo (#299 wpisów), #upa (203 wpisy), #zeby-polskabylapolska (124 wpisy). Podobnie jak w trakcie konfliktu zbrojnego z 2014 r.,

w interpretacji wydarzeń [uderzała] stronniczość i tendencyjność. Wyraźny [był] kult Putina jako skutecznego przywódcy i obrońcy Rosji. Obraz świata [był] uproszczony, przedstawiony w czarno-białych barwach (czarny – diaboliczny

Zachód, biała – Rosja). Wizerunek przeciwnika ideowego [był] wyraźny, nierozumny, pozbawiony empatii. [Był] on dyskredytowany nie tylko ideowo, ale i estetycznie („bänderowska gadzina”, „gęby redaktorów”) (Darczewska 2014).

Jeśli chodzi o częstotliwość, to dziennie za pośrednictwem strony www.zglostrolla.pl napływało średnio od 50 do 270 zgłoszeń. Niektóre z nich powtarzały się kilka razy w ciągu godziny, a niekiedy także w ciągu następujących dni. Często jedna i ta sama informacja urastała do rangi miejskiej legendy i była wielokrotnie modyfikowana. Doskonałą ilustracją tego typu zjawiska stanowią wzmianki o laboratoriach biologicznych zlokalizowanych w Ukrainie. W niektórych wpisach dowodzących ich amerykańskiej, w innych – izraelskiej, w jeszcze innych – ukraińskiej proveniencji.

Co ciekawe, wśród zgłoszeń, które napłynęły w pierwszych tygodniach trwania projektu, nie dostrzeżono wpisów, które można byłoby zakwalifikować jako dezinformację proukraińską, a więc informacje generowane przez stronę ukraińską i wyolbrzymiające jej sukcesy militarne. Być może potwierdza to ustalenia twórców raportu „Dezinformacja oczami Polaków 2022”, że o ile 86% Polaków ma świadomość istnienia zjawiska dezinformacji lub miało do czynienia z fake newsami, to w konfrontacji z nieoczywistymi ich przejawami ma problem z ich właściwą oceną (Mieczkowski, Kowalska 2022).

Mimo że w okresie 18–28 lutego 2022 r. w mediach internetowych, w tym w portalach i social mediach, opublikowano ponad 6 tys. materiałów zawierających informacje o potrzebie weryfikacji komunikatów publikowanych w internecie (Kowalski 2022), dezinformacja antyukraińska i prorosyjska jest nadal w bardzo dużym natarciu. Dowodzą tego choćby dane pochodzące z projektu opisywanego na łamach niniejszego artykułu. O ile w pierwszych sześciu tygodniach jego trwania zgłoszono niecałe 20 tys. wzmianek, to obecnie w miarę przedłużania wojny w skali miesiąca rejestrowanych jest ich około 1 mln. Wyniki te dowodzą, jak duże wyzwania stoją przed ekspertami, niezależnymi dziennikarzami i organizacjami fact-checkingowymi w obszarze edukacji społeczeństwa w zakresie korzystania z mediów, krytycznej analizy przekazów medialnych oraz weryfikacji informacji (edukacja medialna).

Bibliografia

- Aldwairi M., Alwahedi A. (2018). Detecting Fake News in Social Media Networks. *Procedia Computer Science*, vol. 141, s. 215–222.
- Bąkiewicz K. (2019). Wprowadzenie do definicji i klasyfikacji zjawiska fake newsa. *Studia Medyczne*, t. 20, nr 3, s. 280–289.
- Brashier N.M., Schacter D.L. (2020). Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, vol. 29 (3), s. 316–323.
- Cegięła A. (2020). Mowa nienawiści. *Poradnik Językowy*, nr 4, s. 60–70.

