

Julia Dobrowolska

UNIwersytet Warszawski

 ORCID: 0000-0003-1508-5353juliadobrowolska@onet.pl

Nowa odsłona chińskiej dezinformacji – rosnąca zbieżność z rosyjskimi taktykami a pandemia COVID-19

A New Look at Chinese Disinformation – Growing Convergence with Russian Tactics and the COVID-19 Pandemic

ABSTRAKT

Dezinformacja nie jest zjawiskiem nowym, jednak niewątpliwie coraz powszechniejszym, stanowiącym zagrożenie zarówno dla współczesnych społeczeństw, jak i państw demokratycznych. Celem artykułu jest analiza ewolucji chińskiej dezinformacji, która stała się wyraźna od chwili wybuchu pandemii COVID-19, oraz skonfrontowanie jej z rosyjskim odpowiednikiem. Artykuł przedstawia wcześniejszą, defensywną praktykę Pekinu w kontekście rozprzestrzeniania dezinformacji, polegającą na poprawie wizerunku Chin za pomocą pozytywnych przekazów dotyczących państwa. Szczególna uwaga została poświęcona zmianie chińskiego podejścia od czasu pandemii COVID-19 na bardziej ofensywne, korzystające z rosyjskich metod i narzędzi dezinformacyjnych. Przedstawiono m.in. obecność chińskich dyplomatów na Twitterze w duchu *wolf-warrior diplomacy*, działania Pekinu w USA, Afryce i Europie oraz chińskie narzędzia wpływu, takie jak TikTok. W artykule analizuje się także podobieństwa i różnice pomiędzy chińską i rosyjską dezinformacją, zwracając uwagę na słabe i mocne strony obu państw w kontekście prowadzenia operacji wpływów.

SŁOWA KLUCZOWE: DEZINFORMACJA, FAKE NEWS, COVID-19, WOLF-WARRIOR DIPLOMACY

ABSTRACT

Disinformation is not a new phenomenon, but it is undoubtedly becoming more and more common, posing a threat to both modern societies and democratic states. The aim of the article is to analyze the evolution of Chinese disinformation, which has become visible since the outbreak of the COVID-19 pandemic, and to confront it with its Russian counterpart. The article presents Beijing's previous defensive practice in the context of spreading disinformation, consisting in improving China's image with positive messages about the state. Particular attention was paid to changing the Chinese approach since the COVID-19 pandemic to a more offensive one, using Russian disinformation methods and tools. Presented, among others the presence of Chinese diplomats on Twitter in the spirit of *wolf-warrior diplomacy*, Beijing's activities in the USA, Africa and Europe, and Chinese tools of influence such as TikTok. The article also analyzes the similarities and differences between Chinese and Russian disinformation, paying attention to the strengths and weaknesses of both countries in the context of conducting influence operations.

KEYWORDS: DISINFORMATION, FAKE NEWS, COVID-19, WOLF-WARRIOR DIPLOMACY

Dobrowolska, J. (2023),
Nowa odsłona chińskiej
dezinformacji – rosnąca zbieżność
z rosyjskimi taktykami a pandemia
COVID-19,

com.press, 6(1), s. 72–81.

