Dezinformacja podczas wyborów w Niemczech w 2025 r.

OPPORTUNITY
Institute for Foreign Affairs

Tytus Jaskułowski

OKOLICZNOŚCI HISTORYCZNE PROBLEMU

Omawiając metody dezinformacji stosowane przy okazji wyborów parlamentarnych w RFN z lutego br. **należy pamiętać o jej elementach wynikających z historii obu państw niemieckich**. To one bowiem stanowiły podstawę do łatwiejszego niż np. Polsce prowadzenia odnośnych kampanii. **Błędne pozostaje przy okazji stwierdzenie, iż rozwój dezinformacji można przypisać wyłącznie zmianom w dostępności do instrumentów komunikacji elektronicznej,** niezależnie od tego, iż liczba użytkowników najpopularniejszych mediów społecznościowych jest niewątpliwie wyższa niż np. w RP (TikTok ma 20 mln użytkowników w RFN, w Polsce tylko 8).

Wspomniane powyżej czynniki to przede wszystkim **prowadzona skutecznie w NRD, najpóźniej od lat 80 XX w. „dezinformacja państwowa".** Jej celem było np. tworzenie w społeczeństwie negatywnego obrazu PRL i jej mieszkańców, szczególnie od momentu powstania NSZZ „Solidarność". Co istotne, udawało się generować stosowny przekaz bez pomocy środków komunikacji elektronicznej.

Dezinformację państwową uzupełniały działania prowadzące do utrwalenia jak najbardziej pozytywnego obrazu ZSRR. Sprzyjał temu ponadto **czynnik geograficzny** oraz rozbudowany system represji w Niemczech Wschodnich. Pozorna łatwość dostępu do zachodniemieckiej telewizji łączyła się z wysokim ryzykiem ponoszenia konsekwencji karnych w związku z jej oglądaniem. Ponadto ukształtowanie terenu wokół istotnych ośrodków miejskich (Drezno) uniemożliwiało odbiór telewizji publicznej RFN. Powodowało to obraźliwe określenie wspomnianej metropolii mianem „doliny ciemniaków". Tyle tylko, iż właśnie tam znajdują się do dziś najważniejsze centra poparcia partii skrajnych, takich jak AfD.

Po zjednoczeniu w 1990 r. zainwestowano co prawda znaczne środki w budowę systemu wychowania obywatelskiego, co oznaczało także działania prowadzone na rzecz walki z dezinformacją i umiejętności krytycznego podejścia do otrzymywanych komunikatów. Budżet tej instytucji, tj. Federalnej Centrali Edukacji Politycznej ma wynosić obecnie ok. 70 mln euro. Tyle tylko, iż gro jej zadań miało inny charakter niż związany z dezinformacją. Ilość dostępnych środków malała i będzie maleć także w 2025 r. Sama instytucja od 2010 r. była ponadto poddawana krytyce z uwagi za brak obiektywizmu i stronniczość w ocenach faktów historycznych. Na wspomniany fakt zwrócił uwagę nawet Federalny Trybunał Konstytucyjny nakazując w orzeczeniu z 2010 r. zmianę takiego postępowania[1]. Nie ograniczyło to jednak krytyki tej instytucji dając zresztą kolejne argumenty dla prowadzenia dezinformacji wobec niej samej.

> „Dezinformację państwową uzupełniały działania prowadzące do utrwalenia jak najbardziej pozytywnego obrazu ZSRR."

Kolejnym elementem ułatwiającym prowadzenie działań dezinformacyjnych stało się **powstawanie ugrupowań skrajnych,** takich jak AfD. Do tego dodać należy **wydarzenia nadzwyczajne**, w rodzaju pandemii, ale także **wyraźny trend w tradycyjnych środkach masowego przekazu podważający ich wiarygodność jako taką.** Już na kilka lat przed wystąpieniami politycznymi zmieniającymi niemiecką scenę polityczną, w rodzaju kryzysu uchodźczego z 2015 r., względnie przed powstaniem takich platform jak TikTok, w przestrzeni publicznej RFN pojawiały się