- Darczewska J. (2014). Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku. Warszawa.
- Harari Y.N. (2018). 21 lekcji na XXI wiek. Kraków.
- Kalinowska-Bartosewicz K. (2022). Kasia z Ząbek, córka z Mokotowa. Tak ‘onuca’ sieje hejt na uchodźców z Ukrainy [https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103085,28263501,jednym-slowem-smieciu-polaku-wypad-hejt-na-uchodzcow-z.html; 14.10.2022].
- Kowalski J. (2022). Nagły wzrost dezinformacji w polskim internecie. Prorosyjskie konta trollowały też w sprawie szczepionek [https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/wzrost-dezinformacja-polski-internet-atak-rosja-na-co-uwazac; 14.10.2022].
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. (2022). NASK uruchomił profile weryfikujące informację w mediach społecznościowych [https://www.gov.pl/web/krrit/nask-uruchomil-profile-weryfikujace-informacje-w-mediach-spolecznosciowych; 14.10.2022].
- Kuczyński G. (2022). „Fabryka trolli”, konta-widma i 5 innych metod. Wojna Rosji w internecie [https://tvn24.pl/swiat/fabryka-trolli-konta-widma-i-5-innych-metod-wojna-rosji-w-interne-cie-ra454963-3408426; 14.10.2022].
- Kupiecki R., Chłoń T., Bryjka F., Kozłowski K., Misiuna J., Podemska J., Podemski P. (2021). Platforma przeciwdziałania dezinformacji – budowanie odporności społecznej. Badania i edukacja. Warszawa.
- Lalik E. (2017). Czym są „fake news” i dlaczego walczymy z nimi dopiero od kilku miesięcy? [http://www.spidersweb.pl/2017/01/fake-news.html; 14.10.2022].
- Lipiński Ł. (2018). Krótki przewodnik po fake newsach [https://www.press.pl/magazyn-press/arttykul/55061,krotki-przewodnik-po-fake-newsach; 14.10.2022].
- Martens B., Aguiar L., Gomez-Herrera E., Mueller-Langer F. (2018). The Digital Transformation of News Media and the Rise of Disinformation and Fake News. Seville.
- Mieczkowski P., Kowalska E. (red.) (2022). Dezinformacja oczami Polaków 2022. Warszawa.
- Ogrodowczyk A., Borkowska M., Murawska-Najmiec E., Twardowska K. (red.) (2020). Fake news – dezinformacja online. Warszawa.
- Radkowski M. (2022). Fake newsy elementem wojny na Ukrainie. Kinga Klich z Demagoga: „nawet duże agencje prasowe się mylą” [https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/fake-news-dezinformacja-wojna-ukraina-rosja-teorie-spiskowe-fact-checking; 14.10.2022].
- Staniurski P. (2022). W: Boćkowski D., Dąbrowska-Prokopowska E., Goryń P., Goryń K. (red.). *Dezinformacja – Inspiracja – Społeczeństwo. Social CyberSecurity* (s. 51–62). Białystok.
- Talarek M. (2012). Siła rażenia środków masowego przekazu. Warszawa.
- Tandoc Jr. E.C., Wei Lim Z., Ling R. (2017). Defining Fake News. A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, vol. 6, s. 137–153.
- Wardle C. (2017). Fake news. It’s complicated [https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/; 14.10.2022].
- Wardle C. (2020). Understanding Information disorder – First Draft [https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/; 14.10.2022].
- Waszak M. (2017). Postprawda i fake news czy weryfikacja treści i źródeł informacji? *Refleksje*, nr 16, s. 173–188.
- Włodkowska-Bagan A. (2018). Rosyjska ofensywa propagandowa. *Casus Ukrainy. Studia Polilogiczne*, nr 49, s. 109–124.
- Zgłoś Trolła (2022). [https://www.zglostromla.pl; 14.10.2022].