DOI: 10.51480/compress.2022.6-1.531

www.compress.edu.pl

WSTĘP

Dezinformacja nie jest zjawiskiem nowym, jednak niewątpliwie coraz powszechniejszym i groźniejszym. Współcześnie rozumiane społeczeństwo informacyjne, które cechuje szybki rozwój technologii, umożliwiający pozyskiwanie i przesyłanie informacji na szeroką skalę, stworzyło nowe warunki dla potencjalnych dezinformatorów (Nowak, 2008, s. 25). Pojęcie dezinformacji cechuje wielość definicji – eksperckich, akademickich czy też tych funkcjonujących w dokumentach państwowych i międzynarodowych. We wspomnianych podejściach definicyjnych można jednak dostrzec pewien konsensus co do niektórych ogólnych elementów dezinformacji, takich jak: przekaz oparty na fałszywych lub częściowo fałszywych informacjach oraz cel działań, który stanowi wpływ na odbiorcę i zmiana jego przekonań, tak aby były one zgodne z intencją dezinformatora i przyniosły mu założone korzyści (Mazarr i in., 2019, s. 15). Ciekawą syntezę różnorodnych definicji, którą przyjmuję na potrzeby niniejszego artykułu, zaproponowali Robert Kupiecki, Filip Bryjka oraz Tomasz Chłoń, którzy za dezinformację uznali „stosowaną przez państwa lub aktorów niepaństwowych doktrynę i praktykę celowego użycia zmanipulowanej lub sfalszowanej informacji w celu wywołania pożądanej zmiany u określonej grupy odbiorców w zaplanowanej dziedzinie oddziaływań” (Kupiecki, Bryjka, Chłoń, 2022, s. 73). Tak ujęta dezinformacja odnosi się do międzynarodowego wymiaru tego zjawiska, który stanowi zagrożenie zarówno dla współczesnych społeczeństw, jak i dla państw demokratycznych. Analizując zjawisko chińskiej dezinformacji w kontekście przytoczonej definicji, należy zwrócić uwagę na jej dwa odmienne podejścia i inne strategie działania.

Głównym aktorem odpowiadającym za chińską sferę informacyjną oraz rozprzestrzeganą propagandę jest Komunistyczna Partia Chin. To ona inicjuje i nadzoruje zarządzanie informacjami w obszarach, takich jak artykuły prasowe publikowane zarówno w mediach kojarzonych bezpośrednio z partią, jak i tych z prywatnych agencji oraz – co istotne z perspektywy niniejszego artykułu – oficjalne kanały dyplomatyczne i ich media społecznościowe: Instagram, Twitter, Facebook oraz chińskie platformy cyfrowe: m.in. TikTok, WeChat, Weibo (Charon, Vilmer, 2021). Lista chińskich podmiotów zaangażowanych w przeprowadzanie operacji wpływów i dystrybuowanie dezinformacji jest długa i oprócz Komunistycznej Partii Chin należy zwrócić uwagę także na zaangażowanie chińskich państwowych mediów, ministerstw, armii, opłacanych firm prywatnych (również tych zagranicznych), diasporę czy chińską dyplomację (Lipińska, 2022, s. 62–63).

Początkowo propaganda Pekinu koncentrowała się na odpieraniu międzynarodowej krytyki, celem manipulacji była więc poprawa wizerunku państwa, zarówno jako partnera politycznego, jak i biznesowego. Najważniejsze działanie stanowiło rozpowszechnianie pozytywnych komunikatów na temat Chin, które odwracałyby uwagę od ewentualnych spięć na arenie międzynarodowej (Karásková i in., 2020). Taka strategia była możliwa przede wszystkim z powodu pozycji, którą w ciągu ostatnich dwudziestu lat wypracowały sobie Chiny. Pozwalała ona na wywieranie wpływów bez konieczności systematycznego przeprowadzania kampanii dezinformacyjnych, opartych na zróżnicowanych taktykach i narracjach, jak w przypadku działań rosyjskich. Ponadto działania Pekinu wymierzone były przeciw konkretnym krajom, np. Tajwanowi, co samo w sobie ograniczało zasięg chińskiej dezinformacji (Charon, Vilmer, 2021, s. 620). Kolejną istotą cechą, która również przyczyniała się do ograniczania zasięgu działań Pekinu, była strategia docierania głównie do chińskiej diaspory na świecie. Nowa odsłona chińskiej dezinformacji i zmieniona strategia prezentowania propagandy wiąza się z wybuchem pandemii COVID-19, która spowodowała ogromne straty wizerunkowe (przede wszystkim z powodu chińskiego pochodzenia wirusa). Kampanie dezinformacyjne zostały poszerzone i umiędzynarodowione, a ich wcześniejsze skupianie się na promowaniu pozytywnych narracji o samych Chinach zastąpiono działaniami mającymi podważyć społeczne przekonania (o pandemii i nie tylko) – widoczna stała się inspiracja rosyjską praktyką w prowadzeniu wojny informacyjnej (Karásková i in., 2020, s. 7–12).