stające się bestsellerami publikacje byłych dziennikarzy z wysokonakładowych dzienników opinii, np. Udo Ulfkotte. Posądzali oni własne redakcje o celową manipulację[2]. Wspomniany autor stał się później jednym z najważniejszych prelegentówna manifestacjach ruchów antyszczepionkowych w Niemczech oraz tych, które uznawały istnienie pandemii za formę spisku koncernów medycznych. **Rejestrowany zatem przed 2020 r. pogląd części społeczeństwa, głównie na obszarze b. NRD, mówiący o tym, iż działania mediów lub partii politycznych noszą znamiona dezinformacji stał się od 2015 r. istotnym czynnikiem budowania przez takie ugrupowania jak AfD kapitału politycznego.** Co więcej skłaniał do rezygnacji z prezentowania swoich opinii w tradycyjnych mediach z uwagi na łatwość dostępu do nowych grup wyborców w internecie, brak konieczności weryfikacji stawianych tam tez, ale przede wszystkim ograniczone koszty powielania korzystnej dla siebie narracji.

Dezinformacja w RFN nie jest zatem elementem, który ma wyłącznie celowo wprowadzić odbiorcę danego komunikatu w błąd. Pozostaje instrumentem walki politycznej oraz czynnikiem zaspokajającym potrzebę uzyskania potwierdzenia własnych opinii, wynikających np. z rozwoju sytuacji politycznej lub społecznej. Jest także skutkiem nieudolności administracyjnej państwa zmuszonego do organizacji np. w Berlinie w 2024 r. powtórzonego głosowania do Bundestagu z 2021 r.

Mniej znanym polskiej opinii publicznej faktem, na który także należy zwrócić uwagę, były **ponadto działania nękające prowadzone wobec badaczy zajmujących się historycznymi aspektami dezinformacji.** Tytułem przykładu, dopiero w 2019 r. zakończył się proces wytoczony dwóm pracownikom niemieckiego odpowiednika IPN[3]. W swojej publikacji poświęconej działaniom służb specjalnych ZSRR i NRD dotyczącym dezinformacji związanej z rozpowszechnianiem wirusa HIV postawili oni, na podstawie zachowanej dokumentacji archiwalnej, tezę, iż służba bezpieczeństwa NRD finansowała w RFN produkcję filmu na temat AIDS noszącego znamiona dezinformacji[4]. Skutkiem powyższego stał się proces cywilny wytoczony przez zainteresowanego producenta. Trwał 4 lata. Zakończył się jednakże zwycięstwem badaczy i uzyskaniem prawa do dalszego powielania wspomnianego poglądu[5].

> „Pierwsze poważne sygnały o rozwoju technik dezinformacyjnych zanotowano przy okazji wspomnianego głosowania do Bundestagu z 2021 r."

Pierwsze poważne sygnały o rozwoju technik dezinformacyjnych zanotowano przy okazji wspomnianego głosowania do Bundestagu z 2021 r. Zaobserwowano wtedy rosnącą ilość przypadków dezinformacji w sieci dotyczących wyborów. Dotyczyły one takich tematów jak np. występowanie sfałszowanych kart do głosowania z nazwiskami kandydatów. Rozpowszechniano także informacje na temat przeciwników politycznych ugrupowań skrajnych, którzy to mieli przekazywać korzyści majątkowe w zamian za działania ułatwiające prowadzenie kampanii wyborczej[6].



Historyczna granica NRD, Bleckede

TEZA PODSTAWOWA

Zaprezentowane poniżej metody działania i konkretne przykłady dezinformacji związane z okresem wyborów do Bundestagu w 2025 r. pokrywają się ze znanym we wschodnioeuropejskich służbach specjalnych pojęciem „dywersji ideologicznej"[7]. W swojej istocie kierowana była ona na podważenie reputacji podmiotu, który w bieżących okolicznościach taktycznych lub strategicznych uznawany był za zagrożenie dla generatora dezinformacji, a zatem zewnętrznego przeciwnika państwowego czy politycznego. W analizowanym okresie chodziło zatem o podważenie zaufania do instytucji państwowych RFN jako całości, a także osłabienie pozycji partii politycznych. **W tym sensie dezinformacja pozostaje instrumentem polityki wewnętrznej stając się elementem uzupełniającym populistyczne wypowiedzi w kampanii wyborczej.**

