

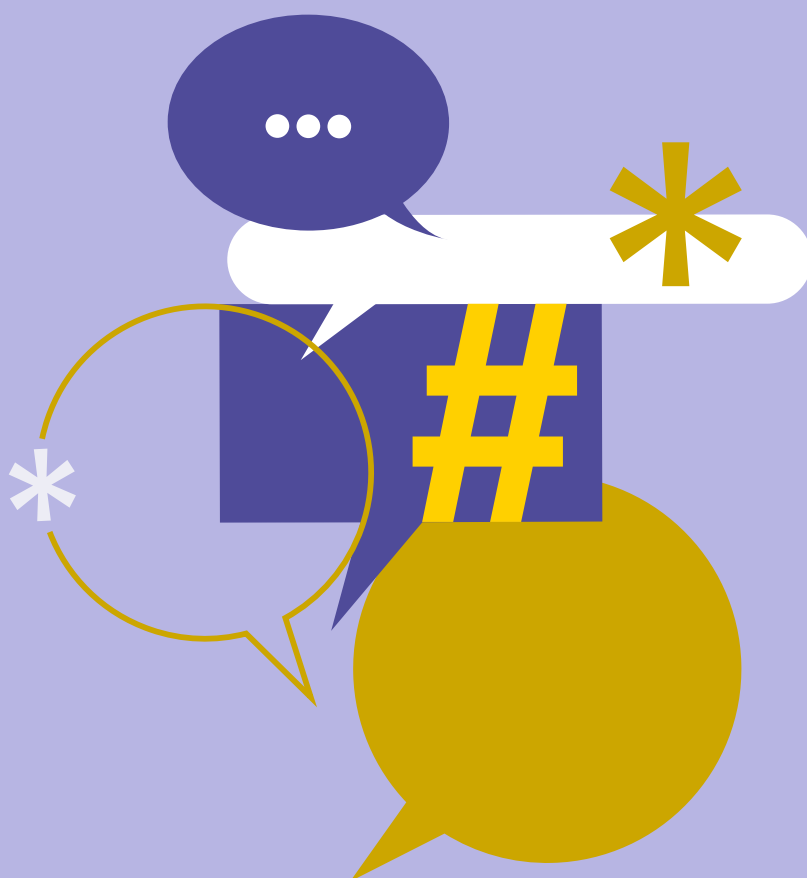
Bezpieczny w czasie wyborów



PRZEWODNIK PO DEZINFORMACJI WYBORCZEJ

Katarzyna Dziąg

Piotr Muszyński



Bezpieczny w czasie wyborów

PRZEWODNIK PO DEZINFORMACJI WYBORCZEJ

Katarzyna Dziąg

Piotr Muszyński

TYTUŁ:

Bezpieczny w czasie wyborów. Przewodnik po dezinformacji wyborczej.

AUTORZY:

Katarzyna Dziąg, Piotr Muszyński

REDAKCJA JĘZYKOWA, KOREKTA:

Katarzyna Nakonieczna, Łukasz Szczęsny

PROJEKT OKŁADKI, OPRACOWANIE GRAFICZNE I SKŁAD:

Alicja Kaim

KOORDYNACJA:

Anna Pudłowska

ILUSTRACJE NA OKŁADCE I W PUBLIKACJI:

Alicja Kaim

Warszawa 2025

ISBN: 978-83-68356-00-7

Publikacja jest rozpowszechniana na zasadach licencji Creative Commons.

Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne (CC BY-NC) 4.0 Międzynarodowe

NASK – Państwowy Instytut Badawczy

ul. Kolska 12 , 01-045 Warszawa



Spis treści

- 4 Wstęp**
- 7 Techniki, taktyki i przykłady dezinformacji wyborczej**
- 12 Główne trendy w dezinformacji wyborczej**
- 16 Rozdział w pigułce
- 18 Przykłady dezinformacji wyborczej – studium przypadku
na podstawie wyborów w Polsce w latach 2023-2025**
- 25 Rozdział w pigułce
- 27 Dobre praktyki ograniczające rozprzestrzenianie się
dezinformacji**
- 33 Rozdział w pigułce
- 34 Vademecum wyborczego debiutanta**

Wstęp

Dezinformacja to nie żart, ale realne zagrożenie, które czyha na każdego z nas. Skąd i dlaczego mamy wysyp dezinformacyjnych narracji, zwłaszcza w okresie wyborów? Jak nie dać się na nie nabrać? Dowiesz się tego z naszego poradnika.

Czym jest dezinformacja?

To celowe rozpowszechnianie fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji.

Jaki jest cel dezinformacji?

Wprowadzenie zamieszania, manipulacja opinią publiczną, osiągnięcie korzyści politycznych, społecznych lub ekonomicznych.

Mogłoby się wydawać, że dezinformacja to stosunkowo nowe zjawisko, jednakże nic bardziej mylnego... W starożytnym Rzymie, po śmierci Juliusza Cezara, Oktawian August rozpoczął kampanię dezinformacyjną przeciwko swojemu rywalowi. Twierdził, że Marek Antoniusz nie respektuje tradycyjnych rzymskich wartości, takich jak wierność i szacunek do władzy (powodem rozsiewania tych pogłosek był romans Marka Antoniusza z Kleopatą). Oskarżał go również o to, że nie nadaje się do sprawowania urzędu z powodu zamięłowania do alkoholu. Do promowania dyskredytujących narracji wykorzystywano pieśni, poezję i slogany bite na monetach (niektórzy nazywają je starożytnymi tweetami).

Nasz przewodnik będzie się skupiać na współczesnych przykładach dezinformacji, a główny nacisk położymy na jej obecność podczas kampanii wyborczych.

Cel przewodnika

Pokażemy, jak rozpoznać manipulacje, unikać pułapek i podejmować świadome decyzje podczas wyborów. Świadomy wyborca to najlepszy wyborca!

Czym jest dezinformacja wyborcza?

To celowe rozpowszechnianie nieprawdziwych, zmanipulowanych lub wprowadzających w błąd informacji w kontekście wyborów i procesów demokratycznych.

Jaki jest cel dezinformacji wyborczej?

Zmanipulowanie Ciebie jako wyborcy i wywarcie wpływu na decyzję, jaką podejmiesz nad kartą do głosowania. Dezinformacja wyborcza może też służyć destabilizowaniu samego procesu wyborczego.

Na co realnie wpływa dezinformacja?

Zakłóca poczucie bezpieczeństwa w społeczeństwie i integralność wyborów oraz podważa zaufanie do instytucji publicznych i procesów demokratycznych.

Przykładem działania, które ma zakłócać przebieg wyborów, jest np. bezpodstawne sugerowanie, że doszło do oszustw, fałszerstw i nieprawidłowości wyborczych. Fałszywe karty wyborcze, długopisy ze znikającym tuszem, wyniki wyborów ustalane odgórnie czy zamierzone „pomyłki” przy liczeniu głosów – tym wszystkim próbuje się nas straszyć w czasie kampanii wyborczych.