PANDEMIA COVID-19 I CHIŃSKA OFENSYWA DEZINFORMACYJNA

Jak wspomniano wyżej, początkowo propaganda Pekinu koncentrowała się na zniwelowaniu międzynarodowej krytyki poprzez odwracanie uwagi pozytywnymi przekazami na temat kraju. Pandemia przyczyniła się do zmiany tego podejścia na bardziej ofensywne, szerzące dezinformację na temat wirusa i wprost atakujące inne państwa (Šebok, Turcsányi, 2021). Należy równocześnie zaznaczyć, że ofensywne działania, przypominające rosyjską praktykę dezinformacyjną, można było zauważyć w wykonaniu Chin jeszcze przed 2020 rokiem. Dobrym przykładem „rusyfikacji” chińskich operacji jest ta przeprowadzona w 2018 roku podczas wyborów samorządowych na Tajwanie, która w opinii wielu obserwatorów pokazała, że Pekin używa

narzędzi ingerencji politycznej w rosyjskim stylu. Niektórzy sugerowali także, że Chiny testowały nowe taktyki w kraju, który dobrze znają, aby następnie móc używać ich na szerszą skalę (Charon, Vilmer, 2021, s. 620–622).

Na początku 2020 roku chińskie media korzystały z wcześniejszych narracji, opisując pandemię w raczej pozytywny sposób i podkreślając wysiłek, który Chiny wkładają w stabilizowanie sytuacji. Momentem zwrotnym stało się rozprzestrzenienie się wirusa na kraje zachodnie, które wprost wskazywały Chiny jako jego źródło. Reakcją na oskarżenia było przyjęcie ofensywnej postawy – Chiny negatywnie komentowały sposoby zarządzania kryzysem przez inne kraje, przy okazji atakując demokratyczny model rządzenia, który w ich opinii okazał się nieefektywny i chaotyczny (Lipińska, 2022). Ofensywie towarzyszyło stosowanie różnorodnych taktyk i narzędzi. Rozprzestrzeniano fake newsy na temat pandemii (i m.in. rzekomo amerykańskiego pochodzenia wirusa), korzystano ze stron internetowych promujących teorie spiskowe, wykorzystywano sieci botów i trolle czy też rozpowszechniano fałszywe narracje naukowe w chińskich mediach państwowych. Celem stała się globalna zmiana narracji wokół Chin i COVID-19 (Karásková i in., 2020).

Oprócz kampanii dezinformacyjnych, w mediach zarówno tradycyjnych, jak i społecznościowych ciekawym zjawiskiem stało się wykorzystywanie chińskich dyplomatów, którzy dodatkowo wzmacniali państwowe przekazy. W tym kontekście popularnym terminem stało się *wolf-warrior diplomacy* (Charon, Vilmer, 2021, s. 222–227). Nazwa bezpośrednio nawiązuje do chińskiego filmu akcji *Wolf Warrior* z 2015 roku i ma opisywać nową postawę kilkunastu dyplomatów, którzy w 2020 roku wypowiedali się w agresywnym tonie o krytyce kierowanej pod adresem Chin. *Wolf-warrior diplomacy* obrazuje taktykę wymaganą od państwowych urzędników za administracji Xi Jinpinga, która wyraża się broniem za wszelką cenę chińskich interesów i wizerunku za granicą. „Marsz” chińskich dyplomatów był szczególnie widoczny w mediach społecznościowych, głównie na Twitterze, gdzie szerzyli dezinformację, a nawet sięgali po zastraszanie. Przykładem może być fotomontaż zamieszczony na Twitterze przez rzecznika Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Zhao Lijiana, który przedstawiał australijskiego żołnierza podcinającego gardło afgańskiego dziecka (Needham, 2020).