SYTUACJA PRZED WYBORAMI

Przed głosowaniem można było dostrzec następujące główne formy działań dezinformacyjnych:

- **Quasi dezinformacja,** polegająca na stosowaniu wątpliwych moralnie, ale legalnych zachowań związanych z etyką prowadzenia kampanii wyborczej. Za takie uznaje się np. konta na Facebooku propagujące tezę na temat ówczesnego ministra gospodarki z partii Zielonych, Roberta Habecka, jako „twarzy kryzysu"[8]. Opisany zwrot można niekoniecznie musi być interpretowany jako dezinformacja. Tyle tylko, iż przyczyniała się ona do osłabienia pozycji kandydata bez korzystania z wprost fałszywych informacji o nim.

- **Dezinformacja klasyczna,** czyli podawanie nieprawdziwych wiadomości. Tytułem przykładu, od stycznia br. pojawiały się na Twitterze/X opinie dotyczące chęci wprowadzenia przez chadecję cenzury w mediach[9], choroby psychicznej kandydata CDU na kanclerza, Friedricha Merza albo planów zalegalizowania przez nowy rząd pedofilii[10]. Portale walczące z dezinformacją zlokalizowały skoordynowaną akcję przekazywania w/w domniemań przez ponad 140 kont[11].

- **Dezinformacja analogowa.** Ta forma wyróżnia się jedynie medium powielającym informacje. Adresowana jest do osób starszych, nie korzystających z internetu. Przyjmowała formy nękające. Formą takowej stało się wrzucanie do skrzynek pocztowych opatrzonych nazwiskami w j. obcych ulotek o kształcie biletu lotniczego, ze wskazaniem o nadchodzącym końcu pobytu w RFN i przymusowej deportacji[12]. Zanotowano także rozpowszechnianie fałszywych plakatów sygnowanych rzekomo przez partię Zielonych. Sugerowały one konflikty koalicyjne albo rozdźwięk między deklaracjami programowymi tej partii a jej rzeczywistą postawą[13]. Należy przy tym wskazać, iż wyjątkowo częste w trakcie kampanii stało się niszczenie w RFN plakatów wyborczych wszystkich partii, tudzież ręczne domalowywanie na znajdujących się tam wizerunkach kandydatów na deputowanych np. charakterystycznego wąsika Adolfa Hitlera.

- **Dezinformacja ogólna.** Takowa nie związana była tylko z wyborami. Dotyczyła generalnego stosunku do określonego problemu. Intensywność przekazu zwiększała się jednakże przy okazji wyborów. Przed głosowaniem związana była z budzącym w RFN znaczne kontrowersje tematem nielegalnej emigracji. Za przykład powyższego uznaje się propagowanie od końca 2024 r. informacji o rzekomych planach sprowadzenia do RFN z Kenii prawie 2 mln gastarbeiterów[14]. Podobnie stało się z fikcyjnym komunikatem o zbiorowym gwałcie rzekomo dokonanym przez Afgańczyków pod Frankfurtem nad Menem. Stosowny post został wyświetlony na Tiktoku i Instagramie ponad 800 tys. razy[15].

- **Dezinformacja kierunkowa.** Dotyczyła bezpośredniego przygotowania głosowania. Jej przypadki rejestrował na bieżąco niemiecki odpowiednik polskiej PKW. Nieprawdziwe informacje w kontekście wyborów dotyczyły tez o: przymusowym udziale w głosowaniu, możliwości anulowania wyników przez Prezydenta RFN, uzyskania prawa oddania głosu o podwójnej ważności w momencie podpisania karty wyborczej, tudzież łatwej manipulacji głosowania korespondencyjnego. Zarejestrowano także pogląd, mówiący o tym, iż podanie na karcie wyborczej nazwiska oznaczać miało prawo do uczestnictwa w loterii fantowej...