Dezinformacja wzmacnia podziały społeczne i polityczne

Wieś kontra miasto, wykształcenie wyższe kontra podstawowe, katolik kontra ateista, prawicowiec kontra lewicowiec. Większość z nas przynajmniej

raz przeżyła sytuację, kiedy znajomy lub znajoma, partner lub partnerka czy ktoś z rodziny rozpoczął dyskusję o polityce, której wolelibyśmy uniknąć. A może to Tobie zdarzyło się kiedyś być tą osobą? Część takich dyskusji opiera się na fałszywych doniesieniach i „rewelacjach” przeczytanych czy zasłyszanych w niezbyt wiarygodnych źródłach.

Dezinformacja wprowadza chaos informacyjny

Jak prawidłowo oddać głos? Jakie są zasady głosowania dla osób przebywających poza granicami państwa? Co należy zrobić, żeby zagłosować poza miejscem zameldowania czy godzinami otwarcia komisji wyborczych? W odniesieniu do wszystkich tych zagadnień niemal na pewno przytrafiło Ci się już (i nadal może nieraz przytrafić) spotkać z działaniami dezinformacyjnymi.

Dezinformacja daje zewnętrznym podmiotom możliwość ingerowania w wewnętrzne sprawy państw

Chcesz, aby o tym, kto będzie Cię reprezentował, decydowała Rosja, Chiny czy jakikolwiek inny kraj? Służby niejednego państwa miałyby na to ochotę, a dezinformacja i różnego rodzaju manipulacje mogłyby im w tym pomóc.

W naszym poradniku pokażemy, jak nie dać się zmanipulować. Bo świadomy wybór to wolny wybór. Wybieraj świadomie!

Techniki, taktyki i przykłady dezinformacji wyborczej

Rozglądając się dookoła, możesz dostrzec dokonujący się z każdym rokiem postęp. Samochody są bardziej ekologiczne, gry wideo mają lepszą grafikę, sportowcy biją rekordy, a my jesteśmy podobno coraz mądrzejsi. Niestety postęp dotyczy nie tylko pozytywnych zjawisk – w ostatnich latach obserwujemy również gwałtowny wzrost intensywności dezinformacji, także tej wyborczej.

W tym rozdziale wyjaśnimy, jakie przykładowe techniki manipulacyjne są stosowane przez dezinformatorów i jaki mogą mieć wpływ na demokrację.

Fałszywe informacje, zwane również fake newsami

Fake newsy to zmyślane treści, które wyglądają jak wiarygodne wiadomości. Często przybierają formę „sensacyjnych odkryć”, mających szokować opinię publiczną.

PRZYKŁAD W czasie wyborów w przestrzeni informacyjnej można było zaobserwować fałszywe narracje mające na celu podważenie wiarygodności kandydatów poprzez ich dyskredytację. Rozpowszechniane treści często sugerują (bez przedstawienia rzetelnych dowodów), że niektórzy kandydaci i niektóre kandydatki są uzależnieni od substancji psychoaktywnych lub cierpią na zaburzenia psychiczne. Tego rodzaju przekazy mogą być kolportowane w formie memów, zmanipulowanych nagrań wideo lub anonimowych wpisów w mediach społecznościowych.



Wpis z okresu amerykańskiej kampanii prezydenckiej z satyrycznym, zmanipulowanym obrazem przedstawiającym fałszywy tytuł Fox News, sugerujący, że Donald Trump przekazuje 1300 dolarów na pomoc ofiarom huraganu
Źródło: X

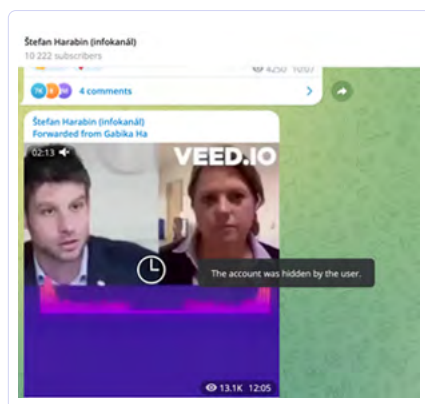


Wpis z okresu amerykańskiej kampanii prezydenckiej z dołączonym zwolnionym nagraniem Kamali Harris, fałszywie sugerujący że kandydatka jest pod wpływem alkoholu
Źródło: Reddit

Deepfejski

Nowoczesne technologie pozwalają tworzyć realistyczne filmy i nagrania głosowe, które przedstawiają osoby publiczne mówiące coś, czego nigdy nie powiedziały. Z każdym rokiem zmanipulowane obrazy i dźwięki coraz bardziej przypominają rzeczywistość i są coraz trudniejsze do wykrycia bez specjalistycznych narzędzi.

PRZYKŁAD Przed wyborami na Słowacji pojawiło się nagranie audio, które rzekomo przedstawiało rozmowę między Michałem Šimečką, liderem liberalnej partii Postępowa Słowacja, a Moniką Tódovą z dziennika *Denník N*. W sfabrykowanej rozmowie omawiane były metody sfałszowania wyborów, w tym kupowanie głosów mniejszości romskiej.



Wpis udostępniający nagranie
deepfake rozmowy o rzekomym
kupowaniu głosów przez słowackiego
kandydata Michala Šimečku
Źródło: Telegram

Fałszywy kontekst

Technika polega na wykorzystaniu autentycznych treści – takich jak obrazy, cytaty czy nagrania wideo – i przedstawieniu ich w oderwaniu od pierwotnego znaczenia, w sposób, który je zniekształca. Materiały te zostają osadzone w nowym, nieprawdziwym kontekście, co wprowadza odbiorców w błąd.

PRZYKŁAD Po unieważnieniu wyborów prezydenckich w Rumunii w 2024 r. w związku z oskarżeniami o ingerencję Rosji doszło do szeregu demonstracji poparcia dla Călina Georgescu, który wygrał pierwszą turę. Na początku marca 2025 r. niektórzy użytkownicy mediów społecznościowych w Grecji udostępniali nagranie wideo, które – jak fałszywie twierdzili – przedstawiało ogromną demonstrację w Bukareszcie popierającą Georgescu i Rosję. W rzeczywistości nagranie ukazuje tysiące ludzi protestujących w Salonikach na północy Grecji 28 lutego 2025 r., w drugą rocznicę śmiertelnej katastrofy kolejowej.



Wpis w języku greckim fałszywie
przedstawiający protest w Grecji jako
demonstracje po wyborach w Rumunii
Źródło: X

Boty i fałszywe konta

Boty to automatyczne konta, które masowo udostępniają treści, tworząc wrażenie, że jakaś opinia cieszy się szerokim poparciem. Fałszywe konta udają „zwykłych obywateli”, ale są sterowane przez grupy interesu lub obce państwa.

PRZYKŁAD Sieci botów mogą być częścią szerszych operacji wpływu, tzw. kampanii dezinformacyjnych. Przed wyborami parlamentarnymi w Niemczech w lutym 2025 r. wykryto rosyjską **Operację Overload**. Jej celem było przeciążenie fact-checkerów, mediów i instytucji, m.in. przez masowe oznaczanie ich w postach z fałszywymi, często generowanymi przez sztuczną inteligencję treściami.

W styczniu 2025 r. 48 skoordynowanych kont na platformie X opublikowało 33 filmy podważające uczciwość wyborów i atakujące polityków. Treści te wzmacniała sieć ponad 6 000 botów, które reagowały synchronicznie – wszystkie udostępnienia pojawiły się w ciągu minuty od publikacji. To klasyczny przykład użycia botów do masowego szerzenia dezinformacji.