Takie działania zostały odnotowane także w Polsce, a ich przykładem jest wielomiesięczna debata na Twitterze pomiędzy przedstawicielami USA i Chin: Georgette Mosbacher i Liu Guanyuanem, która miała miejsce w 2020 roku. Wymianę zdań zapoczątkował artykuł opublikowany na polskim portalu informacyjnym Onet.pl, w którym ambasador Mosbacher skrytykowała Chiny i ich działania w kontekście pandemii i związanych z nią teorii spiskowych

pochodzących z Chin (Mosbacher, 2020). W odpowiedzi przedstawiciel Chin również opublikował swoje stanowisko na tym samym portalu, w którym m.in. krytykował działania i decyzje amerykańskiego rządu, jednocześnie chwalał działania Polski, oraz sugerował amerykańskie pochodzenie wirusa. Debata przeniosła się na Twittera, gdzie zyskała zdecydowanie ostrzejszy wydźwięk i podniosła poziom rzucanych oskarżeń (Karásková i in., 2020, s. 20–24). Dzięki prowadzeniu działań w stylu „wilczego wojownika” chiński przedstawiciel w Polsce zaprezentował stanowisko państwa dużo większej grupie odbiorców niż tylko użytkownikom polskiego Twittera i dodatkowo wykorzystał do tego medium, które za prezydentury Donalda Trumpa stanowiło jedno z amerykańskich narzędzi dyplomatycznych głównego nurtu.

W miarę upływu czasu chińska dezinformacja zaczęła dostosowywać się do konkretnych regionów, jednak zazwyczaj zawierała w sobie pewne stałe elementy, takie jak: obwinianie Stanów Zjednoczonych za stworzenie i wydostanie się wirusa, przedstawianie Chin jako kraju wzorcowo radzącego sobie z pandemią oraz tzw. szczepionkową dyplomację, która miała pokazywać Chiny jako lidera w obszarze medycyny (Lipińska, 2022, s. 63). W USA i Australii dezinformacja skupiała się głównie na chińskich diasporach i wykorzystaniu ich dwujęzyczności. Rozprzestrzeniane narracje miały wzbudzać i podtrzymywać oburzenie w związku z oskarżaniem Chin o pochodzenie wirusa, a także dyskredytować zachodnie szczepionki. W Afryce skupiano się na podważaniu wiarygodności bogatych zachodnich państw w walce z pandemią i podkreślano ich niechęć do pomocy w regionie. W Europie również korzystano z trzech wymienionych wyżej narracji, jednak warto zwrócić uwagę na szczególną rolę dezinformacji pokazującej Chiny jako bezprecedensowego przyjaciela w dobie kryzysu. Przykładowo, taka kampania została przeprowadzona we Włoszech, gdzie tysiące botów udostępniały prochińskie przekazy na Twitterze. Podkreślano rolę Chin i przyjacielskie partnerstwo pomiędzy oboma krajami, równocześnie zwracając uwagę na brak wsparcia ze strony państw Unii Europejskiej. Antyunijne narracje można było zauważyć także w krajach bałtyckich, w których dezinformacja zwracała uwagę na brak pomocy od bogatszych europejskich państw (Dubow, Lucas, Morris, 2021).

Analizując problematykę chińskich działań dezinformacyjnych, należy także zwrócić uwagę na rolę aplikacji, w szczególności TikToka, które niewątpliwie przyczyniają się i z pewnością jeszcze bardziej przyczynią się do wzrostu zasięgu prowadzonych kampanii. TikTok to obecnie jedna z najpopularniejszych aplikacji, która dzięki swoim ogromnym zasięgom może zbierać dane i tworzyć spersonalizowane treści, potrafiące wpływać

na wybrane grupy docelowe, a nawet tworzyć predykcyjne modele behawioralne (Tucker, 2022). Z perspektywy prowadzenia kampanii dezinformacyjnych jest to bardzo wygodne i skuteczne narzędzie – oprócz oczywistej przewagi w postaci danych użytkowników i ich upodobań, istotna jest także forma przekazywania treści w postaci filmików. Dezinformacja bazuje na emocjach, które zdecydowanie łatwiej wywołać za pomocą obrazu. Co więcej, jest to dobre miejsce dla rozprzestrzeniania deep fake'ów – nagrań obrobionych w oparciu o algorytmy sztucznej inteligencji, co umożliwia stworzenie celowo zmanipulowanego materiału z wybranych obrazów, filmów lub dźwięków (Paris, Donovan, 2019, s. 3–5). O potencjale TikToka i wpływie, jaki jest on w stanie wywierać, świadczy również zainteresowanie Rosji, która w 2021 roku negocjowała z Chinami pomoc w usuwaniu filmików wyrażających poparcie dla rosyjskiego opozycjonisty Aleksieja Nawalnego (Kabash, 2021). Niewykluczone, że chińskie i rosyjskie operacje na TikToku były już przeprowadzane, jednak w wąskim zakresie.