> „Elementem ułatwiającym prowadzenie działań dezinformacyjnych stało się powstawanie ugrupowań skrajnych."

SYTUACJA PO WYBORACH

Po głosowaniu można było zarejestrować następujące formy działań dezinformacyjnych:

- **Quasi dezinformacja,** polegająca na stosowaniu wątpliwych etycznie ale absolutnie legalnych zachowań związanych ponownie z opieszałością działania instytucji państwowych. Za takie można uznać wyrażanie przez kierującą BSW Sahrą Wagenknecht przekonania o wystąpieniu nieprawidłowości wyborczych i chęci oceny ich legalności[16]. Jej partia nie przekroczyła (z uwagi na minimalne różnice) progu wyborczego. Zainteresowana uznawała tymczasem, iż wynik byłby inny, gdyby wszyscy zainteresowani głosowaniem Niemcy mieszkający za granicą otrzymali na czas niezbędną dokumentację. Teza Wagenknecht zawiera zatem domniemanie o fałszerstwie wyborczym. I jako takie staje się ono wystarczające dla budowania narracji o celowym oszustwie wyborczym, co ma, w dalszej kolejności, pomóc w budowaniu poparcia dla samego ugrupowania.
- **Dezinformacja klasyczna,** czyli podawanie nieprawdziwych wiadomości. Tytułem przykładu, po wyborach pojawiła się 26 lutego br. informacja o wyrzuceniu w Magdeburgu do Łaby 3.000 kart do głosowania z poparciem dla AfD. Miały być wyłowione i przekazane do odnośnego urzędu w Dreźnie. Stosowny post na grupie fanów tejże partii na Facebooku zawierał także informacje o braku otrzymania przez zamieszkujących za granicą Niemców dokumentacji do głosowania korespondencyjnego. Z uwagi na interwencję dziennikarską wiadomość ta została usunięta ze strony[17]. Zrzut ekranu z jej treścią nadal jednakże powielany jest w sieci. Po jej pierwotnym zamieszczeniu została wyświetlona ponad 25 tys. razy. Sytuacja opisana w poście nie miała miejsca, podobnie jak pogłoski o braku opieczętowania urn wyborczych, fałszywych kart do głosowania[18], braku na nich kandydatów AfD, względnie nieuwzględnienia ich wcale. Pojawiały się zarazem rzekomo autentyczne fotografie urn na których miał być widoczny brak pieczęci/plomb[19].
- **Dezinformacja mieszana.** Związana była z przytaczanymi wcześniej wypowiedziami S. Wagenknecht. Na kontach TikTokowych po głosowaniu pojawiały się oceny, wedle której za granicą uprawnionych do głosowanie było ponad 3,5 mln Niemców. Nie otrzymali jednakże dokumentacji wyborczej, co miało doprowadzić do zafałszowania rezultatów głosowania. Faktycznie uprawnionych do głosowania za granicą było jednakże tylko ok. 200 tys. osób. Odnośne video zostało usunięte, nadal jednak jest dostępne w sieci[20]. Uznaje się, iż miało ono ponad 0,5 mln odsłon[21]. Nie zmienia to rzecz jasna faktu, iż istniały problemy z dostarczeniem dokumentacji. To jednak było funkcją odpowiednio wczesnego zarejestrowania się w systemie danego obywatela. Fotografie fałszywych kart uznaje się poza tym za prowokację rosyjskich służb, co spowodowało stosowne dochodzenie służb w RFN.
- **Dezinformacja bez dezinformacji.** Dotyczyła elementów trudnych do sprawdzenia i weryfikacji, a które, nawet jeżeli mogą być uznane za nieprawdziwe, zawsze będą funkcjonować w przestrzeni publicznej. Dotyczą uznawania prognoz wyborczych za z gruntu fałszywe albo prezentowania sondaży wyborczych wykonywanych bez zachowania standardów metodologicznych pomiaru opinii respondentów tak, aby efekt zawsze był korzystny dla konkretnej partii. Odnośne prezentacje i diagramy były widoczne na konkretnych kontach na Twitterze/X[22]. Powielali je ze zrozumiałych powodów członkowie tych ugrupowań, które wypadały tam najlepiej.
- **Dezinformacja ogólna.** Takowa nie związana była tylko z wyborami. Dotyczyła ogólnego stosunku do określonego problemu. Intensywność przekazu zwiększała się jednakże przy okazji wyborów. Dotyczy np. nielegalności posiedzeń Bundestagu mijającej kadencji, mimo, iż wybrani zostali członkowie nowej.