Manipulacja emocjami

Czasami siewcy dezinformacji celowo odwołują się do silnych emocji – takich jak strach, gniew, obrzydzenie czy poczucie krzywdy – w celu wzmocnienia przekazu, zwiększenia jego zasięgu i liczby udostępnień oraz osłabienia zdolności odbiorców do krytycznego spojrzenia. Technika ta działa szczególnie skutecznie w internecie, gdzie silnie nacechowane emocjonalnie komunikaty rozprzestrzeniają się szybciej niż neutralne fakty.

PRZYKŁAD Antyukraińskie narracje często wykorzystują silnie nacechowany emocjonalnie język, by wykreować obraz Ukraińców jako zagrożenia dla bezpieczeństwa publicznego. Tego typu przypisują im – bez przedstawienia dowodów – odpowiedzialność za różne negatywne zdarzenia, takie jak przestępstwa czy wypadki drogowe.



Wpis w języku polskim zawierający vulgarnie określenia wobec Ukraińców, mający na celu wywołanie silnych emocji i spolaryzowanie odbiorców.

Źródło: X

Cherry-picking

Nazwa pochodzi od czynności wybierania najładniejszych czereśni z drzewa, a pomijania tych, które są mniej atrakcyjne. Termin ten opisuje sytuację, gdy osoba manipulująca przekazem wybiera tylko „najwygodniejsze” informacje, które pasują do jej punktu widzenia i pomija pełny obraz rzeczywistości.

PRZYKŁAD W trakcie kampanii wyborczej kandydat powołuje się wyłącznie na dane z sondażu, w którym uzyskał wysokie poparcie a ignoruje kilka innych, nowszych badań opinii, które pokazują spadek jego popularności. W ten sposób stwarza wrażenie rosnącego poparcia, choć rzeczywisty, ogólny trend jest odwrotny.

Główne trendy w dezinformacji wyborczej

Wzrost roli mediów społecznościowych

Portale takie jak Facebook, X, TikTok, YouTube czy Telegram stały się głównymi polami bitwy informacyjnej. Łatwo jest tam udostępniać treści, a algorytmy promują to, co wywołuje emocje – często właśnie dezinformację.

Według najnowszego badania Parlamentu Europejskiego dotyczącego młodzieży¹ z 2024 r., 42% Europejczyków w wieku od 16 do 30 lat korzysta głównie z platform takich jak TikTok, Instagram i YouTube, aby uzyskać dostęp do wiadomości politycznych i społecznych. Ta zmiana odzwierciedla trend odchodzenia od tradycyjnych źródeł na rzecz szybkich i łatwo dostępnych treści – równocześnie naraża młodsze pokolenia na coraz większe ryzyko dezinformacji.

Większa aktywność botów i fałszywych kont

WSKAZÓWKA Jak rozpoznać bota? Zwróć uwagę na następujące sygnały, które mogą świadczyć o nieautentycznym charakterze konta:

- **Podejrzany profil** – konto jest nowe lub długo było nieaktywne, ma losową nazwę użytkownika często zawierającą ciąg cyfr i liter (np. @u1o2kt345), brakuje mu zdjęcia profilowego lub używa zdjęcia stockowego, czyli fotografii pochodzącej z banku zdjęć, którą można kupić lub pobrać za darmo w niższej jakości. Opis profilu jest bardzo ogólny lub przesycony hasztagami.

1 <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392>

- **Nietypowa aktywność** – bardzo duża liczba postów dziennie (np. 100+), regularne publikacje o nietypowych porach (np. nocą), przewaga udostępnień cudzych treści (retweetów) nad własnymi postami.
- **Treści i styl** – publikowane wpisy są emocjonalne, prowokacyjne, często zawierają memy, skrócone linki (np. w domenie bit.ly), dużą liczbę hasztagów lub są napisane w dziwny sposób. Na koncie mogą być publikowane treści w różnych językach lub na zupełnie niepowiązane ze sobą tematy.
- **Sieć powiązań** – konto najczęściej wchodzi w interakcje z wąską grupą innych podejrzanych profili i obserwuje podobne konta. Może być częścią tzw. botnetu – sieci współpracujących ze sobą botów.

UWAGA! Pojedynczy sygnał nie świadczy jeszcze o tym, że konto jest botem. Jeśli jednak zauważysz kilka z powyższych oznak jednocześnie, istnieje duże prawdopodobieństwo, że masz do czynienia z kontem nieprowadzonym przez człowieka.

Mikrotargetowanie i reklamy polityczne

Partie polityczne i inne grupy interesu mogą kierować spersonalizowane treści do konkretnych osób, wybranych na podstawie ich zachowań w sieci. Umożliwia to np. usługa Facebook Ads, która pozwala wyświetlać różne reklamy różnym grupom wyborców.

PRZYKŁAD W skandalu z firmą Cambridge Analytica ujawniono, że dane z Facebooka były wykorzystywane do celowanego wpływania na wyborców w USA – w tym przy pomocy zmanipulowanych lub fałszywych informacji.

WSKAZÓWKĄ Pamiętaj, że wiele treści, które widzisz w internecie, jest starannie dopasowanych do Twoich preferencji i cech demograficznych. To, co widzisz w swoich mediach społecznościowych, niekoniecznie jest neutralne lub prawdziwe – może być częścią celowej strategii wpływu. Dlatego warto podchodzić krytycznie do komunikatów reklamowych i samodzielnie sprawdzać źródła informacji.

Wpływ na procesy demokratyczne

Dezinformacja, wprowadzając w błąd pojedynczych odbiorców, rozprzestrzenia się w społeczeństwie i podważa podstawowe zasady, na których opiera się demokracja. Jej obecność w przestrzeni publicznej może prowadzić do szeregu negatywnych konsekwencji, które osłabiają społeczne zaufanie do instytucji publicznych.

Manipulacja opinią publiczną

Dezinformacja może celowo wypaczać fakty, przebieg wydarzeń i wizerunek osób publicznych. Często wykorzystuje emocjonalny język, fałszywe autorytety lub zmanipulowane obrazy i cytaty, aby wpłynąć na postawy obywateli wobec konkretnych kwestii – np. migracji, szczepień, zmian klimatycznych czy wyborów politycznych.

PRZYKŁAD Przed wyborami mogą się pojawiać fałszywe informacje o rzekomym poparciu znanych osób dla konkretnego kandydata/kandydatki lub o sfalszowanych wynikach sondaży.

EFEKT Ludzie podejmują decyzje wyborcze nie na podstawie rzetelnych informacji, ale zmanipulowanych narracji.

Polaryzacja społeczeństwa

Narracje dezinformacyjne często dzielą społeczeństwo na „my” i „oni” i wzmacniają konflikty światopoglądowe, religijne czy polityczne. Zamiast sprzyjać dialogowi, budują wrogość oraz nieufność.

EFEKT Utrudnione są debaty publiczne, kompromisy stają się niemożliwe, a napięcia społeczne rosną.

Zmniejszenie zaufania do instytucji demokratycznych

Celem wielu kampanii dezinformacyjnych jest osłabienie zaufania obywateli do państwowych instytucji – sądów, parlamentów, mediów publicznych czy systemów wyborczych. Narracje te przedstawiają instytucje jako skorumpowane, nieskuteczne lub sterowane z zewnątrz.

