**Fala dobra dla Ukrainy. Prawie 900 tysięcy postów w mediach społecznościowych o pomocy tylko w 6 dni**

**Od momentu wybuchu wojny na Ukrainie sytuacja za naszą wschodnią granicą zdominowała media i dyskurs publiczny w Polsce. Jednym z kluczowych elementów, które są relacjonowane w mediach tradycyjnych i społecznościowych, jest bezprecedensowe zaangażowanie Polaków w pomoc humanitarną uchodźcom wojennym.**

**Twitter rośnie w siłę**

Przez pierwsze sześć dni wojny (24 lutego – 1 marca) w mediach społecznościowych opublikowano **894 949 wpisów** nawiązujących do pomocy Ukraińcom, opatrzonych takimi hashtagami jak #solidarnizukraina, #NAPOMOCUKRAINIE, #PomagamUkrainie czy #pomocdlaukrainy. 43% tych publikacji pojawiło się na Facebooku, a **38% na Twitterze**, co pokazuje, jak ogromną rolę w relacjonowaniu wydarzeń związanych z wojną odgrywa w ostatnim czasie to medium – do tej pory postrzegane przede wszystkim jako przestrzeń do dyskusji o polityce i sporcie.

Temat pomocy, jaką Polska zaoferowała dotkniętej wojną Ukrainie był jednym z tych dominujących także w mediach tradycyjnych. W internecie, prasie, radiu i telewizji w ostatnich sześciu dniach pojawiło się **27 085 publikacji** na temat pomocy uchodźcom z Ukrainy. Ich poziom dotarcia przekroczył 268 milionów.

**Wojna hybrydowa dzieje się na naszych oczach**

Najaktywniejszymi portalami internetowymi (pod względem liczby publikacji), na których można było znaleźć informacje na ten temat były kolejno: **echodnia.pl, radio.opole.pl, portalsamorzadowy.pl, onet.pl,** a także **wnp.pl.** Obecność na tej liście Portalu Samorządowego pokazuje kluczową rolę samorządów w działaniach koordynujących pomoc. Z kolei jeśli chodzi o dotarcie, w pierwszej trójce portali podejmujących temat wsparcia uchodźców znalazły się **onet.pl, eska.pl** i **rmf24.pl.**

*– Media społecznościowe w kontekście konfliktu w Ukrainie pokazały po raz kolejny „inną twarz”. Znamy tę przestrzeń jako tygiel informacji biznesowych, politycznych czy rozrywkowych, ale dziś stały się też ogromną platformą do niesienia pomocy i przekazywania wiedzy na temat wojny. Z jednej strony jest to najszybszy kanał informujący o sytuacji nawet w najbardziej odległych lub odizolowanych miejscach, ale z drugiej doniesienia są przepełnione fake newsami i niesprawdzonymi danymi. W tym konflikcie mamy do czynienia nie tylko z wojną konwencjonalną, ale także hybrydową, gdzie druga strona doskonale rozumie mechanizmy działania mediów społecznościowych i wykorzystuje je do propagandy* – komentuje **Sebastian Bykowski**, prezes PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Jak dodaje: – *wszyscy powinniśmy pamiętać, że narrację tworzą użytkownicy o różnym stopniu wiedzy i aktywności w social media. To powoduje, że często poza brakiem weryfikacji prawdziwości danych mamy jeszcze do czynienia ze zjawiskiem „echa informacyjnego” wywoływanego udostępnianiem i publikowaniem nieaktualnych informacji sprzed kilku dni. Wprowadzane do przestrzeni na nowo, powodują dodatkowy szum informacyjny oraz dezinformację. A to w przypadku chociażby akcji pomocowych ma ogromne znaczenie. Dlatego tak dużą wagę należy przykładać do weryfikowania doniesień oraz korzystania tylko ze sprawdzonych, wiarygodnych źródeł informacji*.

**Potrzeba weryfikowania treści silniejsza niż kiedykolwiek**

– *Na początku wojny w Ukrainie media społecznościowe odgrywały kluczową rolę w przekazywaniu informacji dotyczących pomocy uchodźcom. Można powiedzieć, że mamy do czynienia z pierwszą tak dużym konfliktem zbrojnym w Europie w dobie social mediów. Korzystały z nich zarówno organy rządowe, jak i setki tysięcy zwykłych obywateli. Z jednej strony, zgodnie z zasadą społecznego dowodu słuszności, taka aktywność mobilizowała nas do angażowania się. Z drugiej, pozwalała władzom państwowym i samorządowym koordynować pomoc na poziomie lokalnym i państwowym –* wskazuje **Szymon Sikorski**, prezes agencji Publicon.

Dodaje też, że *mimo bezprecedensowej pomocy, w jaką zaangażowały się miliony Polaków, z godziny na godzinę możemy obserwować w sieci nasilającą się dezinformację na temat tego, co rzeczywiście dzieje się na polsko-ukraińskiej granicy i jak traktujemy przybyłych tu uchodźców. Niektóre tego typu fake newsy są powielane przez internautów, a nawet opiniotwórcze zagraniczne media. Dlatego tak ważne jest dzisiaj świadome korzystanie z mediów – weryfikowanie źródeł, zestawianie ich ze sobą, bycie wyczulonym na informacje nacechowane emocjonalnie czy unikanie czerpania wiedzy z komentarzy.*

Osoba do kontaktu:

Katarzyna Popławska

Kierownik działu marketingu i PR

tel. 697 410 680

kpoplawska@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl/)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)
[www.youtube.com/PSMMonitoring](https://www.youtube.com/channel/UCPLc9M8glPDsEJ8Xer-Oakg)