- **Dezinformacja oparta na biedzie.** Ten model działania zaobserwowano od końca 2024 r. Bazuje on na coraz trudniejszej sytuacji finansowej tradycyjnych mediów. Oferuje się im zatem teksty z informacją np. o rezygnacji z honorarium. Celem dawcy jest bowiem wejście w przestrzeń publiczną. Grupą docelową takiej praktyki miały być przede wszystkim media lokalne[23].

- **Dezinformacja powielona.** Mowa tutaj o modelach działania znanych z innych wyborów, tj. pojawiających się na kontach na Facebooku skanach listów rzekomych pomocników wyborczych opisujących przypadki manipulacji. Identyczne szablony korespondencji pojawiały się już jednak przy okazji głosowania do Landtagów. Wyraźnie widać było na nich oznaki przeformułowania listu pod kątem głosowania z 2025 r[24].

„Należy oczekiwać utrzymania się tendencji wzrostowej stosowania dezinformacji, przede wszystkim w sieci."

Skala dezinformacji. Instytucje społeczeństwa obywatelskiego notowały pozornie niewielką liczbę podmiotów, które po raz pierwszy rozpowszechniły daną formę dezinformacyjną. **Szacuje się je na 180. Tyle tylko, iż zostały wyświetlone w sumie ponad 15 mln razy. Uzyskały także ok. pół miliona „polubień"[25]. Przed wyborami liczbę podmiotów-generatorów uznawano za ok. 100[26].**

Podmioty generujące dezinformację. Za takowe uznaje się przede wszystkim wszelkiego rodzaju służby specjalne podległe władzom Federacji Rosyjskiej, względnie operujące tam państwowe media. Mowa tutaj o takich nadawcach jak „Russia Today"[27] względnie „Sputnik". Wymienione organizacje wskazywane są wprost jako generatory dezinformacji w oficjalnych publikatorach wydawanych przez MSW RFN[28]. Także tam podaje się nazwy instytucji wykonawczych, czyli firm odpowiedzialnych za bezpośrednie prowadzenie fikcyjnych kont w mediach społecznościowych oraz wprowadzanie przez nie do obiegu cyfrowego zmanipulowanych treści. Są to: Internet „Research Agency" z St. Petersburga, Social Design Agency z Moskwy[29] (objęta zresztą sankcjami UE). Mowa także o powstałym w Mołdawii i będącym kompleksowym systemem spółek off-shore konsorcjum PQ Hosting, który, formalnie jako dostawca usług internetowych, miał odpowiadać za propagowanie korzystnej dla Rosji dezinformacji[30].

Bezpośrednio na terytorium Niemiec za środowiska sprzyjające przekazywaniu dezinformacji definiuje się ponadto grupy skrajnej lewicy i prawicy, wątpiących w istnienie epidemii po 2020 r. a także bardzo szeroko rozumiane spektrum osób wierzących w teorie spiskowe wszelkiego rodzaju. Jako konkretny przykład działania miejscowego uznaje się niemieckojęzyczny, posiadający ponad 200 tys. obserwujących na kanale Telegram i uznawany za prorosyjski videoblog poświęcony sytuacji na Ukrainie prowadzony przez Alinę Lipp[31].

Niezależnie od powyższego problemem przy omawianiu dezinformacji nie jest jej generator ale odbiorca. Szczególnie po wyborach do Bundestagu z 2025 r. organizacje badające zachowania społeczne wskazywały na tendencję do zamykania się grup wyborców, np. skrajnej AfD, we własnej „kapsule pojęciowej", do której świadomie nie przyjmowane są inne opinie i fakty niż te, które podają uznawane za wiarygodne komunikatory[32]. W takim przypadku jakiekolwiek działania obronne nie mają sensu z uwagi na cechy odbiorcy.