EFEKT Spadek frekwencji wyborczej, większe poparcie dla ruchów antysystemowych, wzrost wiary w teorie spiskowe.

Podważenie wiary w procesy wyborcze

Rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji o fałszerstwach wyborczych, nielegalnym finansowaniu kampanii czy „sterowaniu wyborami przez obce siły” może skutkować utratą zaufania do uczciwości wyborów.

EFEKT Zniechęcenie obywateli do udziału w wyborach lub akceptacja dla prób podważania wyników głosowania.

Ułatwienie wywierania wpływu przez zewnętrznych aktorów

Dezinformacja może być wykorzystywana przez zagraniczne podmioty jako narzędzie do destabilizacji sceny politycznej w danym kraju. Poprzez wzmacnianie ekstremalnych narracji lub wspieranie określonych ugrupowań, zewnętrzni aktorzy mogą wpływać na wyniki wyborów i decyzje polityczne.



ROZDZIAŁ W PIGUŁCE

TECHNIKI, TRENDY I WPŁYW DEZINFORMACJI WYBORCZEJ:

- TECHNIKI:**
- **Fake news** – nieprawdziwe lub zmyślane treści, które wyglądają jak wiarygodne wiadomości;
 - **Deepfake** – technologia pozwalająca tworzyć realistyczne filmy i nagrania głosowe, które mogą przedstawiać osoby publiczne mówiące coś, czego nigdy nie powiedziały;
 - **Fałszywy kontekst** – wykorzystanie autentycznych treści i przedstawienie ich bez oryginalnego kontekstu, w sposób, który zniekształca ich pierwotne znaczenie;
 - **Boty i fałszywe konta** – automatyczne i fałszywe konta udające „zwykłych obywateli”, które masowo udostępniają treści, tworząc wrażenie, że jakaś opinia cieszy się szerokim poparciem;
 - **Manipulacja emocjami** – odwoływanie się do silnych emocji – takich jak strach, gniew, obrzydzenie czy poczucie krzywdy;
 - **Cherry-picking** – wybieranie tylko „najwygodniejszych” informacji, które pasują do danego punktu widzenia, z pominięciem pełnego obrazu rzeczywistości.
-

- TRENDY:**
- Wzrost roli mediów społecznościowych;
 - Większa aktywność botów i fałszywych kont;
 - Mikrotargetowanie i reklamy polityczne.

-
- WPŁYW:**
- Manipulacja opinią publiczną;
 - Polaryzacja społeczeństwa;
 - Zmniejszenie zaufania do instytucji demokratycznych;
 - Podważenie wiary w procesy wyborcze;
 - Ułatwienie wpływu zewnętrznych aktorów.

Przykłady dezinformacji wyborczej – studium przypadku na podstawie wyborów w Polsce w latach 2023-2025

KALENDARIUM WYBORCZE W POLSCE W LATACH 2023-2025

- **Wybory parlamentarne** – odbyły się 15.10 2023 r. i zaznaczyły się w historii III Rzeczypospolitej Polskiej najwyższą odnotowaną frekwencją, która osiągnęła 74,38%.
- **Wybory samorządowe** – I tura odbyła się 07.04 2024 r., a II tura 21.04 2024 r. Frekwencja wyniosła, kolejno, 51,94% oraz 44,06%.
- **Wybory do Parlamentu Europejskiego** (europejskie) – odbyły się 09.06 2024 r. i odznaczyły się najniższą (spośród 4 prezentowanych głosowań) frekwencją na poziomie 40,65%.
- **Wybory prezydenckie** – I tura odbyła się 18.05 2025 r., a II tura 01.06 2025 r. Frekwencja wyniosła, kolejno, 67,31%, oraz 71,63% (jest to drugi najwyższy wynik w historii III RP oraz najwyższy, jeżeli chodzi o wybory prezydenckie).

W Polsce w ciągu niecałych 24 miesięcy, czyli w okresie od października 2023 r. do czerwca 2025 r., obywatele wybierali swoich przedstawicieli w 4 różnych cyklach głosowania.



Wybory to niestety nie tylko programy wyborcze, debaty, dyskusje w gronie rodziny i znajomych czy zaznaczenie pola na karcie do głosowania. Kiedy wyborcy zastanawiają się nad tym, na którego z kandydatów lub którą z kandydatek oddać głos, są tacy, którzy kombinują, jak wpłynąć na decyzje, które będą podejmowane w lokalach wyborczych. Oto przykłady dezinformacji wyborczej w Polsce ze wszystkich czterech kampanii w latach 2023-2025:

Oszustwa wyborcze i ustawianie wyników głosowania

Wyobraź sobie, że poświęcasz czemuś swój czas, energię i emocje, a na końcu okazuje się, że Twoje starania nie miały sensu, ponieważ ktoś postanowił wszystkich oszukać. Jak byś się w tej sytuacji poczuł? Właśnie takie nastroje próbowano wywołać przy okazji wszystkich opisywanych w tym przewodniku wyborów. Przeczytaj, jak konkretnie wyglądały próby manipulacji!

Podczas parlamentarnej kampanii wyborczej w 2023 r. sugerowano, że głosujący masowo dostają karty wyborcze zawierające błędy. Pojawiały się doniesienia o braku obowiązkowego stempla czy też o przypadkach wydawania wypełnionych kart do głosowania.

W kwietniu 2024 r. podczas I tury wyborów samorządowych Polacy zastanawiali się, kogo wybrać do lokalnych władz. W tym samym czasie w mediach społecznościowych próbowano ich przekonać, że wyborcy w całym kraju otrzymają karty, na których nie będzie możliwości oddania głosu na dwa ze zgłoszonych komitetów.

Czerwiec 2024 r. i wybory do Parlamentu Europejskiego pokazały, że mąciwody w polskiej infosferze idą o krok dalej. Twierdzili oni, że wyprawy do lokali wyborczych będą mieć charakter co najwyżej rekreacyjny, ponieważ nie ma znaczenia czy i na kogo odda się głos, gdyż wyniki europejskich wyborów są ustalone z góry. Miały się do tego przyczynić między innymi serwery odpowiedzialne za liczenie głosów Polaków, które według promowanej narracji znajdowały się na Karaibach.

Wybory prezydenckie w 2025 r. nie odbiegały pod tym względem od pozostałych. W ich trakcie także sugerowano możliwe oszustwa i fałszerstwa. Szczytem kreatywności wykazali się twórcy teorii, że komisje wyborcze zostaną przez polskie władze specjalnie wyposażone w długopisy ze zmywalnym tuszem.

Pojedyncze pomyłki pracowników komisji czy błędy na kartach wyborczych mogą i zapewne będą się zdarzać. Mylić się jest rzeczą ludzką. Natomiast próby dorobienia do tego spiskowych teorii czy doszukiwanie się zorganizowanego, odgórnego działania władz krajowych lub europejskich to już zupełnie inna, dezinformacyjna historia.

Personalne ataki na kandydatów

Nie da się ukryć, że wybory to swoistego rodzaju konkurs popularności. Nie bez powodu polityka bywa porównywana do show-biznesu. Jak w związku z tym można skutecznie zaszkodzić wizerunkowi polityka? To oczywiście! Rozpuszczając na jego temat fałszywe informacje.