INSPIRACJA ROSYJSKĄ DEZINFORMACJĄ – NAJWAŻNIEJSZE PODOBIENSTWA I RÓŻNICE

Chiński *modus operandi* zmienił się z głównie biernego wzmocnienia swojego wizerunku na arenie międzynarodowej na stosowanie taktyk ludzko podobnych do tych wykorzystywanych przez Rosjan. Aby przedstawić stopień zbieżności chińskiej i rosyjskiej dezinformacji, wykorzystano metodę porównawczą, która umożliwia wskazanie podobieństw i różnic cechujących podejście obu państw do rozprzestrzeniania swoich przekazów propagandowych. Analizie poddano: zasięg kampanii dezinformacyjnych, charakter rozpowszechnianych narracji oraz narzędzia wykorzystywane do przeprowadzania operacji wpływu.

Chińską i rosyjską dezinformację łączy wiele podobieństw. Nowa odsłona chińskiej dezinformacji, tak jak jej rosyjski odpowiednik, chętnie korzysta z zachodnich portali społecznościowych, takich jak Twitter czy Facebook, używając w tym celu botów, fałszywych kont i trolli. Wcześniej chińskie kampanie dezinformacyjne przeprowadzano w dużej mierze na chińskich portalach, takich jak Weibo czy WeChat. Istotne jest, że tradycyjnie koncentrowano się na chińskich diasporach za granicą i to dla nich przygotowywano konkretne narracje, zasięg przeprowadzanych operacji nie był więc ograniczony tylko do chińskich portali, ale obejmował także chińskich odbiorców

(Charon, Vilmer, 2021, s. 620). Dezinformacja w nowym wydaniu znacząco rozszerzyła swój krąg działania i tak jak jej rosyjski odpowiednik zaatakowała międzynarodowe elity polityczne, środowiska biznesowe, akademickie czy medialne (Schrader, 2020). Kolejnym podobieństwem są ofensywne, często niezwiązane z Chinami narracje, które uderzają w zachodnie liberalne demokracje i chcą oddziaływać na nastroje społeczne – w przypadku Chin jest to nowa praktyka, niespotykana wcześniej na taką skalę (Molter, DiResta, 2020; Charon, Vilmer, 2021, s. 625). Ofensywne narracje mają bezpośredni związek z zaangażowaniem w rozpowszechnianie teorii spiskowych (na przykład oficjalnymi kanałami dyplomatycznymi, jak miało to miejsce w czasie pandemii COVID-19), po które z kolei od wielu lat chętnie sięga Rosja (Molter, DiResta, 2020). Dodając do tego aktywne i agresywne działania chińskich dyplomatów w stylu *wolf-warrior diplomacy* na Twitterze, możemy mówić o znaczącej zmianie taktyki Pekinu. Podobieństwo pomiędzy chińskimi i rosyjskimi działaniami widać także w kontekście przeprowadzania eksperymentalnych operacji w ich najbliższym sąsiedztwie. W przypadku Rosji możemy wskazać na działania prowadzone w Gruzji czy Ukrainie, a w przypadku Chin – na wspomnianym wcześniej Tajwanie. Rozszerzaniu zasięgu kampanii dezinformacyjnych w obu przypadkach towarzyszyło więc wcześniejsze testowanie swoich strategii i narzędzi (Charon, Vilmer, 2021, s. 625–627).

