

Zero.ru: Jak Kanal Zero i Zero.pl uwierzytelniają rosyjską propagandę w Polsce

Cel projektu:

- Ekspozycja Kanalu Zero, Zero.pl i K. Stanowskiego jako ośrodków służących rosyjskiej propagandzie w pogoni za zyskiem (*clickbait is king*) oraz utrwalenie takiej percepcji w świadomości opinii publicznej;
- Zniechęcenie reklamodawców do dalszej współpracy z Zero.pl i Kanalem Zero;
- Podniesienie świadomości społecznej odnośnie rosyjskiej propagandy i dezinformacji.

Realizujący działania i główni partnerzy:

- Fundacja Otwarty Dialog (ODF): odfoundation.eu (współorganizator akcji Ciepło dla Kijowa);
- PostPravda.info (PostPravda, kierowane przez korespondenta TVP w Kijowie i aktywistę humanitarnego, Piotra Kaszuwarę): PostPravda.info
- fact-checkingowe/antydezinformacyjne inicjatywy europejskie (np. EU DisinfoLab) i ukraińskie

Formy działania:

- Opracowanie i publikacja raportu ODF i serwisu PostPravda.info pn. *Zero.ru: Jak Kanal Zero i Zero.pl uwierzytelniają rosyjską propagandę w Polsce*. Lista przykładów (treści do uwzględniania wspierających postawioną tezę):
 - ➔ Reportaż M. Wiernikowskiej „Wielka wyprawa Marii Wiernikowskiej w głąb Rosji” (luty 2026)
 - ➔ Publikacja mapy Ukrainy bez Krymu (luty 2026)
 - ➔ Wywiad telewizyjny z Braćmi Kamratami (grudzień 2025)
 - ➔ Zapowiedź wywiadu z L. Sykulisim (czerwiec 2024)
 - ➔ Regularne treści antyukraińskie, ksenofobiczne, podsycające nieufność i niechęć do obywateli Ukrainy w Polsce i pomocy Ukrainie w wojnie z Rosją (od kwestii historycznych po rzekome “przywileje” dla uchodźców w Polsce i “Ty zapłacisz za pożyczkę dla Ukrainy” R. Mazurka);
- Prezentacja i dystrybucja raportu wśród: mediów głównego nurtu i mediów branżowych, ośrodków analitycznych i naukowych oraz NGOs (specjalizacja: Wschód, dezinformacja, bezpieczeństwo, media), parlamentarzystów i ośrodków rządowych;
- Opracowanie tzw. brand safety brief dla reklamodawców (kluczowe case studies i konkluzje z raportu) odnośnie ww. treści;
- Nawiązanie współpracy z dziennikarzami niechętnymi K. Stanowskiemu i jego ośrodkom medialnym m.in.: D. Wysocką-Schnepf (TVP), W. Czuchnowski (Gazeta Wyborcza), K. Boczkiem (Press, Oko.press);
- Rozesłanie zapytań do głównych reklamodawców Kanalu Zero i Zero.pl dotyczących skali i etyki współpracy z ww. mediami w poniższym kontekście (standardy ESG i brand safety):
 - ➔ Działalność w Rosji: czy dana firma prowadzi działalność na jej terenie