Najwięcej takich treści pojawiało się podczas wyborów prezydenckich w 2025 r. Nie ma co się dziwić – to jedyna kampania wyborcza, która

skupia się na kilku konkretnych osobach, a nie całych partiach czy ugrupowaniach. Przykładem prób wprowadzenia wyborców w błąd mogą być dezinformacyjne, fałszywe czy niepotwierdzone treści dotyczące rzekomej kryminalnej przeszłości kandydatów. Pojawiały się doniesienia o wspieraniu i promowaniu przez nich nielegalnych i wątpliwych moralnie zachowań. Można było się też dowiedzieć o tym, że lubią usiąść za kierownicą pojazdu pod wpływem alkoholu (i rozbić swojego SUV-a na drzewie).

W trakcie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego jeden z kandydatów zastosował ciekawą taktykę, próbując przekonać swoich potencjalnych wyborców, że są stosowane wobec niego nieczyste zagrywki. Uliczną sondę i wywiady z przechodniami (w trakcie których udzielano zarówno pozytywnych, jak i negatywnych ocen dotyczących polityków z różnych ugrupowań), prowadzone dla jednego z internetowych portali informacyjnych, przedstawiał jako kampanię oczerniania go, finansowaną przez PE. Trudno stwierdzić, jak bardzo pomogło kandydatowi takie kreowanie własnego wizerunku jako ofiary spisku. Koniec końców udało mu się uzyskać mandat europosła.

Jak widać na powyższych przykładach, dezinformacja związana z personalnymi atakami na konkretnych kandydatów może przybierać różne formy. Tworzone są mniej lub bardziej absurdalne oskarżenia, jak również bywają podejmowane próby przedstawienia siebie jako ofiary takich ataków.

Obywatele Ukrainy a wybory w Polsce

24 lutego 2022 r. oczy całego świata zwróciły się ku Ukrainie, gdzie Federacja Rosyjska rozpoczęła pełnoskalową agresję na swojego sąsiada. Jednym z efektów tej wojny była fala uchodźców wojennych przybywających do Polski. Tak nagły napływ znaczącej liczby obywateli Ukrainy stał się paliwem dla generowania różnego rodzaju treści dezinformacyjnych. Były one również wykorzystywane w kontekście wyborów w Polsce.

Podczas wyborów parlamentarnych w 2023 r. sugerowano, że ukraińscy uchodźcy wojenni nieznający języka polskiego zasiadali w komisjach wyborczych. To dziwaczny zarzut, ponieważ aby zostać członkiem komisji, trzeba być obywatelem Polski, a żeby taki przywilej uzyskać (będąc obywatelem innego państwa), niezbędna jest znajomość języka, potwierdzona urzędowym dokumentem. Co więcej, aby móc starać się o polskie obywatelstwo, uchodźca z Ukrainy musi przebywać na terenie Polski przez co

najmniej 2 lata, zatem z prostej matematyki wynika, że mamy tutaj kilka miesięcy różnicy.

Jeszcze większą fantazją (lub mniejszą umiejętnością weryfikacji) wykazali się internauci, którzy twierdzili, że w wyborach samorządowych w jednym z polskich miast startuje Ukrainka. Sugerowano się wschodnim brzmieniem nazwiska kandydatki i niebiesko-żółtymi barwami na plakatach wyborczych. Wystarczyło jednak przez chwilę poszukać informacji o niedosłej radnej, aby dowiedzieć się, że nazwisko przejęła po mężu, który pochodzi z Ukrainy (podczas gdy sama jest Polką), a niebiesko-żółte barwy stanowią oficjalne kolory Częstochowy – miasta, w którym kandydatka startowała.

Kwestie związane z obywatelami Ukrainy przebywającymi w Polsce czy też z polską pomocą dla Kijowa wielokrotnie były wykorzystywane do tworzenia fałszywych i szkodliwych treści w Internecie. Nic więc dziwnego, że także przy okazji wyborów obserwowaliśmy próby manipulowania tym wątkiem.

Inne ciekawe przypadki

Uniwersum wyborcze jest pełne niespodzianek. Dotyczy to również pomysłów na dezinformowanie wyborców. Żeby nie być gołosłownymi, przedstawimy kilka przykładów narracji, które ciężko jakkolwiek skategoryzować.

Na początek – wybory samorządowe z kwietnia 2024 r. i sugestia, jakoby poziom zdawalności matur w poszczególnych województwach odpowiadał wynikom wyborów. Na poparcie tej teorii miała posłużyć grafika nieznanego autorstwa, zawierająca przypadkowe wartości procentowe. Co ciekawe, nie był to pierwszy raz, kiedy ta grafika służyła do promowania tego rodzaju dezinformacji. Już w maju 2019 r. (tuż po wyborach do Parlamentu) była wykorzystywana do budowania podobnych narracji. Co najciekawsze, prezentowane na opisywanej grafice liczby nie odzwierciedlały wyników żadnego egzaminu maturalnego z tamtego okresu.

Wróćmy do roku 2024, ale weźmy na tapet nie wybory samorządowe, a kampanię do Parlamentu Europejskiego. Tym razem wszystko kręciło się wokół złamanej ręki 2-latka. Politycy jednego z komitetów wyborczych twierdzili, że pracownicy Państwowej Komisji Wyborczej bezprawnie nie wpuścili ich na losowanie numerów list wyborczych i podczas szarpaniny

złamali rękę synowi jednego z kandydatów (w 2025 r. ten polityk był też jednym z kandydatów na prezydenta). Jak się później okazało, politycy nie mieli prawa uczestniczyć w losowaniu (przez brak obecności pełnomocnika wyborczego ich komitetu), a ręka chłopca uległa złamaniu w przypadkowej sytuacji wynikającej z nieuwagi jego opiekunów.

Podczas prezydenckiej kampanii wyborczej w roku 2025 popularność zdobywał pomysł zabierania świeczek na głosowanie. Miały one służyć do „zatluszczenia” pustych pól, aby zapobiec postawieniu krzyżyka przy innym kandydacie i unieważnieniu głosu. Teoretycznie nie jest to ani zakazane, ani problematyczne, jednakże w niektórych przypadkach takie działanie może wzbudzić wątpliwości komisji. Zakreślenie kratki świeczką w sposób, w którym przypomina znak X, może spowodować uznanie głosu za nieważny (zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem wyborczym). Oryginalny pomysł, niby promowany w celu uchronienia się przed fałszerstwem, w rzeczywistości mógł doprowadzić do nieuznania czyjegoś głosu.

Refleksje i wnioski

Lata 2023-2025 to okres maratonu wyborczego w Polsce – cztery różne głosowania (parlamentarne, samorządowe, do Parlamentu Europejskiego i prezydenckie) w ciągu niespełna dwóch lat. Taka kumulacja z jednej strony stanowi święto demokracji, z drugiej zaś niestety sprzyja nasileniu dezinformacji.