Chińskie i rosyjskie taktyki dezinformacyjne dzieli jednak szereg znaczących różnic. W porównaniu do Rosji to Chiny mają pełniejszy zestaw narzędzi do prowadzenia operacji dezinformacyjnych z dwóch znaczących powodów. Po pierwsze, posiadają one własne, popularne na całym świecie platformy, takie jak TikTok czy WeChat, podczas gdy rosyjskie działania polegają głównie na platformach amerykańskich. Po drugie, istotne narzędzie w kontekście Chin stanowi wywieranie wpływu offline poprzez osobiste sieci agentów wpływu, które działają przede wszystkim w obszarze współpracy biznesowej. W porównaniu do Rosji Chiny posiadają więc szerszy wachlarz możliwości, w szczególności tych gospodarczych (Šebok, Turcsányi, 2021). Istotną różnicę działającą na korzyść Rosji stanowi jednak lepsze integrowanie swoich operacji – potrafią one przyciągać równocześnie media i służby wywiadowcze. Różnorodność stosowanych narzędzi i sekwencji ich wykorzystania to coś, czego chińska dezinformacja na ten moment nie praktykuje. Chiny wierzą w atrakcyjność swojego własnego modelu i mimo uczenia się na rosyjskim wzorcu wciąż istotne jest dla nich promowanie własnego państwa, przez co w kontekście dezinformacji bardzo często koncentrują się na zawieraniu w swoich narracjach prochińskich przekazów (Charon,

Vilmer, 2021, s. 631). W rezultacie to rosyjskie działania są skuteczniejsze i lepiej osadzone w lokalnych i regionalnych ekosystemach informacyjnych. Rosyjska dezinformacja bardziej angażuje swoich odbiorców, ponieważ wykorzystuje narracje powodujące podziały społeczne (porusza m.in. kwestie imigracji, niewydolności systemów demokratycznych czy kryzysu w Unii Europejskiej i NATO) (Darczewska, 2019).

ZAKOŃCZENIE

Chińską dezinformację opisywano jako defensywną, skupioną na kwestiach wizerunkowych oraz mającą ograniczony, raczej regionalny zasięg. Analiza działań Pekinu od wybuchu pandemii COVID-19 pokazuje, że dwa wskazane wyżej elementy nie są już aktualne – Chiny zaangażowały się w prowadzenie ofensywnych kampanii o światowej skali (Ballante, 2020). Sposób i metody dystrybucji dezinformacji przez stronę chińską ewoluowały i można w nich dostrzec zastosowanie rosyjskich doświadczeń (Charon, Vilmer, 2021). Wykorzystanie amerykańskich mediów społecznościowych, botów i trolli, wyjątkowa aktywność chińskich dyplomatów w rozprzestrzanianiu teorii spiskowych, nowe antyzachodnie narracje uderzające w liberalne demokracje to niektóre z nowych elementów składających się na taktykę Pekinu (Šebok, Turcsányi, 2021; Charon, Vilmer, 2021).

Skuteczność chińskiej dezinformacji na szerszą skalę jest jednak wątpliwa, ponieważ brakuje jej oryginalności i personalizacji, po które chętnie i skutecznie sięga za to strona rosyjska. Najgroźniejsze z chińskich narracji dezinformacyjnych funkcjonują nadal głównie za pośrednictwem mediów tradycyjnych oraz agentów wpływu, co nie zmienia faktu, że Chiny cechuje umiejętność szybkiego uczenia się, ułatwiająca dostosowywanie propagandy do danego celu i regionu (Karásková i in., 2020). Należy zatem spodziewać się intensyfikacji chińskich działań dezinformacyjnych i ciągłego udoskonalania narzędzi oraz narracji. Równocześnie trzeba zwrócić uwagę na zbieżność rosyjskich i chińskich taktyk, która sama w sobie może stanowić przewagę dla Chin. Państwa Europy Środkowej i Wschodniej, takie jak Polska, są przyzwyczajone do rosyjskich operacji wpływu, jednak w kontekście działań strony chińskiej świadomość występowania zagrożenia jest mała, a podobieństwo do rosyjskich strategii może utrudnić rozróżnienie przeciwnika (Karásková i in., 2020). Biorąc pod uwagę stosunkowo małą wiedzę na temat chińskich kampanii dezinformacyjnych, szybkość uczenia się oraz ogromny potencjał

Chin w postaci zróżnicowanych narzędzi wpływu, zarówno online jak i offline, można stwierdzić, że dezinformacja będzie coraz potężniejszym narzędziem wykorzystywanym przez Pekin na arenie międzynarodowej.