Siedziba Bundestagu, Berlin

WNIOSKI

Z uwagi na konsekwentny wzrost znaczenia komunikacji elektronicznej dla młodszych generacji **należy oczekiwać utrzymania się tendencji wzrostowej stosowania dezinformacji, przede wszystkim w sieci,** niezależnie od pochodzenia (obce służby specjalne, krajowe partie polityczne). Stosowane będą te same formy działania, tj. posty, rozpowszechnianie plotek, powielanie filmów dokumentujących sfingowane wydarzenia albo spreparowaną dokumentację.

Działania zaradcze muszą rozpocząć się na poziomie szkolnym jeszcze zanim dojdzie do umożliwienia dziecku korzystania z internetu. Wymaga to jednak wypracowania świadomości rodzicielskiej, wprowadzenia regularnych zajęć z bezpieczeństwa informacyjnego/edukacji medialnej w szkołach[33], znalezienia środków na te ostatnie, do znanych już w Europie metod skrajnych, tj. wprowadzenia zakazu korzystania z internetu albo konkretnych portali (TikTok) w placówkach oświatowych.

Formy działań informacyjnych dla polityków (np. konieczność uczęszczania przez nich na stosowne zajęcia z problematyki bezpieczeństwa) są możliwe. **Nie można jednakże oczekiwać od nich chęci dobrowolnej rezygnacji ze stosowania dezinformacji. Generuje ona bowiem polityczny zysk.** Warto w tym miejscu wskazać na wyniki badań ankietowych. Już w 2023 r. zwracano w nich uwagę, iż 48% respondentów w wieku od 16 do 74 lat trafia w sieci na fałszywe albo niewiarygodne informacje. Skoro zatem teoretycznie dezinformacja może trafić nawet do co drugiego użytkownika sieci, albo co drugiego wyborcy, zawsze znajdzie się podmiot chcący wykorzystać ten fakt i wprowadzać do obiegu cyfrowego treści będące dezinformacją.

Z punktu widzenia taktyki możliwe będą działania dotyczące niszczenia grup zewnętrznych prowadzących działania dezinformacyjne. Specyfika funkcjonowania sieci spowoduje jednakże stałe generowanie nowych kont/grup preparujących nieprawdziwe informacje. Z drugiej jednakże strony ta sama specyfika umożliwia prowadzenie oddolnych działań obronnych przez podmioty społeczeństwa obywatelskiego względnie same massmedia. Warto wskazać w tym momencie odnośne inicjatywy w internecie/mediach społecznościowych prowadzone przez agencje informacyjne względnie wspomniane grupy obywatelskie. Tak samo jak szkoły oferujące zajęcia z przeciwdziałania dezinformacji, są one chronicznie niedoinwestowane i finansujące własne projekty z datków.

„Dezinformacja pozostaje instrumentem polityki wewnętrznej stając się elementem uzupełniającym populistyczne wypowiedzi w kampanii wyborczej."

AUTOR



Tytus Jaskułowski

Analityk ds. Niemiec i polityki zachodniej

Profesor w Instytucie Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Zielonogórskiego, specjalizuje się w historii Niemiec, ze szczególnym uwzględnieniem NRD oraz jej służb specjalnych, wieloletni ekspert Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych, członek International Association of Intelligence History, wykładowca na uniwersytetach w Polsce i Niemczech.