Różnorodność głosowań z tego okresu powodowała występowanie całego wachlarza różnych fałszywych informacji, od tych absurdalnych po realnie szkodliwe i mogące wpływać na wynik wyborów. Punktem wspólnym, tym, co pojawiało się regularnie podczas kampanii wyborczych, były oskarżenia o fałszerstwa, oszustwa i próby wpłynięcia na wyniki głosowania. Wywoływanie takich nastrojów ma jedną poważną konsekwencję: podważa zaufanie obywateli do uczciwości procesu wyborczego. Tego typu przekazy nie opierają się na faktach, lecz na insynuacjach i teoriach spiskowych, które mogą prowadzić do rezygnacji z udziału w głosowaniu („skoro i tak oszukają, to po co głosować?”). Skutkiem może być obniżenie frekwencji i podziały społeczne. Na szczęście, sądząc po tym, ilu Polaków ruszyło do urn, można stwierdzić, że plan dezinformatorów nie do końca wypalił, ponieważ wybory parlamentarne i prezydenckie cieszyły się największą historycznie popularnością.

Z drugiej strony intensywność i mnogość sfigowanych informacji, doniesień, sugestii oraz insynuacji może stanowić sygnał ostrzegawczy, że kolejne wybory też będą przebiegać pod znakiem oskarżeń o fałszerstwa. Z pewnością pojawiają się również takie treści, których nie sposób przewidzieć. Będą one zależały od sytuacji w danym okresie, istotnych wydarzeń, nastrojów społecznych, a przede wszystkim od tego, jak bardzo pomyślni będą ludzie, którzy chcą nas oszukać i wpłynąć na nasze wyborcze decyzje.

Mimo że powyższy rozdział skupiał się na przykładach z Polski, nie są one charakterystyczne wyłącznie dla naszego kraju. Wybory prezydenckie w USA pokazały, że narracje dotyczące poszczególnych kandydatów mogą przybierać różne formy, a ten sam przekaz może odnosić się do obydwu stron w zależności od tego, kto w danym momencie go promuje (oskarżenia o chęć dokonywania oszustw wyborczych były kierowane zarówno wobec Donalda Trumpa, jak i Kamali Harris). Tak samo można podejść do aktualnych, istotnych dla obywateli kwestii – w Polsce mocno skupiano się na uchodźcach wojennych z Ukrainy, a na przykład w Austrii podczas eurowyborów w roku 2024 ważnym elementem były narracje antyimigracyjne i antyislamskie.

Dezinformacja nie zna granic, języka i narodowości. może ona dotyczyć polityków i kandydatów niezależnie od ich poglądów czy pochodzenia, ale promowany przekaz, chęć zaszkodzenia i potencjalna szkodliwość takich działań pozostają bez zmian.



ROZDZIAŁ W PIGUŁCE

PRZYKŁADY DEZINFORMACJI WYBORCZEJ

OSZUSTWA WYBORCZE I USTAWIANIE WYNIKÓW GŁOSOWANIA:

- Masowe wydawanie niepodstemplowanych/wypełnionych kart do głosowania;
 - Karty wyborcze, na których nie ma możliwości oddania głosu na część zgłoszonych kandydatów;
 - Wyniki wyborów ustalane z góry;
 - Długopisy ze znikającym tuszem.
-

PERSONALNE ATAKI NA KANDYDATÓW:

- Kandydaci w wyborach opisywani jako przestępcy, pijani kierowcy i niemoralni ludzie;
 - Kreowanie się na ofiarę ataków i spisków.
-

OBYWATELE UKRAINY A WYBORY W POLSCE:

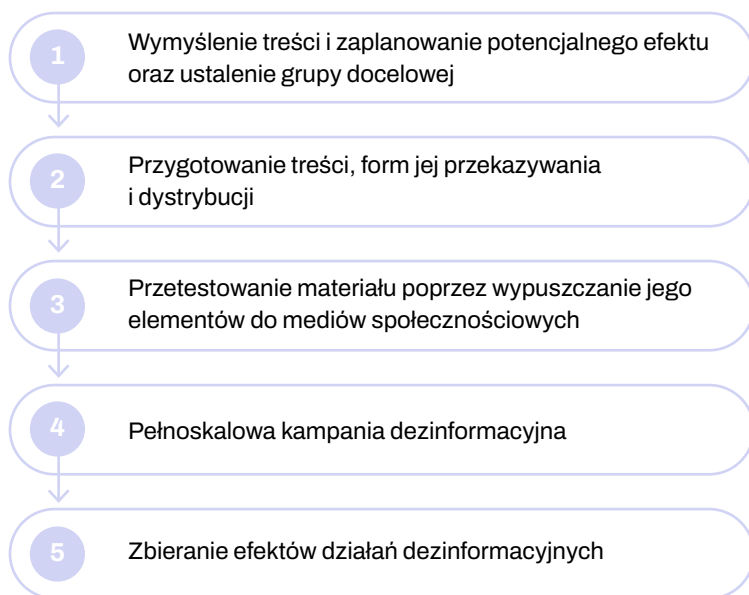
- Ukraińscy uchodźcy wojenni nieznający języka polskiego w komisjach wyborczych;
 - Ukrainka (która jest jednak Polką) kandydująca na radną.
-

INNE CIEKAWY PRZYPADKI:

- Poziom zdawalności matur w danych województwach odzwierciedla wyniki wyborów;
- Członkowie PKW łamią rękę 2-latka podczas szarpaniny z politykami;
- Woskowa świeczka chroni przed sfalszowaniem oddanego głosu.

Dobre praktyki ograniczające rozprzestrzenianie się dezinformacji

Dezinformację można traktować jak każdy inny produkt wprowadzany na rynek. Tak jak reklama ma nas przekonać do zakupu, dezinformacja ma nas przekonać do określonego sposobu działania lub myślenia. W związku z tym proces jej przygotowywania i dystrybucji można zaprezentować za pomocą poniższego schematu:



Naszą rolą jako obywateli jest nie dać się takim zabiegom i udaremnić realizację tego przemyślanego planu.

Dobre praktyki, które zaraz zaprezentujemy, są skutecznym narzędziem w rękach każdego, kto chce przeciwdziałać dezinformacji!

Co możesz zrobić, żeby nie dać się dezinformacji?

Trenuj myślenie krytyczne

Zmiana perspektywy pomaga w wielu sytuacjach, a walka z dezinformacją jest jedną z nich. Przy kontakcie z potencjalnie kontrowersyjną treścią warto zadać sobie kilka pytań co do:



Źródła i wiarygodności informacji

- Kto jest autorem/autorką informacji?
- Czy ta osoba/organizacja jest wiarygodna?
- Kto potencjalnie zyskuje, a kto traci na danym twierdzeniu?
- Czy źródło tej informacji jest wiarygodne?
- Czy jest podane źródło pierwotne? Czy mogę je sprawdzić?
- Czy inne, niezależne źródła potwierdzają te dane/informacje/doniesienia?



Treści i formy informacji

- Czy ta informacja to fakt, a może opinia, przypuszczenie, domysł?
- Czy mogę zweryfikować dane, liczby, przykłady?
- Czy dowody są rzetelne i dobrze zinterpretowane?
- Czy brakuje potencjalnie istotnych informacji?
- Jak wyglądałaby ta sprawa z innej perspektywy?
- Czy ta wiadomość nie brzmi zbyt sensacyjnie?