BIBLIOGRAFIA

- Ballante, R. (2020). *Learning from the Russians: Beijing's changing media tactics at a time of Coronavirus*. Pobrane z: <https://ceias.eu/learning-from-the-russians/> (25.01.2023).
- Charon, P., Vilmer, J. B. (2021). *Chinese influence operations. A Machiavellian Moment*. Pobrane z: <https://www.irsem.fr/report.html> (09.05.2023).
- Darczewska, J. (2019). *Między jawną dezinformacją a niejawną praktyką. Gry rosyjskich służb*, Warszawa: Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia.
- Dubow, B., Lucas, E., Morris, J. (2021). *Jabbed in the Back: Mapping Russian and Chinese Information Operations During the COVID-19 Pandemic*. Pobrane z: <https://cepa.org/comprehensive-reports/jabbed-in-the-back-mapping-russian-and-chinese-information-operations-during-the-covid-19-pandemic/> (27.01.2023).
- Karásková, I., Bachulska, A., Matura, T., Šebok, F., Šimalčík, M. (2020). *China's propaganda and disinformation campaigns in Central Europe*, Praga: Association for International Affairs.
- Kabash, M. (2021). *Putin finds ally in China's TikTok in crackdown on anti-govt content*. Pobrane z: <https://theprint.in/world/putin-finds-ally-in-chinas-tiktok-in-crackdown-on-anti-govt-content/649061/> (25.01.2023).
- Kupiecki, R., Bryjka, F., Chłoń, T. (2022). *Dezinformacja międzynarodowa: pojęcie, rozpoznanie, przeciwdziałanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Lipińska, A. (2022). Chińskie operacje w dobie COVID-19. Dezinformacja – metody, dziedziny i ewolucja. *Cybersecurity and Law*, 7(1), 61–71. doi.org/10.35467/cal/151813.
- Mazarr, M. J. i in. (2019). *Hostile Social Manipulation. Present Realities and Emerging Trends*. Pobrane z: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR2700/RR2713/RAND_RR2713.pdf (20.01.2023).

- Molter, V., DiResta, R. (2020). *Pandemics & Propaganda: How Chinese State Media Creates and Propagates CCP Coronavirus Narratives. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, doi.org/10.37016/mr-2020-025.
- Mosbacher, G. (2020). *Georgette Mosbacher: tuszując prawdę, Chiny doprowadziły do globalnej pandemii [OPINIA]*. Pobrane z: <https://wiadomosci.onet.pl/opinie/koronawirus-ambasador-usa-w-polsce-komentuje-dla-onetu/zlktyzb> (25.01.2023).
- Needham, K. (2020). *China tweet that enraged Australia propelled by 'unusual' accounts, say experts*. Pobrane z: <https://www.reuters.com/article/us-australia-china-tweet-idUKKBN28E0YI> (25.01.2023).
- Nowak, J. S. (2008). *Spółeczeństwo informacyjne – geneza i definicje*. W: P. Sienkiewicz, J.S. Nowak (red.), *Spółeczeństwo informacyjne. Krok naprzód, dwa kroki wstecz* (s. 25–48). Katowice: Polskie Towarzystwo Informatyczne.
- Paris, B., Donovan, J. (2019). *Deepfakes and Cheap Fakes*. Pobrane z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2019/09/DS_Deepfakes_Cheap_FakesFinal-1-1.pdf (25.01.2023).
- Šebok, F., Turcsányi, R. Q. (2021). *China as a Narrative Challenge for NATO Member States*. Pobrane z: <https://stratcomcoe.org/publications/china-as-a-narrative-challenge-for-nato-member-states/220> (20.03.2023).
- Schrader, M. (2020). *Friends and Enemies: A Framework for Understanding Chinese Political Interference in Democratic Country*. Pobrane z: <https://securingdemocracy.gmfus.org/wp-content/uploads/2020/04/Friends-and-Enemies-A-Framework-for-Understanding-Chinese-Political-Interference-in-Democratic-Countries.pdf> (20.01.2023).
- Tucker, E. (2022). *TikTok's search engine repeatedly delivers misinformation to its majority-young user base, report says*. Pobrane z: <https://edition.cnn.com/2022/09/18/business/tiktok-search-engine-misinformation/index.html> (25.01.2023).