PRZYPISY

1 https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/2010/08/rk20100817_1bvr258506.html
2 https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/udo-ulfkotte-ist-tot-der-autor-von-gekaufte-journalisten-im-portraet-a-1130031.html
3 Nawiasem mówiąc, jeden z nich był byłym pracownikiem Departamentu Stanu USA.
4 https://www.bundesarchiv.de/nachricht/rechtsstreit-um-bstu-p/
5 https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&az=VI%20ZR%20494/17&nr=98914
6 https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2021/09/27/diese-falschinformationen-und-irrefuehrenden-geruechte-kursieren-ueber-die-bundestagswahl-2021/
7 https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/hintergruende/DE/spionage-und-proliferationsabwehr/gefaehrdung-der-bundestagswahl-2025-durch-unzulaessige-auslaendische-einflussnahme.html#doc2014594bodyText3
8 https://www.hessenschau.de/politik/bundestagswahl/bundestagswahl-2025-fake-news-auf-tiktok-und-telegram-erkennen-v1,btw25-desinformation-100.html
9 https://archive.ph/kYkRc
10 https://ghostarchive.org/archive/VbzvI
11 https://euvsdisinfo.eu/de/pro-kreml-medien-sabbern-ueber-die-bundestagswahl/
12 https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/afd-karlsruhe-flyer-abschiebeticket-ermittlungen-volksverhetzung
13 https://www.spiegel.de/politik/deutschland/buendnis-90-die-gruenen-unbekannte-kleben-fake-plakate-in-niedersachsen-a-7044d3c8-8a1b-4c89-b2c0-4f87e2aaa71d
14 https://archive.ph/qyrfY
15 https://www.hessenschau.de/politik/bundestagswahl/bundestagswahl-2025-fake-news-auf-tiktok-und-telegram-erkennen-v1,btw25-desinformation-100.html
16 https://www.zdf.de/nachrichten/politik/deutschland/wagenknecht-anfechtung-wahlergebnis-100.html
17 https://correctiv.org/faktencheck/2025/03/04/kein-wahlbetrug-meldung-ueber-3-000-entsorgte-afd-stimmzettel-in-der-elbe-ist-erfunden/
18 https://archive.md/DsSn4
19 https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2024/12/02/bundestagswahl-2025-diese-falschbehauptungen-fakes-und-geruechte-kursieren/
20 https://perma.cc/4D47-QNNC
21 https://correctiv.org/faktencheck/2025/02/27/briefwahl-fuer-deutsche-im-ausland-2025-wie-viele-waehlerstimmen-betroffen-sind/
22 https://perma.cc/B9BW-TMK4
23 https://www.volksverpetzer.de/aktuelles/kreml-propaganda-unterjubeln/
24 https://correctiv.org/faktencheck/2025/02/26/brief-eines-angeblichen-wahlhelfers-ueber-wahlbetrug-in-duesseldorf-ist-fake/
25 https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2025/02/21/melden-zwecklos-tiktok-ignoriert-desinformation-zur-bundestagswahl/
26 https://www1.wdr.de/nachrichten/desinformation-fake-webseiten-bundestagswahl-100.html
27 https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/schwerpunkte/DE/desinformation/beispiele-russischer-desinformation.html
28 https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/faqs/DE/themen/heimat/desinformation/faq-liste-desinformation.html
29 https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ausland/desinformation-sda-kreml-russland-100.html
30 https://correctiv.org/faktencheck/russland-ukraine/2024/05/16/hacks-und-propaganda-zwei-brueder-aus-moldau-tragen-russlands-digitalen-krieg-nach-europa/
31 https://www.zdf.de/nachrichten/politik/alina-lipp-propaganda-ukraine-krieg-russland-100.html
32 https://www.volksverpetzer.de/analyse/afd-waehler-eigene-realitaet/

OPPORTUNITY INSTITUTE FOR FOREIGN AFFAIRS

to niezależny think tank non-profit, który realizuje analizy i raporty na zlecenie administracji publicznej, biznesu i organizacji międzynarodowych. Specjalizujemy się w tematach polityki zagranicznej, bezpieczeństwa, energetyki, migracji oraz rozwoju regionu Trójmorza.

Oferujemy:

- **dedykowane opracowania i rekomendacje strategiczne,**
- **wsparcie merytoryczne dla projektów publicznych i komercyjnych,**
- **seminaria, warsztaty i briefingi eksperckie.**



OPPORTUNITY
Institute for Foreign Affairs

office@theopportunity.pl
theopportunity.pl