Reakcji i wpływu na odbiorcę

- Czy wypowiedź zawiera emocjonalny język, który może mnie nakierować na określoną interpretację?
- Czy wywołuje to u mnie silne emocje (strach, złość, wstręt)?
- Czy wierzę w to tylko dlatego, że potwierdza to moje poglądy?
- Czy jestem otwarty/otwarta na to, że mogę się mylić?

Zatrzymaj się, zanim udostępnisz (zasada STOP)

Zanim udostępnisz coś na swoim profilu w mediach społecznościowych, weź 3 głębokie wdechy i zastanów się, czy autor bądź autorka danej treści jest wiarygodny/wiarygodna i czy nie jest ona zbyt emocjonalna, prowokacyjna, nieprawdopodobna. Daj sobie czas na sprawdzenie, czy inne źródła potwierdzają te doniesienia i co może się potencjalnie stać, kiedy i Ty je udostępnisz? Upewnij się, że nie puszczasz danej treści dalej w świat tylko dlatego, że coś Cię zdenerwowało. Bez podjęcia tych kroków możesz przyczynić się do szerzenia misinformacji²!

Dbaj o higienę swojego feedu

Ważne jest, aby dbać o to, co pojawia się na ekranach naszych urządzeń podczas przeglądania mediów społecznościowych. Przestań obserwować konta, które regularnie dzielą się niesprawdzonymi treściami. Polub strony lub profile ekspertów/ekspertek, którzy dostarczają rzetelnych analiz lub są zaufanymi, wiarygodnymi źródłami informacji. Staraj się nie klikać w clickbaitowe³ nagłówki i odnośniki do nieznanych Ci stron czy profili. Jeśli regularnie widzisz posty, które wzbudzają silne emocje, ale nie zawierają źródeł – to znak, że warto zrobić porządku.

2 Fałszywe treści rozpowszechniane bez złej intencji.

3 Clickbait (czytaj: klikbejt lub klikbajt) – chwytliwa treść odnośnika na stronie internetowej, prowokująca do jego kliknięcia.

Bądź „tym rozsądnym” / „tą rozsądną” wśród rodziny i znajomych

- Promuj profile i portale edukacyjne, fact-checkingowe i te zajmujące się walką z dezinformacją.
- Staraj się uczyć rodzinę i znajomych, żeby nie dzielili się niesprawdzonymi informacjami na Waszych czatach grupowych.
- Zachęcaj do zainstalowania przeglądarkowych wtyczek, które pomagają oceniać wiarygodność źródeł czy pochodzenie materiałów wideo. Jedną z nich jest InVID Verification Plugin – finansowany przez UE zestaw narzędzi pomagający weryfikować treści wizualne w mediach społecznościowych. Warto też zwrócić uwagę na KnowNews, który klasyfikuje strony z wiadomościami na podstawie ich wiarygodności.
- Reaguj, ale się nie wymądrzaj i nie wyśmiewaj – empatia i dialog potrafią zdziałać cuda. Zamiast mówić „Boże, kolejne brednie, na które ktoś cię złapał”, warto podejść do przekonań drugiej osoby łagodniej i przedstawiać swój punkt widzenia z odpowiednim zapleczem (linki do danych, weryfikacji, informacji z rzetelnych źródeł).

Co robi państwo, żeby pomóc Ci nie dać się dezinformacji?

Na szczęście nie jesteś pozostawiony/pozostawiona samu/samej sobie w tej walce. Cześć inicjatyw podejmowanych przez administrację państwową już działa. Poniżej podajemy kilka przykładów.



Stworzenie platformy wymiany wiedzy między państwem a obywatelem

Sprawdź, czy w Twoim kraju istnieje ogólnodostępna platforma, która jest elementem infrastruktury dbającej o bezpieczeństwo wyborów w kraju. Będzie miejscem, gdzie możesz zgłaszać incydenty związane z wyborami, a także bazy wiedzy na temat procesów demokratycznych.

Przykładem może być funkcjonujący w Polsce serwis BezpieczneWybory.pl. Jego główne zadanie to przeciwdziałanie dezinformacji wyborczej w internecie. Na portalu można znaleźć m.in.:

- Zweryfikowane informacje dotyczące wyborów, w tym aktualności na temat nadchodzących głosowań;
- Dobre praktyki w zakresie cyberbezpieczeństwa;
- Raporty dotyczące dezinformacji wyborczej z poprzednich wyborów;
- Zakładkę, za pomocą której można zgłosić dezinformację wyborczą napotkaną w internecie.



Kampanie edukacyjno-medialne

Dobrze zaplanowana i przeprowadzona kampania może roznieść się szerokim echem wśród obywateli. Stworzenie materiałów do mediów tradycyjnych i internetowych oraz promowanie kampanii w przestrzeni publicznej zwiększy świadomość społeczną, a przez to poziom wiedzy obywateli na temat tego, czym jest i jak może na nas wpływać dezinformacja, zwłaszcza ta wyborcza.



Współpraca i edukacja

W ramach walki z dezinformacją wyborczą prowadzone są szkolenia dla pracowników administracji publicznej, komitetów wyborczych, dziennikarzy czy nawet influencerów. Wszystko po to, aby ludzie, którym ufasz, również byli świadomi zagrożeń i wiedzieli, jak zapobiegać rozprzestrzenianiu dezinformacji.

Dodatkowym istotnym krokiem jest współpraca z platformami takimi jak X czy Facebook przy wdrażaniu wspólnych standardów i procedur, które pozwolą na dbanie o jakość debaty publicznej i przeciwdziałanie dezinformacji. W końcu blisko 64% ludzi na świecie aktywnie korzysta z mediów społecznościowych⁴.

Co Ty możesz zrobić?

Istnieje także przestrzeń na Twoje działanie jako obywatela/obywatelki, mieszkańca/mieszkanki i członka/członkini lokalnej społeczności:



Aktywność w szkole

Jako rodzic masz wpływ na to, jak może wyglądać szkoła Twoich dzieci. Możesz zwrócić się do dyrekcji szkoły z prośbą o uwzględnienie w ramach programów nauczania dla wybranych przedmiotów takich dziedzin jak krytyczne myślenie, rozpoznawanie dezinformacji czy analiza źródeł. Jeśli wprowadzenie elementów edukacji medialnej na lekcjach okaże się za dużym krokiem na start, warto rozważyć organizację warsztatów. Uczniowie, nauczyciele i rodzice mogą brać w nich udział jednocześnie.



Aktywność w najbliższej okolicy

Jeśli nie szkoła, to może lokalny ratusz, dom kultury, świetlica czy biblioteka? Każda z tych instytucji dysponuje jakimiś państwowymi środkami, które można spożytkować na budowanie świadomości w walce z dezinformacją. Możesz zaproponować zorganizowanie spotkań ze specjalistami lub szkoleń z podstaw weryfikacji i fact-checkingu ze wstępem wolnym dla okolicznych mieszkańców.



Zachęcanie do działania

Czy urzędnicy i radni w Twojej miejscowości wiedzą, jak reagować na fałszywe informacje, jak prowadzić jasną i sprawną komunikację, aby nie dawać przestrzeni na manipulacje, i jak prowadzić dialog z mieszkańcami i moderować dyskusje online (np. komentarze na profilach gminy w mediach społecznościowych)? Jeśli nie masz takiej pewności, zawsze możesz zapytać i jasno wyrazić swoje potrzeby, aby zmotywować lokalne władze do działania.