Źródła rysunków

- Alice (@believein4bros), *Dla wszystkich pelikanów wienka na torcie...* Twitter.com [https://twitter.com/believein4bros/status/1500567006420127749; 6.03.2022].
- Andrzej Stąpel (@andrejstapel), *Tak, ja widziałem i to nie jeden...* Twitter.com [https://twitter.com/andrejstapel/status/1514272287834443778; 13.03.2022].
- Grupa Stop u-krainizacji Polski. Facebook.com [https://www.facebook.com/groups/548662952698344; 15.02.2023].
- Grzegorz Braun (@GrzegorzBraun_), *To już nie jest pomoc uchodźcom wojennym...* Twitter.com [https://twitter.com/GrzegorzBraun_/status/1512154187072692238; 7.04.2022].
- Kancelaria Lega Artis, *Sanepid ostrzega przed możliwością rozpowszechnienia się epidemii POLIO z Ukrainy.* Facebook.com [https://www.facebook.com/lega.artis/posts/pfbid02cXMEp2 nn-F7XgWcwiwxXYFVY MnkRj6od7XGWjyv1ub2L5vTktBEwnjPafq9o7zZfMI?locale=pl_PL; 13.03.2022].
- katowice_online, *Policja: w ciągu 10 dni uchodźcy z Ukrainy popełnili 789 przestępstw na terenie Polski...* Instagram.com [https://www.instagram.com/p/CayniYuDGWP/; 23.03.2022].
- Krzychu z Polski (Antysyst), *Więcej fałszywych wiadomości!!!!...* Twitter.com [https://twitter.com/Antysyst/status/1502238258478133249; 11.02.2022].
- Małgorzata Królicka, *Wszystkie oczy skierowane są na teatrzyk w Przemysłu...* Facebook.com [https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hW6tR7D4HWrZ48qY7T5C72Unr4cf-K229jxfuzZK8tjpLHXjJZrUv5MncdNta35Kbl&id=100010619139468&locale=pl_PL; 2.03.2022].
- Massimiliano Primogiorno, *Stop „Ukrainizacji” Polski.* Petycje.com [https://www.petycjeonline.com/stop_ukrainizacji_polski; 2.02.2022].
- Ministerstwo Prawdy (@Minister_Prawdy), *Ukronazisci niszczeniem infrastruktury technicznej na wschodniej Ukrainie potwierdzają, że są tam okupantami...* Twitter.com [https://twitter.com/Minister_Prawdy/status/1551254699550072838; 22.02.2022].
- Monika Piechocka, *Do kolejnej PlanDemii 3... 2... 1...* Facebook.com [https://www.facebook.com/aktywistkans/posts/pfbid0L4XQgPUyauTvUv3 rxwNN3HdbR3iamRRMwfsBakS7SaG-z2wxjxdnpFwfBBa CDNZ3xl; 17.03.2022].
- neafili, *Powinni znieść wszystkie szczepionki paszporty obostrzenia to jest zart...* Instagram.com [https://www.instagram.com/p/CbH2lCSsM6i/; 15.03.2022].
- Pani z Dziekanatu (@Beata01373973), *Moja córka nie została dziś wpuszczona przez ochroniarza do urzędu miasta Warszawa-Mokotów...* Twitter.com [https://twitter.com/Beata01373973/status/15045400410869 10468?ref_src=twsrc%5Etfw; 17.02.2022].
- PL 1 TV, *Niebiańska Jerozolima.* YouTube.com [https://www.youtube.com/watch?v=LAU3ktiq5yg; 6.03.2022].
- Стаханов-Style [Stahanov-Style], *Очень жёсткое видео из Херсона* [Očen žěstkoe video iz Her-sona], VK.com [https://vk.com/video-185598989_456242394; 2.03.2022].

STRESZCZENIE

Od momentu rosyjskiej inwazji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. w internecie, zwłaszcza w mediach społecznościowych, widoczne jest nasilenie działań dezinformacyjnych na temat toczącego się konfliktu, reakcji Zachodu, polityki rządu w Kijowie oraz samej ludności pochodzenia ukraińskiego. Celem artykułu jest analiza podejrzanych treści dotyczących wojny w Ukrainie, zgromadzonych za pomocą serwisu zglostroma.pl. Na podstawie prawie 20 tys. wzmianek, pochodzących z pierwszych sześciu tygodni trwania projektu, autorzy starają się określić najczęstsze rodzaje zgłoszeń, ich źródła oraz tematykę. Próbują także odpowiedzieć na pytania o zasięg wpisów oraz wskazać topowe konta dezinformacyjne.

Słowa kluczowe: internet, dezinformacja, fake news, wojna w Ukrainie, „Zgłoś Trolła”, Brand24, NASK