Uważność wyborcza

Warto samemu/samej zadbać o uzupełnienie swojej wiedzy na temat procesu wyborczego i dowiedzieć się, jakie przepisy obowiązują w kraju. Gdzie w Twojej okolicy znajduje się lokal wyborczy? Kiedy i w jakich godzinach jest on otwarty? Jak oddać ważny głos oraz co trzeba ze sobą zabrać, aby móc zagłosować? A jeśli jest taka potrzeba, co trzeba zrobić, żeby móc zagłosować poza miejscem zamieszkania? Dodatkowo warto uważać na wszelkie informacje dotyczące rzekomych zmian dat wyborów czy sposobów głosowania, ponieważ w rzeczywistości takie sytuacje są wyjątkową rzadkością.



ROZDZIAŁ W PIGUŁCE

DOBRE PRAKTYKI OGRANICZAJĄCE ROZPRZESTRZENIANIE SIĘ DEZINFORMACJI WYBORCZEJ

CO MOŻESZ ZROBIĆ, ŻEBY NIE DAĆ SIĘ DEZINFORMACJI:

- Trenuj myślenie krytyczne;
 - Stosuj się do zasady STOP;
 - Dbaj o higienę feedu;
 - Bądź „tym rozsądnym” / „tą rozsądną” wśród rodziny i znajomych.
-

CO ROBI PAŃSTWO, ŻEBY POMÓC CI NIE DAĆ SIĘ DEZINFORMACJI:

- Stworzenie platformy wymiany wiedzy między państwem, a obywatelami;
 - Kampanie edukacyjno-medialne;
 - Współpraca i edukacja.
-

CO TY MOŻESZ ZROBIĆ:

- Aktywność w szkole;
- Aktywność w najbliższej okolicy;
- Zachęcanie do działania;
- Uwaga wyborcza.

Vademecum wyborczego debiutanta

Sprawdź, czy możesz głosować:



WIEK

W większości europejskich państw minimalny wiek uzyskania czynnego prawa wyborczego to 18 lat, ale np. w Austrii i na Maltzie – 16 lat.



OBYWATELSTWO

Aby głosować, zwykle trzeba być obywatelem/obywatelką danego kraju. W wyborach samorządowych i europejskich czasem wystarczy być zarejestrowanym mieszkańcem/mieszkanką danego kraju.



REJESTRACJA

W części krajów automatycznie jest się zarejestrowanym do rejestru wyborców. W innych należy zapisać się samodzielnie z odpowiednim wyprzedzeniem. Sprawdź w wiarygodnym źródle, np. na stronach rządowych, jak to działa w Twoim przypadku.



GŁOSOWANIE ZA GRANICĄ

Pamiętaj, że jeśli w dniu wyborów będziesz w innym kraju, w większości przypadków nadal możesz oddać głos. Procedury różnią się w zależności od państwa. W wielu krajach trzeba się zapisać na listę wyborców za granicą z odpowiednim wyprzedzeniem (czasem na kilka tygodni przed wyborami). Głosowanie z zagranicy zazwyczaj odbywa się w ambasadzie lub konsulacie danego kraju.

Dowiedz się, kiedy i jak głosować



DATA WYBORÓW

Każdy kraj ogłasza ją oficjalnie – sprawdź w zaufanych źródłach (np. strona rządu lub komisji wyborczej). W wielu krajach domeny rządowe mają charakterystyczne końcówki, w których pojawia się skrót od odpowiednika słowa „rząd”, np. dla Francji będą to strony gouv.fr, a dla Hiszpanii gob.es.



MIEJSCE GŁOSOWANIA

Zazwyczaj lokal wyborczy przypisany do adresu zameldowania możesz znaleźć w internetowych spisach obwodów wyborczych.



FORMY GŁOSOWANIA

W większości krajów głosuje się osobiście w lokalu w dniu wyborów. Jedynym krajem, gdzie obywatele mogą oddać e-głos, jest Estonia. Niektóre państwa dopuszczają głosowanie korespondencyjne, a także głosowanie przez pełnomocnika – możesz skorzystać z takiej możliwości, jeśli Twoja sytuacja zdrowotna nie pozwala Ci na osobiste uczestnictwo.

Jak się przygotować?

- **POZNAJ ZASADY GŁOSOWANIA** – np. czy możesz postawić tylko jeden znak „X”, czy można wskazać większą liczbę kandydatów? Informacja o zasadach głosowania powinna znajdować się na karcie.
- **PRZYGOTUJ DOKUMENT TOŻSAMOŚCI** – paszport, dowód osobisty, czasem prawo jazdy (zależnie od kraju).
- **DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O KANDYDATACH I PARTIACH** – postaraj się zapoznać z ich programami wyborczymi, unikaj opierania się wyłącznie na memach i viralowych filmikach.

Co zrobić w dniu głosowania?

- Idź do lokalu wyborczego w wyznaczonych godzinach.
- Zabierz ze sobą dokument tożsamości.

- Odbierz kartę wyborczą i sprawdź, czy jest ostemplowana.
- Wejdź do kabiny, oddaj głos zgodnie z instrukcją.
- Włóż kartę do urny i... po sprawie!

A co po wyborach?

- Wyniki wyborów są ogłaszane publicznie – śledź je w zaufanych źródłach.
- Pamiętaj, że demokracja to nie tylko dzień wyborów. Współtworzysz ją codziennie poprzez swoją obywatelską aktywność.

Nagłe wydarzenia często wiążą się z silnymi emocjami, te zaś, jak wiadomo, nie są najlepszym doradcą. Łatwo pod ich wpływem paść ofiarą niepełnych, mylących lub całkowicie fałszywych informacji. Dobra wiadomość? Każdy i każda z nas może skutecznie zadbać o własną ochronę przed dezinformacją.



OTO PROSTE KROKI, KTÓRE POMOGĄ CI ROZPOZNAĆ I ODPOWIEDNIO REAGOWAĆ NA PODEJRZANE TREŚCI:

- Zatrzymaj się. Nie udostępniaj od razu – najpierw sprawdź, czy dana informacja jest prawdziwa.
- Zbadaj źródło. Kto publikuje tę informację? Czy to wiarygodne medium?
- Sprawdź, czy inne media to potwierdzają. Szukaj tej samej wiadomości w różnych, niezależnych źródłach.
- Zwróć uwagę na emocje. Jeśli coś wywołuje bardzo silne emocje (szok, strach, gniew) – zachowaj szczególną ostrożność.
- Patrz na daty i kontekst. Czy informacja jest aktualna? Czy została wyrwana z kontekstu?
- Weryfikuj zdjęcia i wideo. Obrazy mogą być zmanipulowane lub pokazane bez związku z tematem.
- Czytaj dalej niż nagłówek. Często nagłówki są mylące lub przesadzone.

- Myśl krytycznie. Zastanów się: czy to w ogóle ma sens? Czy potwierdzają to fakty?
- Zgłaszaj szkodliwe treści. Jeśli widzisz mowę nienawiści, nawoływanie do przemocy lub treści niezgodne z zasadami platformy – zgłoś je. Wspólnie możemy zrobić więcej dla bezpieczeństwa w sieci.

